

“Akselerasi Hasil Penelitian dan Optimalisasi Tata Ruang Agraria untuk Mewujudkan Pertanian Berkelanjutan”

Analisis Kanvas Model Bisnis pada Usaha Komoditas Alpukat (Studi Pada Pusat Bibit dan Buah Alpukat Ambarawa)

Nur Ainun Alfaridzi dan Tinjung Mary Prihanti

Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian dan Bisnis Universitas Kristen Satya Wacana Universitas Kristen Satya Wacana Jl. Diponegoro 52-60, Salatiga Jawa Tengah, Indonesia

Email: ridzialfa04@gmail.com

Abstrak

Meningkatnya kesadaran masyarakat hidup sehat melalui makan buah dan sayur, mendorong konsumsi buah alpukat. Potensi peningkatan permintaan dan semakin banyaknya usaha berbasis buah alpukat, menyebabkan setiap pengusaha buah alpukat harus mengetahui strategi dan mengantisipasi peluang untuk meningkatkan keuntungan dan pendapatan perusahaan. Analisis *Business Model Canvas* digunakan untuk membantu usaha komoditas alpukat yang dilakukan oleh PUSBIKAT agar tetap bertahan, makin berkembang, dan mengatasai persaingan. Tujuan penelitian untuk mengetahui strategi pengembangan usaha komoditas alpukat yang dikembangkan oleh PUSBIKAT dengan *pendekatan Business Model Canvas*. Penelitian ini dilakukan pada Bulan Juni sampai Desember 2022 di PUSBIKAT Jl. Ambarawa-Bandungan Km.03 Baran Gembongan, Kabupaten Semarang, Jawa Tengah. Pendekatan penelitian menggunakan teknik kualitatif, dengan menerapkan teknik wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi untuk pengambilan data. Narasumber penelitian meliputi petani pemilik kebun alpukat (sebagai partisipan) dan karyawan bagian grading, pemasaran, produksi (sebagai *key informan*). Teknik analisis data dengan menggunakan model bisnis canvas (BMC) dan analisis SWOT. Hasil penelitian mendapatkan kualitas buah sebagai kekuatan utama bisnis alpukat (*Strength*), pengelolaan tradisional menjadi kelemahan utama (*Weakness*), pemasaran *online* sebagai peluang utama (*Opportunity*), pesaing sebagai ancaman utama (*Threats*). Alternatif strategi pengembangan usaha di PUSBIKAT dengan menambahkan aktivitas pada Sembilan elemen *Business Model Canvas* yang selama ini belum dilakukan, seperti penjualan *online*, *digital marketing*, *penambahan informasi*, dan kerjasama.

Kata kunci: bisnis model canvas, swot, usahatani alpukat, Bandungan

Pendahuluan

Semakin meningkatnya kesadaran masyarakat akan hidup sehat mendorong konsumsi buah dan sayur. Salah satu komoditi buah unggulan yang mengalami peningkatan

konsumsi dan produksi di Indonesia yaitu buah alpukat (*Persea Americana*) (Sayekti, 2017). Alpukat merupakan komoditi hortikultura yang telah sejak lama dibudidayakan di Indonesia, meskipun dahulu bukan buah favorit yang banyak dikonsumsi masyarakat. Buah alpukat memiliki prospek bisnis yang baik seiring kesadaran masyarakat menerapkan gaya hidup sehat dengan konsumsi buah setiap hari.

Tabel 1. Produksi Alpukat Beberapa Provinsi (ton per tahun)

No.	Provinsi	Tahun				
		2014	2015	2016	2017	2018
1	Jawa Tengah	33.227	32.043	33.123	36.528	44.552
2	Jawa Barat	89.351	105.238	63.509	82.663	91.383
3	Jawa Timur	54.688	78.124	72.502	78.067	108.381
4	Sumatra Barat	42.464	53.425	44.457	50.247	48.513

Sumber BPS, 2018.

Dari total produksi alpukat diseluruh Indonesia, Jawa Timur merupakan penghasil alpukat terbanyak dengan kontribusi sebesar 108.381 atau 26.43% pada tahun 2018, kemudian Jawa Barat sebesar 91.383 atau 22.28%, Sumatra Barat sebesar 48.513 atau 11,83% dan di ikuti Jawa Tengah dengan 44.552 atau 10,86%.

Salah satu penghasil buah alpukat di Jawa Tengah adalah Kabupaten Semarang dimana pada tahun 2014 luas panen alpukat di Kabupaten Semarang adalah 445,84 ha atau 2% dari luas panen alpukat nasional. Luas panen di Kabupaten Semarang terus bertambah hingga tahun 2018 dengan luas 868,1 ha atau 2,53% dari luas panen alpukat nasional.

