

IDENTIFIKASI MODEL BISNIS KANVAS
(Studi Kasus pada Perusahaan Madani Farm Desa Cilame
Kecamatan Ngamprah Kabupaten Bandung Barat)

IDENTIFICATION OF CANVAS BUSINESS MODEL
(A Case Study on Madani Farm Company in Cilame Village
Ngamprah, West Bandung Regency)

DETY SUKMAWATI DAN MUHAMAD AR RAAFI

Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Winaya Mukti
Alamat : Jl Bandung-Sumedang,Km 29 Tanjungsari Kabupaten Sumedang-Jawa Barat 45362
Email : *detysukmawati@gmail.com*

ABSTRACT

The canvas business model is a business model that describes the rationale for how an organization or company creates, submits, and captures value. The canvas business model consists of nine elements, namely customer segments, product value added, distribution channels, customer relationships, sources of income, key resources, core activities, main partners, and cost structures, for this research was conducted to determine the application of canvas models at Madani Farm company. The company's business flow uses a canvas business model consisting of: market segmentation based on income, lifestyle and geography, added value to consumers (delivery of information, delivery services, product availability), distribution channels by conveying directly to consumers, customer relations by means of service message between, sources of income, namely the sale of vegetable products, the company's main resources include land, production facilities and human resources, core activities include production and marketing, the main partners are raw material suppliers (sheep breeders and agricultural stores), marketing partners (Grand Hotel Paradise, Gunung Putri Hotel, Karapitan Meatballs, Caringin Market).

Key word : Canvas Bussines,vegetable,Madani Farm

ABSTRAK

Model bisnis kanvas adalah sebuah model bisnis yang menggambarkan dasar pemikiran tentang bagaimana sebuah organisasi atau perusahaan menciptakan, menyerahkan, dan menangkap nilai. Model bisnis kanvas terdiri atas sembilan elemen, yaitu segmen pelanggan, nilai tambah produk, saluran distribusi, hubungan dengan pelanggan, sumber pendapatan, sumber daya kunci, kegiatan inti, mitra utama, dan struktur biaya, untuk itu penelitian ini dilakukan untuk mengetahui penerapan model kanvas pada perusahaan Madani Farm. Alur bisnis perusahaan menggunakan model bisnis kanvas terdiri dari : segmentasi pasar berdasar pendapatan, gaya hidup dan geografis, nilai tambah kepada konsumen (penyampaian informasi, layanan pesan antar,ketersediaan produk), saluran distribusi dengan cara menyampaikan langsung ke konsumen, hubungan konsumen dengan cara layanan pesan antar, sumber pendapatan yaitu penjualan produk sayuran, sumberdaya utama perusahaan meliputi lahan, sarana dan prasarana produksi serta sumberdaya manusia, kegiatan inti meliputi produksi dan pemasaran, mitra utama adalah pemasok bahan baku (peternak domba dan toko pertanian), mitra pemasaran (Hotel Grand Paradise,Hotel Gunung Putri,Bakso malang Karapitan, Pasar Caringin).

Kata Kunci :Bisnis Kanvas, Sayuran,Madani Farm

PENDAHULUAN

Produk pertanian yang dihasilkan suatu perusahaan supaya dapat bersaing dipasaran maka perusahaan perlu menyusun manajemen strategi usahataniya. Manajemen strategi (*strategic management*) dapat dipahami sebagai proses pemilihan dan penerapan strategi-strategi. Sedangkan strategi adalah pola alokasi sumber daya yang memungkinkan organisasi-organisasi dapat mempertahankan kinerjanya (Hernowo, 2007).

