

## STRATEGI HIBAH AIR MINUM PERKOTAAN MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT DAN BMC DI KABUPATEN KUTAI TIMUR

Anggi Eka Putri Arianti<sup>1</sup>, Sekar Cahyaningsih<sup>2</sup>, Falih Sultan Haqi<sup>3</sup> Bagas Abirawa Penangsang<sup>4</sup>  
Ni Luh Putu Hariastuti<sup>5</sup>

Magister Teknik Industri, Institut Teknologi Adhi Tama Surabaya,<sup>1234</sup>

[putriariantianggieka@gmail.com](mailto:putriariantianggieka@gmail.com)<sup>1</sup>, [sekar.cahyaningsih@gmail.com](mailto:sekar.cahyaningsih@gmail.com)<sup>2</sup>, [haqi.falih18@gmail.com](mailto:haqi.falih18@gmail.com)<sup>3</sup>  
[bagaspenangsang@gmail.com](mailto:bagaspenangsang@gmail.com)<sup>4</sup>, [phariastuti@gmail.com](mailto:phariastuti@gmail.com)<sup>5</sup>

### Abstrak

*Perumda Air Minum Tirta Tuah Benua adalah bagian dari Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) milik Pemerintah Kabupaten Kutai Timur. Salah satu program pemerintah yaitu program hibah air minum perkotaan untuk meningkatkan akses pada layanan persediaan air bersih rumah tangga, khususnya untuk rumah tangga berpenghasilan rendah. Pemerintah Kabupaten Kutai Timur berupaya mengatasi permasalahan yang dihadapi bagi Masyarakat Berpenghasilan Rendah (MBR) untuk mendapatkan akses air bersih dari PERUMDA Air Minum akibat biaya pemasangan sambungan baru yang tidak terjangkau. Melihat peminat pelanggan kategori MBR yang tinggi, Perusahaan perlu merencanakan strategi untuk terus berkembang dan mendapat kepercayaan yang penuh dari para pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi penyediaan hibah air minum perkotaan secara kontinuitas dengan menggunakan analisis SWOT dan BMC dengan teknik analisis data deskriptif kualitatif dan juga deskriptif kuantitatif. Analisis SWOT menunjukkan perusahaan berada di kuadran I yang artinya perusahaan harus menggunakan strategi expansion (S-O), dan dalam menerapkan Strategi S-O terdapat penambahan 3 elemen pada bagian dalam BMC (Business Model Canvas), yaitu Key Partner, Key Resources, dan Channel.*

**Kata Kunci:** *Perumda, hibah air minum, MBR, SWOT, BMC*

### A. PENDAHULUAN

Air bersih adalah kebutuhan vital bagi seluruh masyarakat, tak terkecuali masyarakat di Kabupaten Kutai Timur. Sumber air bersih merupakan salah satu tujuan utama yang harus dicapai untuk meningkatkan kebutuhan dasar dan kesejahteraan masyarakat dalam jangka panjang. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 17 tahun 2019 tentang Sumber Daya Air, disebutkan bahwa air adalah kebutuhan dasar manusia dan dikaruniakan oleh Tuhan Yang Maha Esa kepada bangsa Indonesia. Oleh karena itu, air harus dimanfaatkan. Dengan luas 5.193.252 km<sup>2</sup>, Indonesia memiliki lautan 3.288.683 km<sup>2</sup>. Area yang dikelilingi perairan tidak seharusnya kekurangan air bersih (Akmal, 2023). Meskipun secara potensi ketersediaan air yang relatif melimpah, namun faktanya sering sekali ditemukan masyarakat yang kesulitan mendapatkan air bersih untuk kebutuhan sehari-hari.

Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Tuah Benua Kabupaten Kutai Timur merupakan Badan Usaha milik Pemerintah Kabupaten Kutai Timur yang didirikan berdasarkan Peraturan Daerah Nomor 29 Tahun 2001 tanggal 17 September 2001 tentang Pembentukan Perusahaan Daerah Air Minum Kabupaten Kutai Timur, yang selanjutnya diubah dengan Peraturan Daerah Nomor 5 Tahun 2010 tanggal 27 Juli 2010 tentang Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kabupaten Kutai Timur dan pada Tahun 2021 diubah kembali menjadi Perusahaan Umum Daerah (PERUMDA) Air Minum Tirta Tuah Benua Kutai Timur berdasarkan Perda Nomor 1 Tahun 2021 tanggal 07 Juli 2021. PERUMDA Air Minum Tirta Tuah Benua dipimpin oleh seorang direktur yang berhubungan dan bertanggung jawab langsung dengan Pemerintah Kabupaten Kutai Timur dalam hal ini bupati dan secara tidak langsung bertanggung jawab kepada dewan pengawas.

