

ANALISIS BUSSINESS MODEL CANVAS USAHA TANI KELOMPOK TANI ORONG REA BAWA DESA SEBASANG KECAMATAN MOYO HULU

Ghia Gusdiawan Vinansyah, Dedy Heriwibowo, Rudi Masniadi

Program Studi Magister Manajemen Inovasi Universitas Teknologi Sumbawa
Jalan Raya Olat Maras, Moyo Hulu, Batu Alang, Sumbawa Besar, Nusa Tenggara Barat

Corresponden Author : ghia.gv@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk memetakan model bisnis dan mengetahui strategi pengembangan usaha tani yang dapat dijalankan oleh kelompok tani Orong Rea Bawa di Desa Sebasang Kecamatan Moyo hulu. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deksriptif. Metode yang digunakan adalah gabungan metode kualitatif dan metode kuantitatif. Pengumpulan datanya menggunakan metode wawancara, observasi, *focus group discussion* (FGD), dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa beberapa strategi pengembangan yang perlu dilakukan oleh kelompok tani Orong Rea Bawa yaitu, pertama memanfaatkan bantuan dana dari pemerintah. Kedua, mengadakan Pelatihan dalam pemanfaatan limbah pertanian menjadi produk. Ketiga, menambah penggunaan ragam mesin pertanian. Keempat, mengadakan Pelatihan kewirausahaan dan manajemen usaha tani. Kelima, Pelatihan dalam pencegahan hama dan penyakit. Keenam, diversifikasi produk untuk menambah pendapatan. Ketujuh, Meningkatkan kerjasama dalam mengembangkan usaha untuk menambah produk.

Kata kunci: *Business Model Canvas*, usaha tani, budidaya

Abstract

This study aims to map the business model and find out the farming business development strategy that can be run by the Orong Rea Bawa farmer group in Sebasang Village, Moyo Hulu District. This type of research used is descriptive research. The method used is a combination of qualitative methods and quantitative methods. The data collection uses interviews, observation, focus group discussion (FGD), and documentation. The results of the study show that several development strategies need to be carried out by the Orong Rea Bawa farmer group, namely, first, utilizing financial assistance from the government. Second, holding training in the utilization of agricultural waste into products. Third, increase the use of a variety of agricultural machinery. Fourth, holding entrepreneurship training and farming management. Fifth, training in pest and disease prevention. Sixth, product diversification to increase revenue. Seventh, Increase cooperation in developing businesses to add products.

Keywords : *Business Model Canvas, farming, cultivation*

A. PENDAHULUAN

Sektor pertanian memiliki persoalan yang kompleks. Peningkatan kesejahteraan petani tidak akan terwujud jika hanya memperhatikan sarana produksi saja, melainkan juga harus memperhatikan berbagai aspek lainnya, misalnya aspek pasar, harga, dan trend yang sedang terjadi. Sarana produksi mungkin dapat meningkatkan produktivitas. Namun apabila tidak disertai dengan aspek pasar,

peningkatan produktivitas tidak akan memberi arti bagi petani.