Salah satu konsep model bisnis ini adalah model bisnis *canvas*. Model bisnis *canvas* adalah salah satu konsep strategi yang digunakan untuk mendeskripsikan sebuah alur bisnis yang disampaikan dalam satu lembar kertas. Osterwalder dan Pigneur mengatakan bahwa model bisnis dapat dijelaskan dengan sangat baik melalui sembilan unsur pokok yang memperlihatkan cara berpikir tentang bagaimana cara perusahaan menghasilkan uang. Dalam model bisnis kanvas dijelaskan 9 unsur bisnis yakni segmentasi pasar, nilai tambah produk, saluran distribusi, hubungan pelanggan, sumber pendapatan, sumber daya utama, kegiatan utama, mitra utama, dan struktur biaya.

Guna mempermudah dalam produksi dan pendistribusian produk pertanian kepada konsumen, maka ada petani yang membentuk suatu kelompok usaha. Salah satu kelompok usaha pertanian yang bergerak aktif dalam produksi dan pendistribusian produk pertanian adalah Madani Farm.

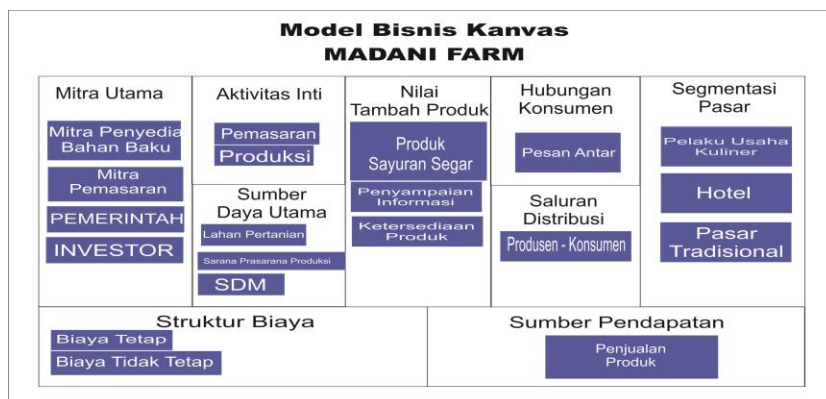
METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan studi

kasus, dimana metode ini bertujuan membuat gambaran atau deskripsi secara sistematis, faktual, dan akurat antara fenomena-fenomena yang diselidiki (Moh. Nazir, 1988). Objek penelitian yaitu alur bisnis perusahaan. Unit analisis penelitian adalah perusahaan Madani Farm. Madani Farm berlokasi di Desa Cilame, Kab. Bandung Barat yang merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang pertanian yang memproduksi (budidaya) hingga pengolahan pasca panen berbagai jenis sayuran (hortikultura). Selain itu, kelompok usaha ini memperdayakan petani sekitar dalam mendukung pemenuhan kebutuhan konsumen. Madani Farm memproduksi berbagai macam tanaman sayuran sebagai berikut : Kol Ungu, Pakcoy, Kangkung Muda, Selada keriting, dan Bayam

HASIL DAN PEMBAHASAN

Model bisnis kanvas adalah sebuah model bisnis yang menggambarkan dasar pemikiran tentang bagaimana sebuah organisasi atau perusahaan menciptakan, menyerahkan, dan menangkap nilai. Model bisnis kanvas terdiri atas sembilan elemen, yaitu segmen pelanggan, nilai tambah produk, saluran distribusi, hubungan dengan pelanggan, sumber pendapatan, sumber daya kunci, kegiatan inti, mitra utama, dan struktur biaya (Osterwalder dan Pigneur dalam Saxena, 2017). Model bisnis kanvas disini sesuai dengan peneliti terdahulu yaitu model bisnis *villa buleud* (Yusuf Mauluddin dan Aziman Fathurahman, 2016), dan model bisnis kanvas KNM Fish Farm (Euis Solihah, Aida Vitalaya, dan Agus Maulana, 2014).



Gambar 1. Model Bisnis Kanvas Madani Farm.

A. Segmentasi Pasar

Dalam memasarkan produknya, Madani Farm melakukan pengelompokan pasar berdasarkan pada 3 variabel yaitu berdasarkan

pendapatan, gaya hidup, dan geografis sesuai dengan segmentasi pasar (Kotler,2001).