Tabel 2. Luas Panen Alpukat Nasional dan Kabupaten Semarang

No.	Skala	Tahun/ha				
		2014	2015	2016	2017	2018
1	Nasional	22.214	24.352	20.508	24.422	34.190
2	Kabupaten Semarang	445,84	541,41	565,28	634,14	868,1

Sumber BPS, 2018

Pada Tabel 3, produksi nasional buah alpukat dalam 5 tahun terakhir, mengalami penurunan pada tahun 2016 sebesar 304.938 dan mulai mengalami kenaikan pada 2017 sebesar 363.148 hingga pada 2018 mencapai 410.094. Buah alpukat mentega (*Persea Americana*) dapat memberikan keuntungan dan dapat berkembang dengan memperhatikan faktor eskternalitas yaitu petani menanam buah alpukat untuk memperoleh keuntungan dan meningkatkan pendapatan (Wahyuni, 2019). Salah satu daerah yang menyumbang produksi cukup tinggi bagi Jawa Tengah yaitu Kabupaten Semarang sebesar 18.375 ton atau 41,24%. Meskipun dalam skala nasional Kabupaten Semarang hanya menyumbang 4,48% namun

dalam 5 tahun terakhir produksi alpukat terus mengalami kenaikan produksi.

Tabel 3. Produksi Alpukat Nasional dan Kabupaten Semarang

No.	Skala	per tahun				
		2014	2015	2016	2017	2018
1	Nasional	307.326	382.542	304.938	363.148	410.094
2	Kabupaten Semarang	7.317	8.581	7.412	10.047	18.375

Sumber BPS, 2019

Salah satu penyebab kenaikan produksi alpukat adalah dikarenakan jumlah luas panen kebun alpukat yang terus bertambah. Luas daerah panen alpukat di Kabupaten Semarang terus bertambah setiap tahunnya ini tentu akan menambah jumlah hasil produksi alpukat yang dapat berkontribusi bagi kebutuhan alpukat nasional.

	2014	
	<ol style="list-style-type: none"> 1 Jawa Tengah 33.227 2 Jawa Barat 89.351 3 Jawa Timur 54.688 4 Sumatra Barat 42.464 	
	2014	
	<ol style="list-style-type: none"> 1 Nasional 22.214 2 Kabupaten Semarang 445,84 	
	2014	
	<ol style="list-style-type: none"> 1 Nasional 307.326 2 Kabupaten Semarang 7.317 	
<p>Gambar 1. Logo Pusbikat dan Produk Pusbikat (Sumber: https://www.facebook.com/pusbikat)</p>		

Daerah penghasil alpukat di Kabupaten Semarang salah satunya adalah Kecamatan Ambarawa, Usahatani alpukat di Ambarawa masih menggunakan alat tradisional dalam perawatan, penanaman dan pemanenannya. PUSBIKAT (pusat bibit dan buah alpukat) merupakan usaha perseorangan yang dirintis mulai tahun 2011 yang dimiliki oleh H. Agus Riyadi yang berlokasi di Baran Gembongan, Kabupaten Semarang. PUSBIKAT memiliki kebun disamping kantor sekaligus gudang serta kebun seluas 2 hektar. Selain menjual buah alpukat, PUSBIKAT juga menyediakan bibit yang dipasarkan dari Jawa hingga pulau

Sumtara. PUSBIKAT juga bermitra dengan daerah lain seperti Wonosobo dan Ampel.

Potensi peningkatan permintaan dan perkembangan buah alpukat menyebabkan pemilik kebun PUSBIKAT perlu memahami dan mengantisipasi peluang dan ancaman sehingga manajemen mudah dalam memperbaiki kekuatan internal perusahaan dan menyusun strategi optimal untuk meningkatkan keuntungan dan pendapatan perusahaan (Rangkuti, 2000). Analisis *Business Model Canvas* (BMC) digunakan untuk membantu usaha komoditas alpukat yang dilakukan oleh PUSBIKAT agar makin berkembang dan menghadapi persaingan. Business model canvas merupakan sarana identifikasi 9 elemen secara terstruktur dan sederhana yang dapat membantu manajemen sebuah bisnis dalam merancang operasional strategi bisnis yang akan dijalankan. Dalam Azizah (2022), terdapat 9 elemen dalam BMC yang perlu diidentifikasi dan dihubungkan satu dengan lainnya dengan teliti, yakni *customer segments*, *value proposition*, *channels*, *customer relationship*, *revenue streams*, *key resource*, *key activities*, *key partnership*, dan *cost structure*.