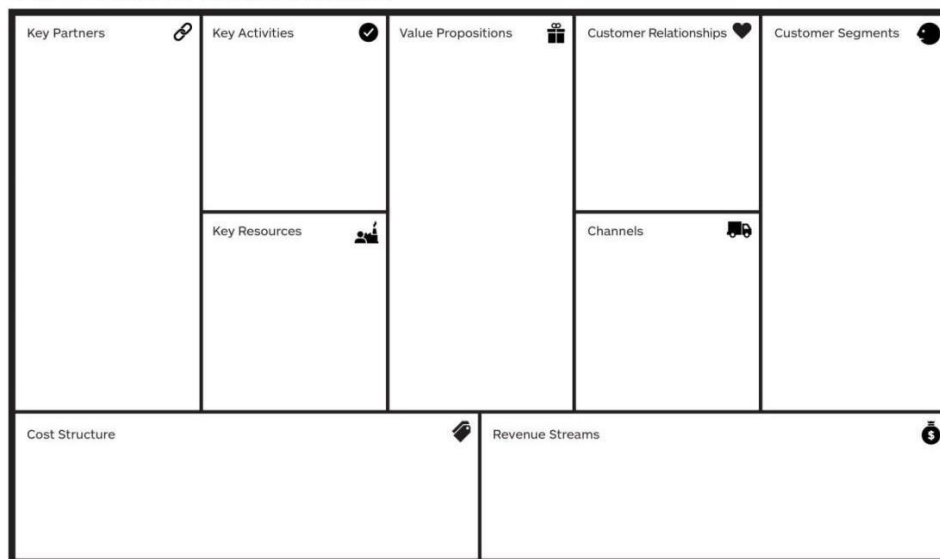
Untuk menyelesaikan masalah yang kompleks, diperlukan inovasi pada level sistem yang mentransformasi sistem yang lama menjadi sistem baru yang lebih baik. Inovasi sistem dapat dipahami sebagai kombinasi dari pola pikir sistem (*systems thinking*) dan proses inovasi yang memungkinkan terjadinya perubahan transformatif pada sebuah sistem yang kompleks (Anonim, 2021).

Sebuah bisnis model dapat di Interpretasikan sebagai sebuah Blue Print dari sebuah organisasi bisnis. Bisnis model ini harus inovatif agar Organisasi bisnis mampu bertahan di tengah cepatnya perubahan lingkungan bisnis (Freund, 2009 dalam Benarda, 2017).

Sebagai blueprint, bussiness model berarti memiliki kemampuan untuk diimplementasi secara luas, hal ini sejalan dengan definisi inovasi menurut Błazszyk (2020) yang mendeskripsikan inovasi sebagai penemuan yang dapat digunakan dan diimplemestasikan dalam skala besar atau oleh semua orang. Jadi, BMC sebagai suatu metode menciptakan bussiness model, dapat digunakan menghasilkan suatu inovasi sistem bila bussiness model yang dihasilkan merupakan sistem baru yang dapat diimplementasikan oleh semua orang.

Untuk mencapai tujuan tersebut, maka penulis tertarik melakukan

The Business Model Canvas



Gambar 1. Bussiness Model Canvas (BMC)

Customer segment atau segmen pelanggan berisi daftar pihak yang menggunakan jasa/produk dari organisasi dan mereka yang berkontribusi dalam memberikan penghasilan bagi organisasi. Pelanggan pada umumnya merujuk kepada pihak yang membayar atas jasa/produk yang dibelinya secara langsung.

Value propositions perusahaan adalah

penelitian terhadap usaha tani yang dilakukan kelompok tani Orong Rea Bawa dengan metode BMC dan SWOT untuk menghasilkan inovasi dalam usaha tani oleh kelompok tani Orong Rea Bawa.

B. LANDASAN TEORI

1. Bussiness Model Canvas (BMC)

Menurut *Osterwalder & Yves Pigneur* (2014) dalam Safitri (2020) menjelaskan bahwa BMC terdiri dari sembilan blok bangunan bisnis. Blok bangunan ini berisi beberapa bagian penting yang menjelaskan tentang bagaimana suatu organisasi menciptakan manfaat dan juga mendapat keuntungan dari para pelanggannya. Adapun bagian-bagian dalam BMC meliputi *Value Proposition, Customer Segment, Customer Relationship, Channels, Revenue Streams, Cost Structure, Key Resources, Key Activities*, dan *Key Partnership*.

nilai (atau manfaat) yang diberikannya kepada kliennya. Menurut Kotler (1996) dalam Safitri (2020) *Value Propositions* menggambarkan bagaimana sebuah perusahaan memberikan nilai terbaik kepada pelanggannya berdasarkan proposisi nilai perusahaan saat ini.