Penyediaan air bersih di kota dikelola oleh PDAM dengan memanfaatkan air baku. Air baku yang bersumber dari tanah, air permukaan, air hujan, dan mata air. pemanfaatan air tanah ini merupakan suplai air bersih terutama daerah yang tidak terjangkau oleh pelayanan jaringan induk PDAM kota. Akan tetapi, tidak semua daerah memiliki potensi air tanah yang layak. Potensi air tanah di suatu wilayah dapat diketahui dari survei 1 buah sumur dapat mewakili potensi air tanah di wilayah tersebut

dan berdasarkan informasi instansi yang terkait tentang jenis tanah/batuan, kualitas dan kuantitas air, dan kedalaman air tanah (Kusumosusanto et al, 2022).

Persyaratan kualitas air bersih memenuhi syarat fisik, kimiawi, dan bakteriologi. Persyaratan secara fisik air bersih yang harus dipenuhi adalah kekeruhan, bau dan rasa, warna, dan temperatur. Air bersih dengan kualitas yang baik, dari segi fisik dapat terlihat melalui kejernihan air dan tidak berwarna, tidak berasa, tidak berbau, serta suhu air memiliki suhu yang dengan toleransi C. Pengolahan air baku bersumber dari air tanah dalam yang memiliki kandungan besi (Fe) dan Mangan (Mn) di atas standar yang ditetapkan dalam batas layak konsumsi, maka diperlukan pengolahan terlebih dahulu melalui proses aerasi, filtrasi dan desinfektan untuk membunuh bakteri. Selanjutnya air baku didistribusikan ke masyarakat menjadi air bersih layak minum dengan memenuhi standar kelayakan air bersih (Putra dkk, 2020).

Di Kabupaten Kutai Timur, layanan distribusi air bersih diserahkan kepada Perumda Air Minum Tirta Tuah Benua. Sebagai bagian dari Badan Usaha Milik Daerah milik Pemerintah Kabupaten Kutai Timur, area pelayanan Perumda Air Minum Tirta Tuah Benua mencakup keseluruhan luas wilayah Kabupaten Kutai Timur. Salah satu program pemerintah yaitu Program Hibah Air Minum Perkotaan untuk meningkatkan akses pada layanan persediaan air bersih rumah tangga, khususnya untuk rumah tangga berpenghasilan rendah. Dari sisi PERUMDA Air Minum, program ini mengurangi kapasitas berlebih (*Idle Capacity*) yang tidak termanfaatkan. Peningkatan akses air bersih turut berkontribusi pada peningkatan kualitas hidup masyarakat menjadi lebih sehat. Upaya meningkatkan jumlah masyarakat terutama yang berpenghasilan rendah atau MBR di perkotaan mendapatkan pelayanan air bersih perpipaan, salah satunya dilakukan melalui Program Hibah Air Minum Perkotaan.

Program Hibah Air Minum Perkotaan adalah hibah yang diberikan oleh Pemerintah Pusat kepada pemerintah daerah melalui pendekatan kinerja terukur. Dalam program ini, pemerintah daerah diminta untuk meningkatkan akses air minum yang layak bagi Masyarakat Berpenghasilan Rendah (MBR) di kota-kota tersebut. Peningkatan akses ini akan dibiayai melalui Penyertaan Modal Pemerintah (PMP) kepada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM), yang kemudian akan menerima dana hibah dari Pemerintah Pusat. Salah satu hasil dari Program Hibah Air Minum Perkotaan adalah pembangunan sistem penyediaan air minum sampai dengan berfungsinya sambungan rumah. Dalam upaya meningkatkan kualitas kesehatan masyarakat, program hibah ini bertujuan untuk meningkatkan cakupan pelayanan air minum perpipaan yang diprioritaskan bagi Masyarakat Berpenghasilan Rendah (MBR).

Berdasarkan permasalahan dan program yang telah dijabarkan diatas, penulis tertarik untuk menganalisis terkait “Strategi hibah air minum perkotaan menggunakan analisis SWOT dan BMC di Kabupaten Kutai Timur (Studi kasus: PERUMDA AIR MINUM TIRTA TUAH BENUA)”.

## B. LANDASAN TEORI

Model bisnis berfungsi sebagai garis besar untuk strategi bisnis yang akan diterapkan oleh suatu perusahaan atau unit usaha melalui sistem, proses, dan struktur organisasi. Dengan menerapkan model bisnis yang tepat, suatu perusahaan atau unit usaha akan menghasilkan keuntungan terbaik dan memenangkan persaingan (Rahmawati & Setiawan, 2022).