Metode

Penelitian ini dilakukan pada bulan Juni hingga Desember 2022 di PUSBIKAT Jl. Ambarawa-Bandung Km.03 Baran Gembongan, Kabupaten Semarang, Jawa Tengah. Pemilihan lokasi dilakukan secara sengaja (*Purposive*) dengan pertimbangan PUSBIKAT merupakan usaha di bidang pertanian yang telah menyuplai beberapa supermarket di Jawa dan Sumatra. Partisipan dalam penelitian ini Pemilik Usahatani, Bagian Pengepakan dan Grading, Koordinator, Tenaga Kerja.

Jenis dan metode penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari hasil wawancara dan observasi, data sekunder didapat dari jurnal, arsip, dan buku. Data yang diperoleh divalidasi dengan menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Triangulasi Sumber menggunakan teknik yang sama untuk memvalidasi data yang dikumpulkan dari beberapa sumber. Triangulasi teknik mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda.

Teknik analisis data metode yang dilakukan adalah dengan menggunakan pendekatan *business model canvas* untuk menilai dan menggambarkan elemennya yaitu *Customer Segments* (segmen pelanggan), *Value Propositions* (nilai yang ditawarkan), *Channels* (saluran pemasaran), *Customer Relationships* (Hubungan yang dibangun dengan pelanggan) *Revenue Streams* (sumber pendapatan), *Key Resources* (sumber daya utama), *Key Activities* (kegiatan operasional), *Key Partnerships* (mitra atau

kerjasama), *Cost Structure* (seluruh biaya yang dikeluarkan). *Business model canvas* digunakan untuk mengetahui Sembilan elemen yang terdapat di Pusbikat dan SWOT digunakan untuk perbaikan atau pembaharuan model bisnis yang baru untuk meningkatkan penjualan ataupun pendapatan PUSBIKAT.

Hasil dan Pembahasan

Kondisi Bisnis Alpukat Pusat Bibit dan Buah Alpukat (PUSBIKAT)

PUSBIKAT (pusat bibit dan buah alpukat) memiliki motto “Menebar manfaat untuk umat”. Komoditas utama tanaman alpukat yang dibudidayakan yaitu Wina, pangeran, alligator, lokal, niki, dan kendil. Sekarang jumlah karyawan tetap 16 tetapi dibagi menjadi 2 kelompok yaitu diarea Ambarawa dan Tenganan, dan 2 orang di bagian Grading/ penyotiran buah alpukat sebelum dikirim keluar kota. PUSBIKAT berada di Jl. Ambarawa-Bandungan Km.03 Baran Gembongan wilayah Kabupaten Semarang yang berbatasan dengan Kota Semarang di sebelah utara, Kota Salatiga di sebelah timur, Kabupaten Magelang di sebelah selatan, dan Kabupaten Temanggung di sebelah barat. Secara astronomis letak geografis Kabupaten Semarang berada di antara 110°14'54,7" - 10°39'33,3" Bujur Timur dan 7°3'57" - 7°30'00" Lintang Selatan. Secara umum, Kebun pusbikat berada pada ketinggian antara 300 - 800 mdpl dengan topografi datar sampai bergelombang dan sedikit berbukit.

PUSBIKAT melakukan grading dengan beberapa *grade* yaitu *Grade A,B,C*, dan *D*, untuk *Grade A* dan *B* diperuntukan *Modern Market*, sedangkan untuk *Grade C* dan *D* untuk pasar tradisional dan sebagainya. Penjualan alpukat PUSBIKAT Ambarawa lebih banyak dilakukan dalam jumlah besar seperti reseller, pasar tradisional, toko buah, dan *modern market (Transmart, Hypermart, Indogrosir dan Superindo)* yang berasal dari pulau Jawa hingga Sumatra. Namun perorangan yang dingin membeli beberapa kilo saja juga dapat langsung ke toko. Buah alpukat jenis Pangeran merupakan jenis yang paling banyak diminati oleh konsumen karena ukurannya yang cukup besar dan jarang ditemui.

Identifikasi dan Pemetaan *Business Model Canvas* di Pusbikat Ambarawa

Pemetaan diperoleh dari wawancara dengan partisipan yang sudah ditentukan di PUSBIKAT Ambarawa, dapat dilihat pada Gambar. 2 berikut adalah hasilnya.