Channels (saluran) adalah aspek yang menentukan cara berkomunikasi dengan

klien di segmen mereka dan cara mengomunikasikan penawaran nilai mereka. Faktor-faktor yang memungkinkan perusahaan berinteraksi dengan pelanggannya adalah saluran komunikasi, distribusi, dan penjualan (Tim PPM Manajemen, 2012 dalam Safitri, 2020).

Customer Relationship (hubungan pelanggan) adalah proses membangun dan memelihara hubungan dengan pelanggan dengan tujuan menarik pelanggan baru (akuisisi), mempertahankan pelanggan yang sudah ada (retensi), dan menyediakan produk atau layanan lama dan baru kepada pelanggan yang sudah ada (Tim PPM Manajemen, 2012 dalam Safitri, 2020).

Revenue Streams atau Arus masuk adalah cara perusahaan menghasilkan uang dari setiap segmen konsumen. Keberadaan organisasi tergantung pada aliran keuangan (Tim PPM Manajemen, 2012 dalam Safitri, 2020).

Key Resources (sumber Daya Utama) adalah aset paling kritis yang menentukan kinerja model bisnis. Aset yang tak ternilai ini memungkinkan perusahaan untuk memberikan nilai yang ditawarkan kepada kliennya (Tim PPM Manajemen, 2012 dalam Safitri, 2020).

Key Activities (aktivitas inti) adalah aktivitas yang mendefinisikan kinerja model bisnis. Aktivitas kunci, seperti sumber daya utama, memainkan peran penting dalam memberikan proposisi nilai (Tim PPM Manajemen, 2012 dalam Safitri, 2020).

Key partnerships adalah partner dalam operasional organisasi. Organisasi memerlukan kolaborasi ini karena berbagai alasan, yang paling umum adalah: penghematan karena kurangnya skala ekonomi, pengurangan risiko, perolehan sumber daya, atau pembelajaran (Tim PPM Manajemen, 2012 dalam Safitri, 2020).

Cost Structure atau Struktur biaya menguraikan semua biaya yang dikeluarkan sebagai akibat dari penggunaan model bisnis ini.

Semua upaya untuk mengaktualisasikan Proposisi Nilai melalui saluran yang tepat,

Sumber Daya Utama, dan Aktivitas Utama yang dapat diandalkan membutuhkan biaya finansial. Strategi perusahaan yang dipilih, apakah itu menguntungkan biaya murah atau keuntungan luar biasa, berdampak pada struktur biaya (Tim PPM Manajemen, 2012 dalam Safitri, 2020).

2. Usaha Tani

Usaha tani adalah kegiatan usaha manusia untuk mengusahakan tanahnya dengan maksud untuk memperoleh hasil tanaman atau hewan tanpa mengakibatkan berkurangnya kemampuan tanah yang bersangkutan untuk memperoleh hasil selanjutnya. Usahatani sebagai organisasi dari alam, kerja, dan modal yang ditujukan kepada produksi di sektor pertanian (Salikin, 2003 dalam Yuliana, 2017).

Tri Tunggal Usahatani adalah suatu konsep yang di dalamnya terdapat tiga fondasi atau modal dasar dari kegiatan usahatani. Tiga modal dasar tersebut adalah petani, lahan dan tanaman atau ternak. Petani memiliki suatu kedudukan yang memegang kendali dalam menggerakkan kegiatan usahatani (Soeharjo dan Patong, 1999 dalam Safitri, 2020).

3. Inovasi Sistem

Dalam klasifikasi inovasi berdasarkan bentuknya, inovasi-inovasi digolongkan ke dalam tiga bentuk yaitu inovasi produk, inovasi layanan, dan inovasi proses. Jika dilihat dari sudut pandang sistem, maka ketiga bentuk inovasi diatas merupakan inovasi yang hanya fokus pada satu komponen dalam sebuah sistem. Fokus sempit dalam penerapan inovasi dapat dengan mudah terabaikan oleh proses perubahan yang lebih luas.