### Analisis SWOT

Pada umumnya analisis SWOT ditunjukkan dengan sebuah yang memetakan komponen kekuatan, peluang, kelemahan dan ancaman serta bobot dan rating sehingga memudahkan dalam menganalisis (Rangkuti, 2008). Dalam pembuatan analisis SWOT yang baik maka perusahaan harus seobjektif mungkin menilai perusahaannya selain itu juga bisa melalui testimoni dari konsumen. Unsur-unsur pembentuk analisis SWOT terdiri dari 4 komponen yaitu sebagai berikut:

1. Kekuatan (*strength*), yang dimaksud dengan kekuatan adalah pengelompokkan kondisi internal perusahaan yang bisa menjadi pondasi perusahaan. Contoh: kelebihan dalam internal perusahaan, seperti karyawan yang selalu datang tepat waktu, lokasi strategis, kualitas produk sangat terjamin dan unsur-unsur lain yang menjadi kelebihan perusahaan.
2. Kelemahan (*Weakness*), Yang dimaksud dengan kelemahan atau weakness adalah pengelompokkan atau daftar kondisi internal perusahaan yang perlu ditingkatkan atau diperbaiki singkatnya kekurangan

perusahaan dalam scope internal. Contoh konsumen harus menunggu waktu yang lama untuk dilayani, pelayanan kurang memuaskan, tenaga kerja tidak bekerja sesuai job desc, dan lain-lain.

3. Peluang (*Opportunity*), Peluang ialah suatu kesempatan atau peluang yang bisa digunakan perusahaan untuk mengembangkan ide dan inovasi untuk produknya sehingga perusahaan bisa mendapatkan keuntungan maksimal, biasanya peluang merupakan hal-hal diperoleh dari survei kepada masyarakat atau dari luar organisasi. Namun peluang biasanya tidak bertahan lama dan bisa berganti-ganti sesuai dengan periode waktu tertentu. Contoh: sekarang semua hal bisa diakses dengan online termasuk bertransaksi dengan hadirnya mobile banking, sehingga konsumen apabila ingin transfer atau membayar tagihan hanya butuh mengakses lewat *smartphone* maka semua kebutuhan transaksi terpenuhi.

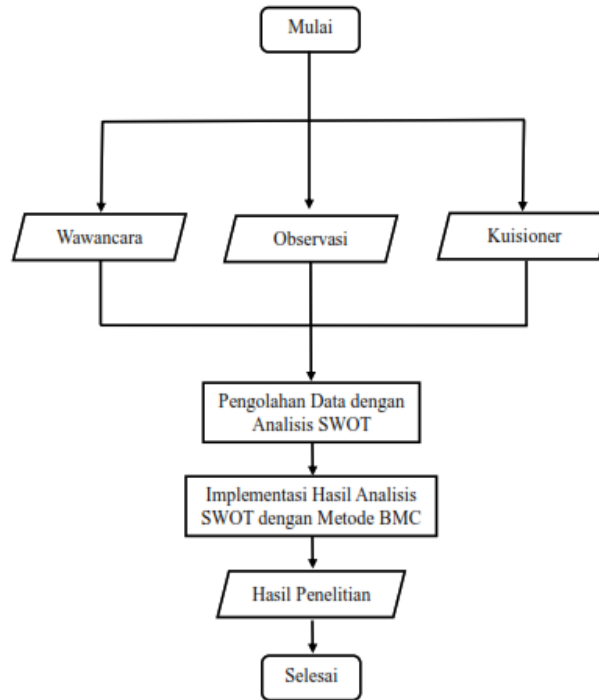
4. Ancaman (*Threats*), Ancaman berkebalikan dengan peluang, yaitu segala hal yang bisa merusak pasar atau merusak kehadiran perusahaan dari pangsa pasar sehingga perusahaan bisa saja tidak bisa bertahan lama di pasar. Contoh: kehadiran traveloka atau tiket.com yang merupakan unit bisnis layanan pemesanan tiket pesawat, kereta, hotel dan lain-lain yang dikembangkan dengan bisnis startup, kehadiran mereka merusak pasar para travel yang menjual secara *offline*. Harga mereka lebih disukai konsumen ditambah promo-promo yang sering mereka gencarkan. Sekarang bahkan sulit bisa kita jumpai travel di kota-kota, karena para masyarakat cenderung membeli secara online.

### Analisis Business Model Canvas (BMC)

BMC merupakan metode yang efektif karena analisis yang digunakan mampu menjelaskan secara menyeluruh baik dari segi pemasaran, sumber daya manusia, keuangan, sampai dengan nilai atau produk yang ditawarkan. Sehingga perusahaan bisa menentukan arah bergerak bagi perusahaan serta keunggulan bersaing antara pebisnis satu dan lainnya yang sedang berjalan (Wahana et al, 2024). Selain itu BMC juga memahami bagaimana setiap komponen berhubungan satu sama lain. Dengan metode ini, bisnis terlihat dari gambaran besar namun tetap lengkap dan mendetail tentang apa saja elemen-elemen kunci terkait pada bisnis tersebut. Elemen-elemen tersebut adalah *customer segment*, *value propositions*, *channels*, *customer relationship*, *revenue streams*, *key resources*, *key activities*, *key partnership*, dan *cost structure* (Hendrawan et al, 2021). Pada penelitian sebelumnya, Anggraini (2020) pengembangan model bisnis dengan Business Model Canvas yang objektif berdasarkan data. Pengolahan metode deskriptif ini dilakukan problem formulation dari 9 cell BMC. Hasil dari BMC kemudian akan dikombinasikan dengan analisis SWOT untuk dipetakan menjadi strategi bisnis yang diterapkan.