<i>Key Partnerships</i>	<i>Key Activities</i>	<i>Value Propositions</i>	<i>Customer Relationships</i>	<i>Customer Segments</i>
<ul style="list-style-type: none"> ● Petani Alpukat ● Jasa Pengiriman 	<ul style="list-style-type: none"> ● Produksi buah, bibit tanaman, dan olahan ● Pemasaran 	<ul style="list-style-type: none"> ● Jenis alpukat ● Kualitas alpukat 	<ul style="list-style-type: none"> ● Potongan harga ● Menjaga kualitas ● Kejujuran 	<ul style="list-style-type: none"> ● Konsumen rumah tangga ● Pembeli grosir ● Pembeli eceran
	<i>Key Resources</i>		<i>Channel</i>	
	<ul style="list-style-type: none"> ● SDM ● Lahan ● Peralatan ● Bangunan/ toko ● Sarana Transportasi 		<ul style="list-style-type: none"> ● Secara langsung ● <i>Digital marketing</i> 	
<i>Cost Structures</i>			<i>Revenue Streams</i>	
<ul style="list-style-type: none"> ● Biaya usahatani ● Biaya pemasaran 			<ul style="list-style-type: none"> ● Penjualan alpukat ● Jasa 	

Gambar 2 Pemetaan Sembilan Elemen *Business Model Canvas* Di PUSBIKAT Ambarawa

a. Customer Segments

Kebutuhan pelanggan yang ingin buah alpukat dengan kualitas bagus dan beraneka jenis yang jarang ada di pasaran dapat ditemui di Pusbikat. Penjualan di Ambarawa lebih banyak dilakukan dalam jumlah besar seperti reseller, pasar tradisional, toko buah, dan *modern market* (*Transmart, Hypermart, Indogrosir dan Superindo*) yang berasal dari pulau Jawa hingga Sumatra. Namun perorangan yang dingin membeli beberapa kilo saja juga dapat langsung ke toko. Buah alpukat jenis Pangeran merupakan jenis yang paling banyak diminati oleh konsumen karena ukurannya yang cukup besar dan jarang ditemui.

b. Value Propositions

PUSBIKAT menawarkan kualitas buah alpukat dengan beberapa *grade* yaitu *Grade A,B,C, dan D*, jadi pelanggan tidak perlu khawatir akan kualitas buah yang dibeli karena buah alpukat sudah melewati proses *grading*. Jenis buah alpukat di Pusbikat juga beraneka ragam buah seperti Kali bening atau Pangeran, Wina, Aligator, lokal, niki, dan Kendil. Ini akan memberikan pengalaman baru bagi pembeli yang belum pernah membeli buah alpukat dengan varietas tersebut karena memiliki rasa dan karakteristik sendiri. Untuk pembelian buah alpukat di atas 200 kg akan mendapatkan gratis pengiriman di pulau Jawa sehingga memudahkan pembeli tidak perlu datang langsung ke toko.

c. Channel

Untuk menjangkau pelanggan Pusbikat memiliki toko PUSBIKAT (pusat bibit dan buah alpukat) yang terletak di Jl. Ambarawa-Bandungan Km.03 Baran Gembongan, Kabupaten Semarang. Disini pelanggan dapat memilih secara langsung buah berbagai jenis. Selain itu

untuk mempermudah pelanggan dapat membeli melalui media sosial *whatsapp*.

d. Customer Relationships

Untuk menjalin hubungan baik dengan konsumen, akan memprioritaskan pesanan dari pelanggan setianya. Pelanggan yang membeli secara besar dan berulang-ulang akan mendapatkan potongan harga, pelayanan yang optimal, dan jaminan ketersediaan barang ini dilakukan agar relasi dengan pelanggan tetap terjaga. PUSBIKAT juga memberikan jaminan kualitas dan garansi kepada pelanggan apabila ada kerusakan pada saat pengiriman, kerusakan yang dimaksud yaitu penurunan kualitas buah. Pembelian buah alpukat di atas 200 kg akan mendapat gratis ongkos kirim di Wilayah Pulau Jawa.

e. Revenue Streams

Pendapatan utama PUSBIKAT berasal dari penjualan buah alpukat segar dan bibit tanaman yang dipasarkan di Jawa dan Sumatra. Selain itu arus pendapatan PUSBIKAT tidak terganggu oleh kewajiban yang harus dibayarkan karena tidak memiliki pinjaman terhadap berbagai pihak. Selain itu PUSBIKAT melakukan kerjasama kemitraan dengan daerah lain yang ingin menanam alpukat, dimana warga daerah yang telah melakukan kerjasama akan di bimbing oleh koordinator dari PUSBIKAT dengan sistem bagi hasil dari penjualan buah alpukat.