Permasalahan yang kita hadapi seperti kemiskinan, kerusakan lingkungan, pemanasan global, dll. merupakan masalah kompleks yang dipengaruhi oleh banyak faktor yang saling terkait. Pemberlakuan inovasi produk/proses sebagai solusi bagi masalah yang kompleks hanya akan

memindahkan masalah dari satu komponen ke komponen lainnya yang ada dalam sebuah sistem. Untuk menyelesaikan masalah yang kompleks, diperlukan inovasi pada level sistem yang mentransformasi sistem yang lama menjadi sistem baru yang lebih baik. Inovasi sistem dapat dipahami sebagai kombinasi dari pola pikir sistem (*systems thinking*) dan proses inovasi yang memungkinkan terjadinya perubahan transformatif pada sebuah sistem yang kompleks (Anonim, 2021).

4. Analisis SWOT

SWOT adalah singkatan dari *strengths* (kekuatan), *weaknesses* (kelemahan), *opportunities* (peluang), dan *threats* (ancaman). Analisis SWOT mengatur kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman utama anda ke dalam daftar yang terorganisir dan biasanya disajikan dalam bilah kisi-kisi yang sederhana.

Strengths (kekuatan)

dan *weaknesses* (kelemahan) adalah berasal dari internal perusahaan Anda. hal-hal yang dapat Anda kontrol dan dapat berubah. Contohnya termasuk siapa yang ada di tim Anda, paten dan properti intelektual Anda, dan lokasi Anda. *Opportunities* (peluang) dan *threats* (ancaman) adalah hal eksternal yang mempengaruhi bisnis atau hal-hal yang terjadi di luar perusahaan Anda pada pasar yang lebih besar. Anda dapat memanfaatkan peluang dan melindungi dari ancaman, tetapi Anda tidak dapat mengubahnya. Contohnya termasuk pesaing, harga bahan baku, dan tren belanja pelanggan.

Sebagai metode yang mempermudah dalam melakukan perencanaan strategi yang secara khusus di bidang bisnis, analisa SWOT memiliki tujuan utama memudahkan pemetaan faktor-faktor penting, memprediksi berbagai masalah yang mungkin timbul, mengetahui posisi perusahaan di tengah pusaran persaingan, memberi kesempatan untuk perusahaan berkembang lebih pesat, memudahkan pengambilan keputusan

C. METODE

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deksriptif. Metode yang digunakan adalah gabungan metode kualitatif dan metode kuantitatif. Data kualitatif dikumpulkan dengan melakukan wawancara mendalam, *focus group discussion* (FGD), dan observasi, sedangkan data kuantitatif menggunakan kuesioner yang berupa analisis SWOT untuk mengevaluasi model bisnis.

Penelitian dilakukan pada kelompok tani Orong Rea Bawa di Desa Sebasang Kecamatan Moyo hulu, Kabupaten Sumbawa, NTB. Penelitian dilakukan pada bulan Oktober tahun 2022.

Sumber data primer yang digunakan untuk penelitian ini adalah hasil *focus group discussion* (FGD) dan wawancara secara langsung dan tidak langsung dengan subyek penelitian, yaitu anggota kelompok tani Orong Rea bawa selaku pemilik usaha tani sebagai informan utama untuk mengetahui keseluruhan proses operasional usaha, serta beberapa informan pendukung dalam wawancara seperti, penyuluh pertanian pembina kelompok tani Orong Rea Bawa, dan Buruh tani. Data primer yang diperoleh adalah terkait dengan segmen pelanggan, proposisi nilai, saluran, hubungan pelanggan, arus pendapatan, sumberdaya utama, aktivitas kunci, kemitraan utama, dan struktur biaya. Sumber data sekunder yang digunakan di dalam penelitian ini diperoleh dari studi kepustakaan yang berupa literatur jurnal atau penelitian yang berkaitan dengan business model canvas, SWOT, dan usaha tani, serta data tambahan yang diperlukan terkait penelitian ini. Selain itu data sekunder juga diperoleh dari beberapa *website*.