### C. METODE PENELITIAN

Dalam hal ini pengumpulan data penelitian ini diperoleh dengan mewawancarai narasumber yaitu pegawai PDAM Tirta Tuah Benua Kabupaten Kutai Timur. Observasi diperoleh dengan menelusuri lokasi penelitian di Kabupaten Kutai Timur dan PDAM Tirta Tuah Benua untuk melihat kondisi penyediaan air bersih dari faktor internal maupun eksternal secara kontinuitas dan visual. Data kuesioner diperoleh dengan memberikan beberapa pertanyaan kepada responden terkait dengan penelitian. Adapun responden dan juga sebagai narasumber pada penelitian ini merupakan warga sekitar Kabupaten kutai Timur dan warga yang tercatat sebagai pelanggan air bersih dari PDAM Tirta Tuah Benua yang berdomisili di Kabupaten Kutai Timur. Pengukuran jawaban dari kuesioner yang diajukan peneliti merupakan faktor internal maupun eksternal. Gambaran desain penelitian yang akan dilakukan pada penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Desain Penelitian

Berdasarkan Gambar 1, dapat dijelaskan tahapan-tahapan yang dilakukan pada penelitian ini, yaitu:

1. Pengumpulan data dengan cara wawancara, Observasi, dan Kuisisioner
2. Pengolahan data dengan Analisis SWOT  
 Penilaian skor pada analisis SWOT ini didasarkan pada klasifikasi kategori setiap parameter. Analisis SWOT digunakan dalam perumusan strategi penyediaan air bersih secara kontinuitas di Kabupaten Kutai Timur. Berikut Tahapan analisis SWOT dalam penelitian ini:
  1. Penentuan analisis SWOT dan penilaian skor pada setiap parameter
  2. Analisis faktor internal (*Strength* dan *weakness*), dan faktor eksternal (*Opportunity* dan *Threat*)
  3. Penentuan posisi kuadran; Titik strength dan weakness merupakan garis koordinat X. Titik opportunity ke threat merupakan garis koordinat Y. kedua titik tersebut menghubungkan nilai selisih dari matriks IFAS dan EFAS. Hasil koordinat selanjutnya diplotkan pada matriks SWOT, sehingga diketahui posisi kuadran.
  4. Pembuatan matriks strategi; Posisi kuadran menunjukkan strategi pengendalian pemakai air bersih yang dapat diterapkan (Hasbiah et al, 2023).
3. Implementasi hasil analisis SWOT dengan metode BMC  
 Pada penelitian Hasil dari BMC kemudian akan dikombinasikan dengan analisis SWOT untuk dipetakan menjadi strategi bisnis baru yang diterapkan
- 4 Hasil penelitian merupakan pembahasan berdasarkan dari data-data yang dikumpulkan melalui kegiatan penelitian. Hasil penelitian ini nantinya untuk mengolah data dan menganalisa objek penelitian dengan metode yang digunakan untuk menyelesaikan permasalahan yang ada.

#### D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis SWOT dan *Business Model Canvas* (BMC) digunakan untuk membangun strategi terkait penyediaan hibah air minum perkotaan secara kontinuitas di Kabupaten Kutai Timur.

Pada langkah-langkah berikut hasil analisis yang didapatkan adalah:

##### Analisis SWOT

Analisis SWOT dilakukan untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, ancaman dan peluang yang dimiliki oleh PDAM Tirta Tuah Benua. Dalam hal ini pengumpulan data penelitian ini diperoleh dengan mewawancarai narasumber yaitu pegawai PDAM Tirta Tuah Benua dan hasil

penyebaran kuesioner kepada warga sekitar dalam penilaian kepuasan terhadap hibah air bersih di Kabupaten Kutai Timur. Penyusunan faktor-faktor SWOT dan hasil pembobotannya dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1. Matriks IFE untuk Kekuatan (Strength)

NO	Kekuatan (Strength)	Skor	Bobot	Nilai
1	Etos kerja pegawai cukup baik	4	20	0.8
2	Sistem distribusi yang cukup untuk melayani penambahan pelanggan baru.	4	10	0.4
3	Mempertahankan harga dan meningkatkan kualitas air	4	20	0.8
4	Peningkatan laba bagi Perusahaan	5	20	1.0
5	Operasional berjalan dengan lancar	3	20	0.6
6	Peningkatan Kinerja Penyelenggara SPAM (Sistem Penyediaan Air Minum)	3	10	0.3
<b>Total</b>				<b>3.9</b>

Sumber: data diolah, 2024

Tabel 2. Matriks IFE untuk Kelemahan (weakness)