f. Key Resources

Sumber daya utama yang terdapat di PUSBIKAT yaitu sumber daya manusia (SDM) dan sumber daya alam (SDA). PUSBIKAT memiliki 16 karyawan saat ini dengan sistem kerja harian. Dalam melakukan perekrutan tidak mempunyai syarat khusus yang penting ada keinginan bekerja, mau belajar, dan mau beribadah. Sumber daya alam di PUSBIKAT yaitu kebun yang terletak Baran Gembongan dengan luas 2 hektar. Saat ini peralatan yang digunakan masih menggunakan alat tradisional. PUSBIKAT memiliki bangunan di sebelah kebun yang digunakan sebagai kantor, tempat *grading*, dan gudang untuk penyimpanan buah alpukat. Selain itu PUSBIKAT juga memiliki dua kendaraan pick up yang dapat digunakan untuk distribusi buah ke pelanggan dan untuk melakukan panen.

g. Key Activities

Aktivitas kunci di PUSBIKAT dilakukan setiap hari, mulai dari jam 8 pagi hingga jam 4 sore, buah dapat dipanen sekitar 7 bulan setelah bunga mekar, untuk pemetikan buah lebih baik dilakukan pada pagi atau sore hari. Setelah melakukan pemanenan buah akan langsung dibawa ke gudang untuk selanjutnya dilakukan proses *grading* (pemilihan buah sesuai mutu). Alpukat akan dibagi menjadi 4 Grade yaitu A, B, C, dan D, dimana buah yang berkualitas baik yaitu grade A dan B akan langsung dikemas menggunakan kardus untuk di

distribusikan ke *modern market* (*Transmart, Hypermart, Indogrosir dan Superindo*) dan toko buah di pulau Jawa dan Sumatra. Sedangkan untuk grade C dan D akan dijual ke pasar tradisional atau ke usaha rumahan untuk diolah menjadi makanan di daerah sekitar.

h. Key Partnerships

Mitra utama yang dibangun oleh PUSBIKAT adalah petani yang bekerjasama dengan PUSBIKAT, petani yang bermitra merupakan pemasok utama untuk stok buah alpukat di PUSBIKAT. Dimana ketersediaan produk harus dapat memenuhi kebutuhan dari mitra dengan kualitas yang sudah terjamin. PUSBIKAT memasarkan hasil produksinya di berbagai *Modern Market* (*Transmart, Hypermart, Indogrosir dan Superindo*). PUSBIKAT juga menggunakan jasa pengiriman untuk menyalurkan bibit tanaman alpukat dan buah alpukat. Dengan adanya kemitraan ini memudahkan PUSBIKAT dalam memasarkan hasilnya. Namun dalam hal ini belum memiliki kontrak yang tetap dengan mitra.

i. Cost Structure

Biaya yang dikeluarkan PUSBIKAT terdiri dari biaya produksi dan biaya pemasaran. Biaya produksi yaitu biaya yang dikeluarkan untuk mendukung aktivitas usaha untuk membeli pupuk, pestisida, vitamin, peralatan, pembelian bahan bakar minyak, dan mengaji karyawan PUSBIKAT. Sedangkan biaya pemasaran merupakan pengeluaran untuk melakukan promosi dan distribusi ke para pelanggan.

Alternatif Strategi Business Model Canvas PUSBIKAT (pusat bibit dan buah alpukat)

Setelah melakukan pemetaan elemen Business Model Canvas tahap berikutnya yang dilakukan adalah analisis SWOT dengan menentukan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman di PUSBIKAT (pusat bibit dan buah alpukat). Alternatif strategi ini dapat digunakan sebagai acuan untuk merancang model bisnis baru. Berikut penjelasan dari masing-masing elemen pada alternatif model bisnis dapat dilihat seperti tabel 4 dibawah ini.

Tabel 4. Rumusan Alternatif Strategi

<p style="text-align: center;">EKSTERNAL</p>	<p>Strengths (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Semua Costumer (CS) 2. Berasal dari berbagai kalangan (CS) 3. Kualitas buah alpukat (VP) 4. Banyak pilihan varietas buah dan bibit (VP) 5. Pengantaran tepat waktu (C) 6. Memiliki alat transportasi sendiri (C) 7. Promosi (C) 8. Garansi dan kejujuran (CR) 9. Potongan harga dan pengiriman tepat waktu (CR) 10. Penjualan buah dan bibit alpukat (RS) 11. Tenaga kerja berkompeten (KR) 12. Sumber Daya Alam (KR) 13. Transportasi memadai (KR) 14. Pengawasan kerja (KA) 15. Teknik budidaya ramah lingkungan (KA) 16. Kerjasama dengan Mitra (KP) 17. Pusbikat mendapat keuntungan(CST) 	<p>Weakness (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pemasaran terbatas (CS) 2. Harga buah alpukat(VP) 3. Daya tahan buah (VP) 4. Kerusakan saat distribusi (C) 5. Belum melakukan penjualan <i>online</i> (C) 6. Belum melakukan penjualan online (CR) 7. Pembayaran di akhir (RS) 8. Peralatan tradisional (KR) 9. Biaya operasional tinggi (KA) 10. Tidak ada kontrak resmi (KP) 11. Biaya operasional tinggi (CST)
	<p>Opportunities (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Penggunaan market place (CS) 2. Pembuatan produk baru (VP) 3. Jasa pengiriman barang (C) 4. <i>Marketplace</i> (C) 5. Kerjasama dengan <i>marketplace</i> (CR) 6. Kontrak kerjasama (RS) 7. <i>Marketplace</i> (RS) 8. Agrowisata (KR) 9. Penggunaan teknologi baru (KA) 10. Kerjasama tetap(KP) 	<p>Strategi SO</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Pengembangan Pasar <ol style="list-style-type: none"> a. Produk baru, b. <i>Digital marketing</i>, c. Kontrak kerjasama, d. <i>e-Commerce</i>, e. Agrowisata,