Dalam melakukan penelitian ini, penulis membagi kegiatan ke dalam lima tahapan, (1) tahapan perencanaan yang terdiri dari observasi, wawancara, studi pustaka, serta menentukan masalah dan tujuan; (2) pengumpulan data yang terdiri dari merumuskan variable faktor SWOT

dan melakukan *Focus Group Discussion* (FGD); (3) tahap pemetaan bisnis model; (4) tahap analisis SWOT terdiri dari matriks Internal Strategic Factor Analysis Summary

(IFAS) dan External Strategic Factor Analysis Summary (EFAS), matriks Internal Eksternal (IE), dan matriks SWOT; (5) tahap penilaian strategi

No	Indikator Faktor Kekuatan	Bobot	Rating	Score
1	Faktor kekuatan 1			
2	Faktor kekuatan 2			
Total Faktor kekuatan				
No	Indikator Faktor Kelemahan	Bobot	Rating	Score
1	Faktor kelemahan 1			
2	Faktor kelemahan 2			
Total Faktor kelemahan				
Total faktor Internal				

Gambar 2. Matriks IFAS

No	Indikator Faktor Peluang	Bobot	Rating	Score
1	Faktor peluang 1			
2	Faktor peluang 2			
Total Faktor peluang				
No	Indikator Faktor Ancaman	Bobot	Rating	Score
1	Faktor ancaman 1			
2	Faktor ancaman 2			
Total Faktor ancaman				
Total faktor Eksternal				

Gambar 3. Matriks EFAS

Analisis IFAS dan EFAS digunakan untuk menentukan strategi yang paling tepat digunakan dalam perumusan rekomendasi perencanaan. Dalam analisis ini dilakukan penilaian dengan memberi nilai bobot dan nilai rating terhadap faktor yang telah ditentukan. Nilai bobot ditentukan berdasarkan tingkat kepentingan pada

masing-masing faktor. Nilai rating ditentukan berdasarkan tingkat pengaruh faktor terhadap lokasi studi dalam upaya perencanaan. Nilai bobot dan nilai rating ditentukan oleh anggota kelompok tani Orong Rea Bawa dalam forum FGD.

Nilai bobot 0,0 diberikan pada faktor dengan nilai terendah dan 1,0 untuk

faktor dengan nilai tertinggi. Nilai rating untuk faktor kekuatan dan peluang, nilai 1 terendah dan nilai 4 tertinggi. Sedangkan nilai rating untuk faktor kelemahan dan

ancaman, nilai 4 terendah dan nilai tertinggi. Nilai rating dan nilai bobot dari suatu faktor dikalikan sehingga diperoleh jumlah skor untuk faktor tersebut.

Posisi (Nilai)	Kuat EFI (3.00 – 4.00)	Sedang EFI (2.00 – 2.99)	Lemah EFI (1.00 – 1.99)
Tinggi EFE (3.00 – 4.00)	Kuadran 1 Tumbuh & Bangun	Kuadran 2 Tumbuh & Bangun	Kuadran 3 Bertahan
Sedang EFE (2.00 – 2.99)	Kuadran 4 Tumbuh & Bangun	Kuadran 5 Bertahan	Kuadran 6 Likuidasi & Divestasi
Rendah EFE (1.00 – 1.99)	Kuadran 7 Bertahan	Kuadran 8 Likuidasi & Divestasi	Kuadran 9 Likuidasi & Divestasi

Gambar 4. Matriks Internal Eksternal

Matriks internal-eksternal ini dikembangkan oleh model General Electric (GE-Model). Sumbu horizontal pada matrik IE menunjukkan skor total IFAS, sedangkan pada sumbu vertikal menunjukkan skor nilai EFAS. Pada sumbu horizontal skor antara 1,00 sampai 1,99 menunjukkan posisi internal lemah. Skor 2,00 sampai 2,99 menunjukkan rata-rata.