NO	Kelemahan (weakness)	Skor	Bobot	Nilai
1	Jaringan distribusi pipa air tidak tersedia di semua wilayah.	4	15	0.6
2	Standar Operasional Prosedur (SOP) belum maksimal dijalankan.	3	15	0.6
3	Sarana dan Prasarana kerja kurang memadai.	3	15	0.45
4	Cakupan layanan belum optimal.	2	15	0.3
5	Kuantitas SDM kurang memadai	3	20	0.6
6	Kualitas SDM masih rendah	3	20	0.6
<b>Total</b>				<b>3.15</b>
<b>Selisih Total Skor (S-W)</b>			<b>3.9-3.15</b>	<b>0.75</b>

Sumber: data diolah, 2024

Tabel 3. Matriks EFE untuk Peluang (Opportunities)

NO	Peluang (Opportunities)	Skor	Bobot	Nilai
1	Minat masyarakat menjadi pelanggan terbilang tinggi.	4	20	0.8
2	Dukungan pemerintah pusat dalam program hibah air bersih bagi MBR	4	20	0.8
3	Penerima hibah yang cukup banyak dan tersebar luas	3	20	0.6
4	Adanya kerjasama antara pemerintah pusat dan daerah.	5	15	0.75
5	Dukungan yang tinggi dari stakeholders.	5	15	0.75
6	Tidak ada alternatif air minum yang layak bagi masyarakat selain PDAM	3	10	0.3
<b>Total</b>				<b>4.0</b>

Sumber: data diolah, 2024

Tabel 4. Matriks EFE untuk Ancaman (Treats)

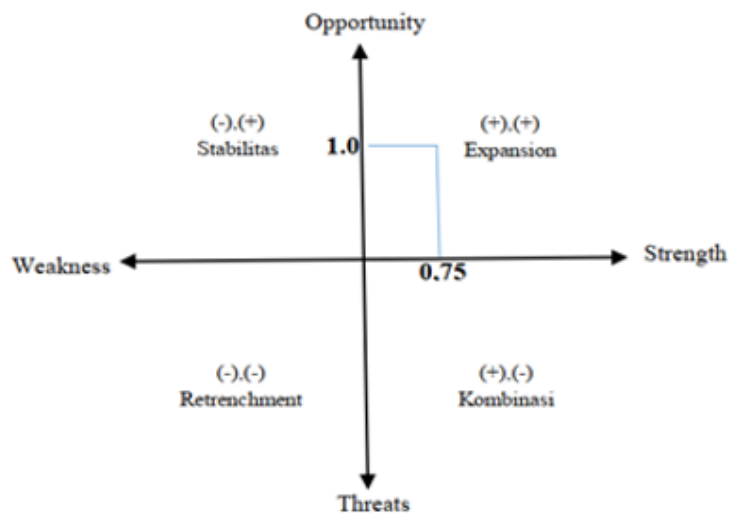
NO	Ancaman (Treats)	Skor	Bobot	Nilai
1	Masyarakat banyak menggunakan sumur bor.	3	20	0.6
2	Kondisi ekonomi masyarakat yang kurang baik.	3	20	0.6
3	Biaya pemeliharaan dan perbaikan yang semakin mahal.	4	20	0.8
4	Persyaratan dokumen yang dianggap rumit oleh masyarakat.	2	20	0.4
5	Kurangnya pengetahuan tentang pentingnya air bersih dan sanitasi.	3	20	0.6
<b>Total</b>				<b>3.0</b>
<b>Selisih Total Skor (O-T)</b>			<b>4.0-3.0</b>	<b>1.0</b>

Sumber: data diolah, 2024

Matriks IFAS pada sumbu X dengan total Strength - Total weakness =  $3.19 - 3.15 = 0.75$

Matriks EFAS pada sumbu Y Total Opportunity - Total Threats =  $4.0 - 3.0 = 1.0$

Maka dari hasil perhitungan di atas dapat digambarkan Kuadran matriks IFAS dan EFAS dengan IFAS pada Sumbu X bernilai 0.75 dan EFAS pada Sumbu Y bernilai 1.0



Gambar 2. Kuadran Matriks IFAS dan EFAS

Berdasarkan hasil dari analisis Kuadran matriks IFAS dan EFAS diatas menunjukkan titik temu antara Sumbu X dan Sumbu Y yang bernilai 0.75 dan 1.0 dalam kuadran I dimana dalam kuadran tersebut sejalan dengan hasil perhitungan yang diperoleh dari matriks IFE dan EFE. Kuadran I (*Strength – Opportunity*) Pada kuadran I merupakan kuadran yang menggambarkan nilai yang baik bagi perusahaan karena kuadran ini terbentuk bila nilai kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunity*) keduanya positif. Pada kuadran ini, perusahaan harus menggunakan strategi expansion. Strategi expansion menuntut perusahaan bersikap agresif untuk memaksimalkan kekuatan dan peluang yang ada.