<i>Threats (T)</i>	<i>Strategi ST</i>	<i>Strategi WT</i>
1. Masyarakat kurang tau jenis alpukat (VP)	❖ Memperkuat merek dagang a. <i>Digital marketing</i>	❖ Promosi dan inovasi produk a. <i>Digital Marketing</i>
2. Pengambilan saluran oleh pesaing (C)	b. Garansi dan potongan harga	b. <i>Marketplace</i>
3. Penawaran (CR)	c. Pameran	c. Biaya pembuatan produk baru
4. Pembayaran tidak tepat waktu (RS)	d. Kerjasama	
5. Perubahan cuaca (KR)		
6. Kenaikan harga(KR)		
7. Perubahan iklim dan serangan hama (KA)		
8. Mitra menghasilkan produk yang sama (KP)		
9. Kebijakan pemerintah (CST)		

Keterangan:

(CS) *Costumer Segment*

(CR) *Customer Relationships*

(KP) *Key Partnership*

(VP) *Value Propositions*

(RS) *Revenue Streams*

(KA) *KeyActivities*

(C) *Channels*

(KR) *Key Resources*

(CST) *Cost Structures*

Alternatif Strategi *Business Model Canvas* di Pusbikat Ambarawa

Setelah sembilan elemen *Business Model Canvas* saat ini di analisis pada PUSBIKAT (pusat bibit dan buah alpukat) dan menetapkan hasil analisis SWOT, maka diperoleh alternatif *Business Model Canvas* yang baru. Berikut adalah perbaikan *Business Model Canvas* pada PUSBIKAT (pusat bibit dan buah alpukat) dapat dilihat pada Gambar. 3 dibawah ini.

<i>Key Partnerships</i>	<i>Key Activities</i>	<i>Value Propositions</i>	<i>Customer Relationships</i>	<i>Customer Segments</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Petani Alpukat • Jasa Pengiriman ✓ Pemerintah ✓ Marketplace 	<ul style="list-style-type: none"> • Produksi buah, bibit tanaman, dan olahan • Pemasaran ✓ Pelayanan online ✓ Pembaruan cara budidaya <hr/> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Key Resources</i> • SDM • Lahan • Peralatan • Bangunan/toko • Sarana transportasi ✓ Pemanfaatan teknologi baru ✓ Agrowisata 	<ul style="list-style-type: none"> • Jenis alpukat • Kualitas alpukat ✓ Penambahan merek dan informasi buah 	<ul style="list-style-type: none"> • Potongan harga • Menjaga kualitas • Kejujuran ✓ Media sosial <hr/> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Channel</i> • Secara langsung • Digital marketing ✓ Penambahan digital marketing ✓ Event atau pameran pertanian 	<ul style="list-style-type: none"> • Konsumen rumah tangga • Pembeli grosir • Pembeli eceran ✓ Milenial
<i>Cost Structures</i>			<i>Revenue Streams</i>	
<ul style="list-style-type: none"> • Biaya Usahatani • biaya pemasaran ✓ Biaya pembuatan produk baru dan promosi 			<ul style="list-style-type: none"> • Penjualan alpukat dan bibit • Jasa ✓ Produk olahan 	

✓ Keterangan: penambahan komponen baru

Gambar 4.3 Perbaikan Business Model Canvas

a. Customer Segments (Segmen Pelanggan)

Dalam pengembangan usaha Pusbikat memiliki peluang untuk menambah komponen baru yaitu gen Z atau kaum milenial. Selain itu PUSBIKAT (pusat bibit dan buah alpukat) harus memperluas pasar dengan menargetkan milenial yang ingin melakukan pembelian *online* apalagi saat ini kaum milenial tidak bisa lepas dari *gadget* dan media sosial. Dengan adanya perbaikan ini diharapkan Pusbikat dapat menambah keuntungan dari segmen baru.