Pada sumbu horizontal skor antara 1,00 sampai 1,99 menunjukkan posisi internal lemah. Skor 2,00 sampai 2,99 menunjukkan rata-rata. Skor 3,00 sampai 4,00 menunjukkan posisi internal kuat. Begitu juga pada sumbu vertikal yang menunjukkan pengaruh eksternal (Rangkuti, 2015 dalam Sari dan Oktafianto, 2017).

Eksternal / Internal	Kekuatan [Strengths]	Kelemahan (Weaknesses)
Peluang (Opportunities)	Strategi S-O	Strategi W-O
Ancaman (Threats)	Strategi S-T	Strategi W-T

Gambar 5. Matriks SWOT

Analisis SWOT dilakukan dengan mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang ada pada usaha kelompok tani Orong Rea bawa. ke dalam Matriks SWOT supaya dihasilkan strategi-strategi yang dapat digunakan untuk mengembangkan usaha kelompok tani Orong Rea bawa.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pemetaan BMC Usaha Tani Kelompok Tani Orong Rea Bawa

Pada bagan *value propositions*, diketahui bahwa pada kegiatan usaha tani

yang dilakukan kelompok tani Orong rea Bawa Produk yang dijual adalah gabah

Pada bagan *customer segments*, diketahui bahwa Kelompok tani Orong rea Bawa menjual hasil usaha taninya hanya kepada segmen pelanggan di dalam Kecamatan Moyo Hulu yaitu pedagang pengumpul desa.

Pada bagan *channels*, diketahui bahwa pada usaha tani yang dilakukan kelompok tani Orong rea Bawa, Saluran utama yang menyambungkan semua anggota kelompok tani Orong rea Bawa

sebagai petani pemilik usaha tani dengan PPDs pelanggannya adalah melalui *Owned channel*. *Owned Channel* merupakan jenis saluran milik sendiri dimana petani sebagai produsen secara langsung menghantarkan produk kepada pelanggan tanpa perantara.. Pada bagan *customer relationship*, diketahui bahwa pada usaha tani yang dilakukan kelompok tani Orong rea Bawa, Saluran utama yang menyambungkan semua anggota kelompok tani Orong rea Bawa sebagai petani pemilik usaha tani dengan PPDs pelanggannya adalah melalui *Owned channel*. *Owned Channel* merupakan jenis saluran milik sendiri dimana petani sebagai produsen secara langsung menghantarkan produk kepada pelanggan tanpa perantara..

Pada bagan *revenue streams*, diketahui bahwa arus pendapatan yang diterima oleh anggota-anggota kelompok tani Orong rea Bawa berasal dari dua sumber, yaitu penjualan gabah dan penyewaan mesin bajak sawah.

Pada bagan *key activities*, diketahui bahwa aktivitas kunci yang dilakukan oleh usaha tani kelompok tani orong rea bawa adalah budidaya padi, penanganan pasca panen padi, dan penjualan.

Pada bagan *key resources*, diketahui bahwa sumber daya yang dimiliki oleh kelompok tani orong rea bawa adalah sumber daya fisik berupa lahan sawah mesin bajak, serta alat pertanian meliputi cangkul, parang, penggaris sawah, arit, dan alat semprot pertanian, sumber daya manusia terdiri dari tenaga kerja dalam keluarga , petani pemilik usaha tani lain, dan buruh tani, sumberdaya finansial berupa modal dana dari dana pribadi.

Pada bagan *key partnerships*, diketahui bahwa dalam melakukan proses bisnis utamanya, kelompok tani Orong Rea Bawa sebagai petani pemilik usaha tani bekerja sama dengan buruh tani, penyuluh pertanian, dan petani pemilik usaha tani lain.