Tabel 1. Segmentasi Pasar Madani Farm

Variabel	Hotel	Pelaku Usaha Kuliner	Pasar Tradisional
Pendapatan	> Rp. 10.000.000	> Rp. 5.000.000	> Rp. 200.000
Kegunaan	Menu Makanan	Menu Makanan	Menu Makanan
Geografis	Lembang	Kota Bandung	Kota Bandung

Sumber: Data Primer (diolah).

Tabel 1, menyatakan bahwa pada pemasaran produknya Madani Farm mengelompokan produknya berdasarkan kualitas. Untuk kualitas A, Madani Farm memasarkannya ke hotel dan pelaku usaha kuliner. Untuk pemasaran ke hotel, perusahaan telah memasarkannya ke hotel yang berlokasi di Lembang dan mempunyai pendapatan diatas Rp. 10.000.000 per bulannya dan produk tersebut dimanfaatkan untuk menu makanan konsumen hotelnya, hotel tersebut diantaranya adalah Hotel Grand Paradise Bandung dan Hotel Gunung Putri Bandung. Untuk pemasaran ke pelaku usaha kuliner, perusahaan memasarkannya ke Bakso Malang Karapitan yang berlokasi di Kota Bandung dan mempunyai pendapatan Rp. 5.000.000 per bulannya. Sedangkan untuk kualitas B, Madani Farm memasarkannya ke pasar tradisional Caringin, Kota Bandung.

B. Nilai Tambah

Nilai tambah produk adalah *output* dari sistem aktivitas dan alasan mengapa pelanggan beralih ke satu perusahaan dibandingkan dengan yang lain. Nilai tambah produk adalah manfaat yang ditawarkan perusahaan kepada perusahaan pelanggan. Berdasarkan hasil dilapangan, perusahaan memberikan nilai tambah kepada konsumen dan mitra pemasaran antara lain :

1. Penyampaian Informasi
Penyampaian informasi kepada konsumen dan mitra pemasaran yang

cepat misalnya mengenai ketersediaan stok kangkung muda. Direktur perusahaan akan langsung mengkonfirmasi kepada konsumen dan mitra pemasaran melalui telepon.

2. Layanan Pesan Antar
Perusahaan menyediakan layanan pesan antar dan untuk layanan ini tidak ada tambahan biaya yang dikenakan oleh perusahaan dikarenakan sudah termasuk biaya operasional.
3. Ketersediaan Produk
Perusahaan telah menyusun jadwal penanaman dan panen yang tersusun sehingga ketersediaan produk aman.

C. Saluran Distribusi

Komponen ini menjelaskan cara perusahaan berkomunikasi dengan dan menjangkau segmen pelanggannya untuk memberikan nilai tambah produk. Ini mencakup semuanya cara bisnis berinteraksi dengan pelanggan, termasuk saluran distribusi, saluran penjualan, pemasaran, dan bentuk komunikasi lainnya.

Berdasarkan hasil wawancara dilapangan bahwa perusahaan dalam mendistribusikan produknya dengan cara menyampaikan langsung ke konsumen, tidak melalui pengumpul atau pedagang besar.



Menurut perusahaan dengan cara ini akan meningkatkan pendapatan perusahaan karena penjualan tidak melalui pengepul.

D. Hubungan Konsumen

Jenis-jenis hubungan dengan masing-masing pelanggan diperlukan sangat penting untuk melakukan bisnis. Hubungan bergantung pada segmen pelanggan, kelompok sasaran yang berbeda dapat memiliki harapan yang berbeda dan persyaratan dari perusahaan. Hubungan pelanggan juga sangat penting dalam evaluasi perusahaan dan model bisnisnya.