Tahap selanjutnya dilakukan identifikasi analisis SWOT menggunakan matriks SWOT. Pada Tabel 5. analisis strategi IFAS dan EFAS akan dicocokkan dan dikembangkan menjadi empat pengembangan strategi yang terdiri dari kombinasi (*Strength-Opportunity*) S-O, (*Weakness - Opportunity*) W-O, (*Strength- Threats*) S-T, dan (*Weakness - Threats*) W-T.



Tabel 5. Matriks SWOT Hasil Penelitian

EFAS	IFAS	<i>Strength (S)</i>	<i>Weakness(W)</i>
		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Etos kerja pegawai cukup baik</li> <li>2. Sistem Distribusi yang baik</li> <li>3. Mempertahankan harga dan meningkatkan kualitas air</li> <li>4. Peningkatan laba</li> <li>5. Operasional berjalan dengan lancar</li> <li>6. Peningkatan Kinerja Penyelenggara SPAM</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Distribusi pipa air belum merata</li> <li>2. SOP belum maksimal dijalankan</li> <li>3. Sarana dan prasarana kurang memadai</li> <li>4. Kuantitas SDM kurang memadai</li> <li>5. Cakupan layanan belum optimal</li> <li>6. Kualitas SDM masih kurang</li> </ol>
		<i>Opportunity (O)</i>	<i>Strategi W-O</i>
		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Minat masyarakat yang tinggi</li> <li>2. Dukungan pemerintah pusat dalam program hibah air bersih</li> <li>3. Penerima hibah yang cukup banyak dan tersebar luas</li> <li>4. Adanya kerjasama pemerintah pusat dan daerah</li> <li>5. Dukungan <i>stakeholder</i> yang tinggi</li> <li>6. Tidak ada alternatif air minum yang layak bagi masyarakat selain PDAM</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memperluas distribusi pipa air pada wilayah yang belum tersentuh, dengan dukungan pemerintah (W1, W2, O1, O2, O3)</li> <li>2. Meningkatkan kualitas SDM dengan mengadakan pelatihan (W4, W5, W6, O5)</li> <li>3. Menambah jumlah fasilitas dan kapasitas perusahaan. (W5, O4,O5)</li> </ol>
		<i>Threat (T)</i>	<i>Strategi S-T</i>
		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Masyarakat punya sumur bor</li> <li>2. Kondisi ekonomi masyarakat yang kurang baik</li> <li>3. Biaya pemeliharaan yang mahal</li> <li>4. Persyaratan yang rumit</li> <li>5. Kurangnya pengetahuan tentang pentingnya air bersih dan sanitasi</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meningkatkan kemampuan manajemen (S1, S2, T2)</li> <li>2. Mengadakan penyuluhan tentang pentingnya air bersih dan sanitasi (S3,T5)</li> </ol>

Sumber: Data diolah, 2024

Penelitian ini menemukan beberapa implikasi strategi baru dari hasil analisis SWOT yang dapat digunakan yaitu dengan adanya program hibah air bersih ini pemerintah sangat mendukung pendistribusian air bersih pada kabupaten Kutai Timur dalam cakupan wilayah yang luas. Program ini juga dapat menjalin kerjasama pada pelanggan dengan membangun kepercayaan yang baik. Kemudian mengadakan penyuluhan tentang air bersih, dikarenakan pada daerah tersebut ditemukan minimnya pengetahuan tentang pentingnya air bersih dan sanitasi.

#### Analisis Business Model Canvas

Setelah melakukan analisis SWOT, langkah selanjutnya adalah melakukan Pengisian 9 blok BMC (Sukarno & Ahsan, 2021). Data dihasilkan dari wawancara dengan pegawai PERUMDA Air Minum Tirta Buah Benua Kabupaten Kutai Timur. Untuk merencanakan dan menerapkan strategi bisnis yang akan dilakukan perusahaan, kita harus menciptakan model bisnis saat ini dengan menggunakan model canvas bisnis untuk membuat bisnis yang rumit menjadi

sederhana, yang terdiri dari 9 elemen yang mencakup strategi internal maupun eksternal (Tambunan & Agushinta R, 2020) dapat dilihat pada gambar 3.