Pada bagan *cost structure*, diketahui bahwa biaya yang dikeluarkan adalah biaya tetap yang terdiri dari biaya penyusutan alat,

dan pajak tanah, dan biaya variabel yang terdiri dari biaya pembelian benih, pupuk, karung, upah buruh tani dan obat-obatan pertanian.

2. Pengembangan Usaha Tani Kelompok Tani Orong Rea Bawa dengan Analisis SWOT

Dari hasil wawancara dan FGD ditentukan faktor kekuatan, faktor kelemahan, faktor peluang dan faktor ancaman pada usaha tani oleh kelompok tani Orong Rea Bawa.

Faktor kekuatan terdiri dari komunikasi aktif dengan penyuluh pertanian, terbuka terhadap teknologi baru, tersedia petani dan tenaga kerja terampil, memanfaatkan bantuan pemerintah dan administrasi lengkap. Faktor kelemahan terdiri dari Kerjasama terbatas dan Bergantung pada satu produk. Faktor peluang terdiri dari Adanya permintaan langsung dari konsumen terhadap beras, Adanya alat/mesin pertanian untuk tiap tahap budidaya, Adanya peluang penambahan pendapatan dengan menjual limbah pertanian berupa jerami dan olahannya, dan Adanya pinjaman modal dari pemerintah. faktor ancaman terdiri dari Adanya risiko gagal panen karena serangan hama dan penyakit dan Adanya kenaikan biaya variabel.

Berdasarkan matriks IFAS dan EFAS diperoleh bahwa posisi kondisi koperasi usaha tani berada pada kuadran I (positif, positif). Hal ini berarti akan dimungkinkan untuk melakukan ekspansi dan meningkatkan pertumbuhan usaha.

Berdasarkan matriks IE usaha tani berada pada kuadran IV dengan total nilai faktor internal 3,024 dan total nilai faktor eksternal 2,864. Posisi ini menunjukkan bahwa pengembangan koperasi usaha tani memerlukan strategi pertumbuhan (growth strategy)

Berdasarkan hasil matriks SWOT, strategi yang dapat dilakukan kelompok tani Orong Rea Bawa untuk

mengembangkan usaha taninya adalah Pemanfaatan bantuan dana pemerintah (SO1), Pelatihan dalam pemanfaatan limbah pertanian menjadi produk (SO2), Penggunaan alat/mesin pertanian baru (SO3), Pelatihan kewirausahaan dan manajemen usaha tani (WO), Pelatihan dalam pencegahan hama dan penyakit (ST1), Diversifikasi produk untuk menambah pendapatan (ST2), dan Meningkatkan kerjasama dalam mengembangkan usaha untuk menambah produk (WT).

D. PENUTUP

usaha tani yang dijalankan kelompok tani Orong Rea Bawa adalah sebuah usaha yang melakukan kegiatan budidaya padi sebagai kegiatan utama, dengan modal bersumber dari dana pribadi. Hasil budidaya berupa gabah dijual kepada pedagang pengumpul desa yang siap menyerap hasil produksi usaha tani melalui transaksi langsung. Usaha tani kelompok tani Orong Rea Bawa juga menyewakan mesin bajak sawah kepada petani lain yang tidak memiliki mesin bajak.

Kelompok tani Orong Rea Bawa sebagai petani pemilik usaha tani bermitra dengan buruh tani dalam budidaya, dan penyuluh pertanian dengan melakukan pertemuan secara rutin. Berkat bantuan dan arahan dari penyuluh pertanian, kelompok tani yang telah terbentuk sejak tahun 2006 ini dapat menerima bantuan input produksi subsidi setiap tahun.

Model bisnis yang bisa dilakukan oleh kelompok tani orong rea bawa untuk mengembangkan usaha taninya adalah Pada bagan *value propositions* menambah produk berupa beras yang merupakan olahan dari gabah, jerami fermentasi untuk pakan ternak yang merupakan hasil olahan dari jerami, dan pupuk kompos yang juga merupakan hasil olahan dari jerami yang merupakan limbah pertanian. Pada bagan *customer segments* Penjualan yang sebelumnya hanya kepada PPDs, dapat bertambah kepada peternak dan konsumen

rumahtangga. Peternak ditawarkan produk jerami fermentasi untuk pakan hewan, dan konsumen rumahtangga ditawarkan beras untuk konsumsi serta pupuk kompos untuk taman dan tanaman pekarangannya.