Guna menjaga hubungan dengan konsumen terjalin baik, untuk saat ini perusahaan telah menjalankannya dengan cara menyediakan layanan pesan antar. Karena kendala di perusahaan saat ini adalah masih terbatasnya sumber daya manusia.

E. Sumber Pendapatan

Saat ini perusahaan berfokus pada pendapatan utama yaitu penjualan produk sayuran.

F. Sumber Daya Utama

Sumber daya utama adalah aset terpenting yang diperlukan dalam mendukung model bisnis. Ini bisa berupa manusia, intelektual, keuangan atau aset fisik, dan mereka mendukung, misalnya, proposisi nilai, menjaga atau membangun hubungan dengan segmen pelanggan yang dipilih dan memanfaatkan saluran dengan cara sebaik mungkin.

Berdasarkan hasil dari lapangan, sumber daya utama perusahaan dalam melakukan usahatani ini meliputi lahan, sarana prasarana produksi, dan sumber daya manusia.

G. Kegiatan Inti

Kategori ini terdiri dari kegiatan yang harus dilakukan perusahaan untuk membuat model bisnisnya berfungsi. Berdasarkan hasil dari lapangan, kegiatan inti dari usahatani yang dilakukan perusahaan saat ini ialah melakukan kegiatan produksi sayuran dan melakukan pemasaran.

H. Mitra Utama

Kategori ini menjelaskan jaringan pemasok dan mitra dari sebuah perusahaan. Kemitraan berguna untuk mengurangi risiko yang dimiliki perusahaan, dengan menggunakan saluran mitra dan karena itu memiliki ruang lingkup dan pasar yang lebih besar.

Berdasarkan hasil dari lapangan, perusahaan mempunyai mitra utama untuk menjalankan usahatannya, antara lain :

1. Pemasok Bahan Baku

Perusahaan bermitra dengan peternak domba di lingkungan sekitar perusahaan dalam penyediaan pupuk organik yang berasal dari kotoran ayam. Kemudian perusahaan juga bermitra dengan toko pertanian di daerah lembang dalam penyediaan benih, pestisida, dan pupuk lainnya.

2. Mitra Pemasaran

Dalam melakukan pemasarannya, perusahaan melakukan kerjasama dengan pihak-pihak terkait diantaranya Hotel Grand Paradise, Hotel Gunung Putri, Bakso Malang Karapitan, dan Pasar Tradisional Caringin. Dalam melakukan kerjasamanya, saat ini perusahaan menggunakan sistem kepercayaan. Sedangkan untuk sistem pembayarannya, perusahaan dan mitra pemasaran menggunakan sistem Konsinyasi, yaitu dimana barang/jasa yang berasal dari produsen dikirim kepada mitra pemasaran dan untuk pembayarannya dilakukan dalam kurun waktu tertentu sesuai dengan kesepakatan. Dan untuk perusahaan menggunakan waktu tidak lebih dari 2 minggu setelah barang dikirim mitra harus melakukan pembayaran.

3. Investor

Untuk menjalankan bisnisnya, perusahaan membuka peluang bagi siapapun untuk menjadi investor di perusahaan Madani Farm. Pembagian pendapatannya pun dapat disesuaikan berdasarkan kesepakatan antara perusahaan dengan calon investornya.

4. Pemerintah

Peran pemerintah adalah sebagai pendukung gerak perusahaan yang

mana setiap kebijakan yang dikeluarkan pemerintah merupakan tolak ukur perusahaan dalam menjalankan bisnisnya.

I. Struktur Biaya

Kategori ini mencakup semua biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan. Biaya ini terbagi menjadi 2 jenis, yaitu biaya tetap (*Fixed Cost*) dan biaya tidak tetap (*Variable Cost*).

