

Penerapan *Business Model Canvas* (BMC): Petani Muda Kelapa Sawit Jambi

Anaseputri Jamira¹, Fachruddin Razi², Yulita Febriani¹

¹Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari,

²Fakultas Hukum Universitas Batanghari Jambi

*Correspondence email: anaseputrijamira24@gmail.com

Abstract. *The purpose of this study is to apply the Business Model Canvas (BMC) to the business of oil palm farmers owned by young people in Jambi Province. This study used qualitative research methods through a descriptive approach and case studies. The analytical tool in this study used the Business Model Canvas (BMC). An in-depth analysis is carried out on business activities and the environment. The research sample amounted to 5 people determined by the purposive sampling method. Primary data was obtained through surveys, observations, and interviews, while secondary data was obtained through literature review. The results of the analysis with 9 components of BMC show that in general, oil palm farmers experience limited resources in plantation management to the selling process. The business development strategy that can be carried out is to look for Key Partners to support all fulfillment of the limited resources of Farmers in running a plantation business in a better and optimal manner. Key Partners in the form of "Support System" can be found or formed with the help of other parties. Synergistic Government, Companies, Educational Institutions (GCE) are needed, both at the policy level, as well as technically in an applicable and sustainable manner. The future research can be developed into qualitative and quantitative research, on different objects, with more complex models, involving more than one general business strategy development method such as SWOT Analysis and Blue Ocean Strategy, to marketing strategy, marketing mix, and promotion mix. for more in-depth and complex analysis.*

Keywords : *Business Model Canvas, Palm Oil*

PENDAHULUAN

Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah akhirnya secara tegas menentukan arah dan mendukung penuh keberlangsungan Bisnis Perkebunan Sawit di Indonesia, termasuk di Jambi.

Visi Pemerintah adalah menjadi Produsen Sawit Terbesar di Dunia dan mendorong Hilirisasi atau Pengembangan Produk Turunannya.

Lewat siaran Pers Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia HM.4.6/316/SET.M.EKON.3/09/ 2021 pada tanggal 05 Oktober 2021 di Jakarta menyampaikan bahwa Industri kelapa sawit nasional telah berkontribusi mengentaskan kemiskinan dan penciptaan lapangan kerja untuk lebih dari 16 juta tenaga kerja, dan merupakan kontribusi terbesar ekspor non migas dengan menyumbang 15,6% dari total ekspor non migas tahun 2020, sehingga kelapa sawit telah menjadi tulang punggung perekonomian nasional dan menjadi primadona komoditas sektor industri ekspor (Liman Seto, 2021).

Terkait pencapaian *Sustainable Development Goals*, peranan minyak sawit dalam mencapai target yang telah disepakati secara global, antara lain sebagai sumber energi bersih dan terbarukan yang mendukung ketahanan energi nasional, penyediaan bahan makanan, penciptaan lapangan kerja, pengentasan kemiskinan, serta pengurangan ketimpangan sosial dan ekonomi.

Keunggulan kelapa sawit dibanding komoditi pesaing minyak nabati lainnya adalah mempunyai produktivitas yang lebih tinggi, sehingga luas lahan yang digunakan untuk memproduksi minyak sawit lebih sedikit. Untuk menghasilkan 1 ton minyak sawit hanya

membutuhkan lahan 0,3 ha, sementara *rapeseed oil* butuh lahan seluas 1,3 ha, *sunflower oil* seluas 1,5 ha, dan *soybean oil* seluas 2,2 ha.

Industri ini sangat strategis. Sehingga Pemerintah berharap semua komponen masyarakat termasuk juga Asosiasi Petani Kelapa Sawit Indonesia terus mengembangkan dan menjaga *sustainability* industri ini.

Pemerintah juga tetap berkomitmen untuk melakukan peremajaan (*replanting*) sebanyak 540.000 ribu hektar kebun kelapa sawit milik petani sampai dengan tahun 2024. Hal ini sejalan dengan yang dilakukan Menteri Pertanian dan didukung oleh Gubernur Jambi.

Menteri Pertanian (Mentan) Syahrul Yasin Limpo bersama Pemerintah daerah di Jambi sepakat untuk mengakselerasi *replanting* (peremajaan) sawit. Hal ini diungkapkannya pada saat Kunjungan Kerja (Kunker) ke Provinsi Jambi, Jum'at (5/11/2021) di lokasi Peremajaan Sawit Rakyat (PSR) di Desa Talang Bukit, Kecamatan Bahar Utara, Muaro Jambi (Jamberita.com, 2021).