Pada bagan *channels* menambah saluran yang menghubungkan petani dengan pelanggannya. Saluran sebelumnya hanya melalui komunikasi langsung atau elektronik kepada PPDs, dapat ditambahkan dengan membuat kios sendiri milik kelompok tani dan menitipkan produk di kios lain yang lebih banyak tersebar untuk menjangkau pelanggan konsumen rumahtangga dan peternak.

Pada bagan *customer relationship* pola hubungan *personal assistance* masih dipertahankan karena lingkup usaha masih relatif kecil dan pelanggan masih merupakan orang yang dikenal oleh petani secara pribadi.

Pada bagan *revenue streams* aliran pendapatan ditambah. Aliran pendapatan yang sebelumnya hanya bersumber dari penjualan gabah, dapat ditambah dari hasil penjualan beras, penjualan jerami fermentasi, dan penjualan pupuk kompos.

Pada bagan *key activities* menambahkan proses pengolahan terhadap produk hasil panen, dan limbah pertanian sehingga mendatangkan nilai tambah.

Pada bagan *key resources* strategi yang ditambahkan adalah dengan menggunakan mesin tanam pada proses penanaman agar proses penanaman bisa lebih cepat dengan biaya lebih murah, dan mengganti sumber dana dari dana pribadi menjadi bersumber dari dana pinjaman dari pemerintah.

Pada bagan *key partnerships* bagan yang berwarna merah, mitra awal adalah buruh tani dalam hal penanaman dan panen, penyuluh dalam hal arahan dan sumber informasi mutakhir, dapat ditambah kerjasama dalam hal pengolahan dan pemasaran dengan sesama anggota kelompok tani Orong Rea Bawa, dan untuk pemasaran yang lebih luas dengan pemilik kios yang sudah beroperasi.

Pada bagan *cost structure* biaya yang dikeluarkan tetap pada biaya variabel dan biaya tetap dalam kegiatan budidaya, namun dengan sumber dana pinjaman pemerintah.

DAFTAR RUJUKAN

- Anonim (2018, July 24). *Systems Innovation Overview*. January 5, 2022.
<https://www.youtube.com/watch?v=rVGoeFAW0FM&t=608s>
- Anonim (2021, May 24). Inovasi Sistem - Gambaran Umum. January 5, 2022.
<https://masterinovasi.blogspot.com/2021/05/inovasi-sistem-gambaran-umum.html>
- Benarda., Rizal, Anis Syamsu. (2020). Penerapan Model Bisnis Kanvas Dan Swot Pada Kelompok Pembudidaya Ikan (Pondakan) Pintu Air Di Desa Jampang. Universitas Pamulang.
- Błaszczuk, Mateusz (2020). What's The Difference Between Invention And Innovation?. January 5, 2022.
<https://econclips.com/whats-the-difference-between-invention-and-innovation/>
- Safitri, W.T.T. (2020). Analisis Penerapan Business Model Canvas (BMC) (Studi Pada UMKM Pia Duo Jago Malang). 22 April, 2022. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Malangkuçęçwara
- Sari, Diana Pupita., Oktafianto, Abdrizal. (2017). Penentuan Strategi Bisnis Menggunakan Analisis Swot Dan Matriks Ifas – Efas Pada Cv. Dynasty. 25 Desember 2022. Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Diponegoro.
- Yuliana (2017). Efisiensi Ekonomi Penggunaan Faktor Pada Usahatani Di Kecamatan Wirosari Kabupaten Grobogan. 25 April, 2022. Fakultas Peternakan Dan Pertanian, Universitas Diponegoro.