1. Biaya Tetap (*Fixed Cost*)

Biaya tetap yang digunakan dalam usahatani Madani Farm adalah Gaji, peralatan dan biaya operasional. Gaji

yang dikeluarkan perusahaan terdiri dari gaji untuk direktur, gaji untuk karyawan administrasi kesekretariatan dan keuangan, serta gaji untuk karyawan lapangan. Biaya yang dikeluarkan untuk peralatan produksi yang dapat dipakai untuk beberapa periode ke depan. Biaya operasional adalah biaya yang dikeluarkan per bulannya untuk operasional perusahaan seperti sewa kantor, sewa lahan, listrik, air, alat tulis kantor dan transportasi. Biaya tetap usahatani Madani Farm dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Biaya Tetap Usahatani Madani Farm Dalam 1 Periode Musim Tanam 2018

Uraian	Jumlah Kebutuhan
Peralatan	Rp. 1.475.000
Biaya Opresional	Rp. 5.385.999
Gaji	Rp. 19.500.000
Jumlah	Rp. 26.360.999

Sumber : Data Primer (diolah)

Berdasarkan Tabel 2, menyatakan bahwa kebutuhan biaya tetap perusahaan untuk produksi 1 periode sejumlah Rp. 26.360.999 yang terdiri dari pembelian peralatan Rp. 1.475.000, biaya operasional Rp. 5.385.999, dan pembayaran gaji Rp. 19.500.000.

2. Biaya variabel usahatani Madani Farm terdiri dari benih, pupuk, pestisida, mulsa, dan plastik kemasan. Biaya tidak tetap Madani Farm dihitung dalam masing-masing komoditi sayuran sehingga terbagi menjadi 5 komoditi sayuran. Komoditi sayuran tersebut terdiri dari kangkung muda, bayam hijau, kubis ungu, selada keriting, dan pakcoy. Jumlah keseluruhan nilai biaya tidak tetap yang dikeluarkan Madani Farm untuk usahatani dengan luas lahan 4000m² adalah Rp. 27.505.000 per periode.

KESIMPULAN

Alur bisnis perusahaan menggunakan model bisnis kanvas terdiri dari : segmentasi pasar berdasar pendapatan, gaya hidup dan geografis, nilai tambah kepada konsumen (penyampaian informasi, layanan pesan antar, ketersediaan produk), Saluran distribusi dengan cara menyampaikan langsung ke konsumen, hubungan konsumen dengan cara layanan pesan antar, sumber pendapatan yaitu penjualan produk sayuran, sumberdaya utama perusahaan meliputi lahan, sarana dan prasarana produksi serta sumberdaya manusia, kegiatan inti meliputi produksi dan pemasaran, mitra utama adalah pemasok bahan baku (peternak domba dan toko pertanian) ,mitra pemasaran (Hotel Grand Paradise, Hotel Gunung Putri, Bakso malang Karapitan, Pasar Caringin).

DAFTAR PUSTAKA

HERNOWO, B. 2010. *Panduan Sukses Bertanam Buah dan Sayuran*. Klaten: Penerbit Cable Book
 KOTLER, PHILIP DAN GARY AMSTRONG. 2001. *Prinsip-prinsip*

- pemasaran*. Jilid 2. Edisi ke 8. Jakarta: Erlangga.
- MAULUDDIN. Y.; FATHURAHMAN. A. 2016. *Analisis Model Bisnis Pada Pengembangan Usaha Outbound di Villa Buleud*. Jurnal Kalbrasi Sekolah Tinggi Teknologi Garut. Vol. 14. No. 1. 2016; 80-86
- SAXENA, K.B.C.; DEODHAR, S.J.; RUOHONEN, M. 2017. *Busines Model Innovation in Software Product Industry*. Journal of The Business Model Concept and Its Use. 2017. Vol. XVI; 154
- SOLIHAN, EUIS., HUBEIS, A.V.S., MAULANA, AGUs. 2014. *Analisis Model Bisnis Pada KNM Fish Farm Dengan Pendekatan Business Model Canvas*. Jurnal. Sosek KP. Vo. 9. No. 2; 185-194.