<b>Key Partner</b> 1. Pemerintah Daerah 2. Pemerintah Pusat	<b>Key Activities</b> 1. pemasangan pipa 2. Kualitas air 3. Pelayanan pelanggan	<b>Value Proposition</b> 1. Pelayanan yang memuaskan 2. Harga terjangkau 3. kualitas air yang baik	<b>Customer Relationship</b> 1. Pelayanan yang cepat 2. fasilitas yang memuaskan	<b>Customer Segments</b> Masyarakat dengan penghasilan rendah
	<b>Key Resources</b> 1. Bahan baku 2. Sumber daya manusia 3. Keuangan		<b>Channels</b> Sosialisasi secara langsung	
<b>Cost Structure</b> 1. Biaya pengadaan dan pemasangan pipa 2. Biaya Operasional dan pelaksanaan			<b>Revenue Stream</b> 1. Aliran pendapatan dari pemerintah pusat 2. Pelanggan yang melakukan pemasangan	

Gambar 3. *Business Model Canvas* hibah air minum perkotaan di Kutai Timur

Masing-masing blok BMC dapat dijelaskan secara rinci sebagai berikut:

1. Value Propositions, Dalam hal ini adalah pelayanan yang memuaskan kepada pelanggan, kualitas air yang baik dan sudah teruji kelayakannya dan harga yang terjangkau bagi Masyarakat Berpenghasilan Rendah (MBR) dengan biaya pemasangan dan biaya bulanan lebih rendah daripada masyarakat reguler.
2. Customer Segments, Dalam hibah air minum perkotaan ini Customer Segment merupakan MBR di sekitar Kabupaten Kutai Timur.
3. Customer Relationships, dalam menjaga hubungan baik PERUMDA Air Minum Tirta Tuah Benua dengan para pelanggan, maka yang dilakukan perusahaan adalah melakukan pelayanan yang cepat, merespon cepat keluhan pelanggan, serta selalu memberikan fasilitas yang terbaik bagi para pelanggan.
4. Channels, dalam hibah air minum perkotaan ini yang dilakukan perusahaan ialah sosialisasi secara langsung kepada MBR di tiap desa/ kelurahan.
5. Cost Structure, biaya yang harus dikeluarkan PERUMDA Air Minum Tirta Tuah Benua dalam program hibah air minum perkotaan ini meliputi biaya pengadaan dan pemasangan pipa (Pengadaan Material Sambungan Langganan MBR), serta Biaya Operasional dan Pelaksanaan MBR.
6. Revenue Stream, PERUMDA Air Minum Tirta Tuah Benua mendapatkan pemasukan dari Pemerintah Pusat (dana APBN) dan juga dari pelanggan yang melakukan pemasangan.
7. Key Activity, aktivitas perusahaan yang rutin dilakukan perusahaan adalah melakukan pemasangan pipa bagi pelanggan baru, menjaga kualitas air yang baik ke pelanggan, selalu melakukan pelayanan pelanggan seperti perbaikan pipa, kebocoran pipa, dan keluhan pelanggan lainnya.
8. Key Partnership, dalam hibah air minum perkotaan ini, PERUMDA Air Minum Tirta Tuah Benua bekerja sama dengan Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah agar program ini dapat terlaksana sebagaimana mestinya.
9. Key Resources, Yang dibutuhkan PERUMDA Air Minum Tirta Tuah Benua adalah Bahan baku air yang melimpah, SDM yang cukup dan berkualitas, Keuangan yang cukup.



Setelah memperoleh potret bisnis model canvas hibah air minum perkotaan di Kutai Timur , selanjutnya adalah membuat strategi pengembangan hibah air minum perkotaan di Kutai Timur yang dirumuskan menggunakan analisis SWOT, dan analisis BMC. Berikut merupakan strategi baru yang diusulkan dan dapat dilakukan oleh Perumda Air Minum Tirta Tuah Benua dapat dilihat pada Gambar 4.

<b>Key Partner</b> 1. Pemerintah Daerah 2. Pemerintah Pusat	<b>Key Activities</b> 1. pemasangan pipa 2. Kualitas air 3. Pelayanan pelanggan  Usulan: Melakukan Evaluasi	<b>Value Proposition</b> 1. Pelayanan yang memuaskan 2. Harga terjangkau 3. kualitas air yang baik	<b>Customer Relationship</b> 1. Pelayanan yang cepat 2. fasilitas yang memuaskan	<b>Customer Segments</b> Masyarakat dengan penghasilan rendah
	<b>Key Resources</b> 1. Bahan baku 2. Sumber daya manusia 3. Keuangan  Usulan: Memanfaatkan alat dan teknologi			
<b>Cost Structure</b> 1. Biaya pengadaan dan pemasangan pipa 2. Biaya Operasional dan pelaksanaan			<b>Revenue Stream</b> 1. Aliran pendapatan dari pemerintah pusat 2. Pelanggan yang melakukan pemasangan	

Gambar 4. Usulan *Business Model Canvas* yang baru

Berdasarkan analisis SWOT dan analisis BMC, Ada 3 usulan penambahan yang dapat dilakukan PERUMDA Air Minum Tirta Tuah Benua, yaitu:

1. **Key Activities:** Rutin melakukan Evaluasi terkait program MBR dengan Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah agar kerjasama berjalan maksimal pada program hibah air minum dan sistem distribusi dapat mencakup wilayah yang luas.
2. **Key Resources:** Memanfaatkan alat dan teknologi untuk menghemat biaya produksi.
3. **Channels:** Mengadakan penyuluhan/sosialisasi tentang pentingnya air bersih dan sanitasi, baik secara langsung maupun lewat media sosial seperti Instagram, Facebook, TikTok dll.