b. Value Proporsitions (Proporsi Nilai)

Penambahan yang diperlukan PUSBIKAT adalah penambahan merek dan informasi alpukat pada setiap buah, agar konsumen tau bahwa alpukat yang dikonsumsi merupakan produk PUSBIKAT. Pelanggan dapat menemukan nilai dalam sebuah produk dari nama atau merek yang terdapat pada produk (Osterwalder & Yves, 2012).

c. Channels (Saluran)

Penambahan *digital marketing* seperti iklan di internet dan media sosial, karena dengan kemajuan teknologi akan memudahkan PUSBIKAT dalam mempromosikan produk sehingga

akan lebih dikenal. Dengan produk yang sudah banyak dikenal akan meningkatkan kepercayaan konsumen dan menjadi daya tarik sendiri. Selain dengan *digital marketing* PUSBIKAT juga dapat mengikuti *event* buah lokal atau pameran pertanian yang diadakan sebagai penunjang produk agar dikenal oleh pelanggan.

d. Customer Relationships (Hubungan Pelanggan)

Saat ini Pusbikat baru menggunakan media sosial seperti *Whatsapp*, *Instagram* dan *Facebook*. Untuk kedepannya diharapkan dilakukan penambahan media sosial yang digunakan seperti Tiktok atau media social lainnya, dengan penambahan ini memudahkan calon pembeli dalam mengetahui produk di berbagai media sosial. Dengan penyediaan pelayanan baik sehingga memuaskan mereka (Osterwalder & Yves, 2012).

e. Revenue Streams (Arus Pendapatan)

Kedepanya dengan akan adanya produk olahan baru dapat menambah *value propositions* dan pendapatan. Dengan semakin majunya teknologi masyarakat menginginkan produk yang praktis yaitu produk yang mudah dinikmati. Penciptaan produk baru diharapkan meningkatkan pendapatan PUSBIKAT dengan menggunakan buah alpukat yang tidak dapat masuk ke *modern market* (*Transmart*, *Hypermart*, *Indogrosir* dan *Superindo*) sehingga tidak ada buah terbuang.

f. Key Resources (Sumber Daya Utama)

Elemen *Key Resources* di PUSBIKAT harus menambah komponen yaitu pemanfaatan alat dan teknologi baru. Yang dimaksud yaitu untuk peningkatan teknologi sebelumnya yang sudah ada.

Dengan teknologi tersebut diharapkan dapat meningkatkan produktivitas sehingga dapat meningkatkan pendapatan. Teknologi baru dapat berupa cara budidaya yang lebih efektif ataupun pembuatan olahan dari buah alpukat. Selain itu pembuatan agrowisata juga dapat berkembang, dengan keadaan alam yang mendukung, dimana terletak di daerah pegunungan dengan udara yang sejuk dapat menjadi daya tarik masyarakat yang ingin memetik buah alpukat secara langsung.

g. Key Activities (Aktivitas Kunci)

Perlu ditambahkan admin atau divisi yang khusus mengawasi penjualan dan promosi. Seperti yang diketahui sekarang masyarakat sudah banyak yang menggunakan *hanphone*. Ini memudahkan pelanggan mengetahui produk, komunikasi, serta dapat melakukan pembelian. Karena dengan sumber daya manusia yang baik maka produksi dan operasional perusahaan dapat berjalan lancar dan mencapai target perusahaan sehingga mendapat

keuntungan (Osterwalder & Yves, 2012). Dilakukannya pembaharuan produk seperti jenis buah alpukat yang baru ataupun adanya produk olahan, ini akan menarik pelanggan untuk melakukan pembelian. Pembaruan teknik budidaya juga dapat dilakukan, dengan mengubah teknik budidaya atau menggunakan alat yang lebih modern diharapkan dapat menghemat waktu.

h. Key Partnerships (Mitra Utama)

Melakukan kerja sama sistem kontrak dengan jasa pengiriman barang agar memudahkan saat distribusi dan tidak di ambil oleh kompetitor. Penggunaan *marketplace* yang ada di Indonesia seperti *Tokopedia, Shopee, Buka Lapak, Lazada*. Selain itu PUSBIKAT dapat melakukan kontrak kerja sama dengan mitra. Kerjasama dengan pemerintah dapat dilakukan dalam bentuk penjualan baik luar ataupun dalam negeri, pameran pertanian, dan untuk menguji kandungan buah alpukat.

i. Cost Structure (Struktur Biaya)