## B. Kesimpulan dan Saran

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil Analisis dengan SWOT, PERUMDA Air Minum Tirta Tuah Benua Kabupaten Kutai Timur berada pada kuadran I. Pada kuadran ini, perusahaan harus menggunakan strategi expansion. Strategi expansion menuntut perusahaan bersikap agresif untuk memaksimalkan kekuatan dan peluang yang ada. Sedangkan hasil analisis BMC dengan SWOT untuk penyediaan hibah air minum perkotaan secara kontinuitas di Kabupaten Kutai Timur, dalam menerapkan Strategi S-O, terdapat penambahan 3 elemen pada bagian dalam BMC (Business Model Canvas), yaitu Key Partner, Key Resources, dan Channel.

### Saran

Adapun manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini diantara lain adalah:

1. Bagi pembaca, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan terkait dengan hibah air minum perkotaan yang ada di Kabupaten Kutai Timur, faktor-faktor internal

maupun eksternal. Khususnya yang berminat untuk mengetahui lebih jauh tentang program hibah air minum di Kabupaten Kutai Timur.

2. Bagi PERUMDA Air Minum Tirta Tuah Benua Kabupaten Kutai Timur, sebagai acuan dalam pengambilan kebijakan di masa yang akan datang dalam upaya penyediaan hibah air minum perkotaan secara kontinuitas untuk MBR (Masyarakat Berpenghasilan Rendah) di Kabupaten Kutai Timur.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, N. (2020). Analisis Usaha Mikro dengan Pendekatan Business Model Canvas (BMC). *Ekonomi Dan Bisnis*, 6(2), 139–156. <https://doi.org/10.35590/jeb.v6i2.1313>
- Akmal, A. (2023). Strategi Penyediaan Air Bersih Secara Kontinuitas dengan Menggunakan Analisis SWOT pada Gampong Lambhuk Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Teknik Unida*, 4(1), 148–158. <https://doi.org/10.55616/jitu.v4i1.556>
- Hasbiah, A., Afiatun, E., & Suherman, D. A. S. (2023). Analisis SWOT Penentuan Strategi Pengendalian Pemakaian Air Minum di Kota Malang. *Infomatek*, 25(2), 137–142. <https://doi.org/10.23969/infomatek.v25i2.11402>
- Hendrawan, A. K., Wachidah, S. F., & Restuningsih, A. (2023). Strategi Pengembangan Bisnis Kedai Kopi Makosan dengan Menggunakan Analisis SWOT dan Business Model Canvas (BMC). *Jurnal Optimasi Teknik Industri (JOTI)*, 5(1), 32. <https://doi.org/10.30998/joti.v5i1.15623>
- Kusumosusanto, J. W., & Valentina. (2022).06. *Buku Saku Petunjuk Konstruksi Air Minum 2022. Kementerian Pekerjaan Umum Dan Perumahan Rakyat Direktorat Jenderal Cipta Karya Direktorat Pengembangan Kawasan Permukiman*, 6, 13–53.
- Putra, W. B., Dewi, N. I. K., & Busono, T. (2020). Penyediaan Air Bersih Sistem Kolektif: Analisis Kebutuhan Air Bersih Domestik pada Perumahan Klaster. *Jurnal Arsitektur TERRACOTTA*, 1(2), 115–123. <https://doi.org/10.26760/terracotta.v1i2.4018>
- Rahmawati, Y. D., & Setiawan, I. (2022). Business Model Canvas dan Analisis SWOT untuk Meningkatkan Strategi Pemasaran Rumah Batik Anto Djamil. *JUSIFO (Jurnal Sistem Informasi)*, 8(2), 91–102. <https://doi.org/10.19109/jusifo.v8i2.13983>
- Rangkuti, F. 1958-. (2008). Analisis swot teknik membedah kasus bisnis : reorientasi konsep perencanaan strategis untuk menghadapi abad 21. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=676432#>
- Sukarno, B. R., & Ahsan, M. (2021). Implementasi Strategi Pengembangan Bisnis Dengan Business Model Canvas. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, 4(2), 51–61. <https://doi.org/10.15642/manova.v4i2.456>
- Tambunan, R. J., & Agushinta R, D. (2020). Analisis Strategi Bisnis Pt. Tolu Dengan Pendekatan BMC Menggunakan Metode Efas, Ifas Dan Swot. *Sistemasi*, 9(3), 435. <https://doi.org/10.32520/stmsi.v9i3.774>
- Wahana, A., & Hariyani, N. (2024). Strategi Pengembangan Usaha Menggunakan Pendekatan Business Model Canvas di P4S Yoganik Kabupaten Probolinggo. *Jurnal AgroSainTa: Widyaiswara Mandiri Membangun Bangsa*, 7(2), 55-64. <https://doi.org/10.51589/ags.v7i2.3579>