Biaya tambahan yang diperlukan yaitu biaya pembuatan produk baru, karena akan melakukan promosi produk supaya cepat diketahui konsumen. Kemudian penambahan tenaga kerja dibidang keuangan untuk penjualan online.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil indentifikasi dengan *Business Model Canvas*, PUSBIKAT telah menjalankan model bisnis dengan menawarkan kualitas buah dan pelayanan optimal kepada pelanggan. Untuk menambah jangkau dan menambah pendapatan perlu dilakukan pemaharuan strategi pada *Business Model Canvas* yang sudah ada. Alternatif strategi pengembangan usaha di PUSBIKAT dengan menambahkan aktivitas pada Sembilan elemen *Business Model Canvas* yang selama ini belum dilakukan. *Costumer Segments* menargetkan milenial, *Value Propositions* merek dan informasi pada setiap buah, *Channels* penambahan media *online*, *Costumer Relationships* ditambahkan media sosial Tiktok untuk mengetahui produk secara visual, *Revenue Streams* pemanambahan produk olahan, *Key resources* penggunaan teknologi baru, *Key Activities* melakukan penambahan tenaga kerja, *key Patnerships* kerjasama dengan sistem kontrak, dan penggunaan *marketplace*, dan *Cost Structures* biaya pembuatan produk baru dan promosi.

Daftar Pustaka

Adhitya, D., & Eka, M. (2016). Analisis Model Bisnis Pada Bisnis Sepatu Guten.inc Menggunakan Model Bisnis Canvas. *Sosioteknologi*, 15(3), 323-333.

- Afni, S. N., Juita, N. R., & Sayekti, A. S. (2017). Analisis Usahatani Alpukat Di Kabupaten Solok Provinsi Sumatra Barat. *JURNAL MASEPI*, 2(1).
- Badan Pusat Statistik (BPS), 2018. *Luas Panen Buah Alpukat Kabupaten Semarang 2018*: Badan Pusat Statistik Jawa Tengah.
- Badan Pusat Statistik (BPS), 2018. *Produksi Tanaman Buah Buahan Kabupaten Semarang 2018*: Badan Pusat Statistik Kabupaten Semarang.
- Badan Pusat Statistik (BPS), 2018. *Luas Panen Buah Alpukat Nasional 2018*: Badan Pusat Statistik Republik Indonesia..
- Badan Pusat Statistik (BPS), 2018. *Produksi Tanaman Buah Buahan Nasional 2018*: Badan Pusat Statistik Republik Indonesia.
- Gunawan, I. (2016). *Metode penelitian kualitatif : teori dan praktik*. Jakarta: Bumi Aksara. <https://www.facebook.com/pusbikat> (Diakses pada 10 februari 2023)
- Herawati, N., Liandriati, T., & Ida, S. B. (2019). Penerapan Bisnis Model Kanvas Dalam Penentuan Rencana Manajemen Usaha Kedelai Edamame Goreng. *Agroteknologi*, 13(1), 42-51.
- Kurniasari, R., & Kartikasari, D. (2018). Penerapan Model Bisnis Kanvas Terhadap Bisnis Jasa Angkut Penumpang Pada PT. Internasional Golden Shipping. *JOURNAL OF APPLIED MANAGERIAL ACCOUNTING*, 2(1), 6-14.
- Luthan, M. Z., Winandi, R., & Rifin, A. (2019). Analisis Pengembangan Model Bisnis Kanvas Perusahaan Holtikultura. *Forum Agribisnis: Agribusiness Forum*, 9(2), 185-199.
- Nugrahani, F. (2015). *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*. Surakarta: Cakrabooks.
- Osterwalder, A., & Yves, P. (2012). *Bussines Model Generation*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Permadi, B., Nurmalina, R., & Kirbrandoko. (2016). Analisis Pengembangan Model Bisnis Kanvas CV Kandura Keramik Bandung. *JURNAL APLIKASI MANAJEMEN*, 14(1), 88-97.
- Rangkuti, F. (2000). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rukmana, R. (1997). *Alpukat*. Jakarta: Kanisius. Shinta, A. (2011). *Ilmu Usahatni*. Malang: UB Press.
- Solihah, E., Hubeis, A. V., & Maulana, A. (2014). Analisis Model Bisnis Pada KNM Fish Farm Dengan Pendekatan Business Model Canvas. *J. Sosek KP*, 9(2), 185-194.
- Wahyuni, S. (2019). Analisis Pendapatan Usahatani Alpukat Di Kecamatan Banding Agung Kabupaten Ogan Komering Ulu Selatan. *JASEP*, 5(1), 69-73.
- Wijaya, L. E., & Indriyani, R. (2016). Analisis Business Model Canvas Pada CV. Kayu Murni Surabaya. *AGORA*, 4(2), 304-313.