Gubernur Jambi, Al Haris juga mengatakan, berkomitmen untuk mendorong petani melakukan peremajaan kebun kelapa sawit bagi kebunnya yang sudah tidak lagi produktif. Ia menjelaskan dari 5,3 juta Ha wilayah Provinsi Jambi, 1,9 juta Ha merupakan perkebunan. Peremajaan dilakukan untuk meningkatkan produktivitasnya kedepan, sehingga makin mampu berkompetisi dan memenuhi kebutuhan dunia dan nasional.

Provinsi Jambi merupakan daerah Agraris, dimana sektor Perkebunan merupakan andalan masyarakatnya. Selain Sawit, Karet juga menjadi primadona. Namun,

dalam proses panen, Karet membutuhkan waktu yang lebih lama dibandingkan Kelapa Sawit.

Berdasarkan hasil survei dan observasi di lapangan, pada skala kecil, Panen Karet mudah dan bisa dilakukan oleh siapapun. Namun, dalam skala besar, akan sulit mengontrol Panen yang dilakukan oleh orang lain, dimana memanen karet dilakukan sedikit demi sedikit setiap harinya, tidak bisa dilakukan sekaligus seperti pada Panen Buah Sawit. Sehingga, jauh lebih menguntungkan bisnis perkebunan Kelapa Sawit dibandingkan Karet dalam skala besar.

Sebagai sektor bisnis yang terus tumbuh dengan sangat menjanjikan dan dapat dikatakan “mendarah daging” di daerah Jambi, fenomena pembisnis dari kalangan anak muda terutama di sektor pertanian perkebunan sawit masih tergolong minim. Rendahnya jumlah pengusaha muda masih menjadi masalah. (Kemenristekdikti, LLDIKTI Wil. X, 2019).

Hasil survei dan observasi di lapangan menunjukkan jumlah pengusaha muda, umumnya dari kalangan mahasiswa yang telah terjun ke sektor bisnis perkebunan kelapa sawit menunjukkan perkembangan bisnis yang umumnya cenderung lambat bahkan stagnan.

Padahal, peluang pertumbuhan dan perkembangan lini bisnis luas dan menjanjikan. Pemerintah sampai membentuk Badan Pengelola Dana Perkebunan Kelapa Sawit (BPDPKS) Kementerian Keuangan Republik Indonesia melalui Peraturan Presiden (PP) No. 61 Tahun 2015 & PP No. 66 Tahun 2018, yang bertugas menghimpun, mengadministrasikan, mengelola, menyimpan dan menyalurkan dana perkebunan kelapa sawit (bdpd.or.id, 2018).

Pemerintah lewat BPDPKS juga mengadakan *Call for Proposal* Lomba Riset Sawit “Grand Riset Sawit 2022” Tingkat Umum/Peneliti/Dosen, serta Tingkat Mahasiswa.

Oleh karena itu, untuk menghindari stagnasi dan menghasilkan kinerja yang optimal dibutuhkan pengkajian ulang terkait model bisnis yang dilakukan, serta diperlukan adanya sebuah rancangan kebijakan dan strategi bisnis ke depan yang memadai.

Analisis ini dapat dilakukan dengan Metode *Business Model Canvas (BMC)*. Metode ini merupakan alat analisis model bisnis dengan penyajian data secara sederhana namun menyeluruh terhadap sembilan komponen esensial pada bisnis (Jamira, dkk, 2021).

Metode ini begitu populer dan banyak digunakan dalam berbagai studi kasus penelitian, dengan berbagai tujuan penerapan. Metode BMC dapat menjadi pendekatan dasar untuk melahirkan ide bisnis, hingga mengujinya, sampai dengan digunakan untuk menganalisis model bisnis dari usaha yang telah berjalan.

Metode ini juga kini menjadi bagian kurikulum yang diajarkan dan dipraktekkan di beberapa Perguruan Tinggi terutama kaitannya dengan Mata Kuliah Kewirausahaan (Candraningrat, 2021; Jamira, et.al,

2021; Putra, 2021; Ramadhani, 2022).

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah mengetahui gambaran model bisnis petani muda kelapa sawit Jambi dan menentukan strategi kedepannya.

Sehingga, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan *Business Model Canvas (BMC)*: Petani Muda Kelapa Sawit di Provinsi Jambi dan menentukan strategi bisnis kedepannya.

Tinjauan Pustaka

Metode *Bisnis Model Canvas (BMC)* terdiri dari 9 elemen (Jamira, et.al., 2021), yaitu pertama adalah *Customer Segment* dimana menjelaskan bagaimana menentukan segmen konsumen/ pelanggan yang dilayani.

Kedua yaitu elemen yang dikenal dengan istilah *Value Propositions*. Elemen ini berfungsi untuk memperkirakan kebutuhan konsumen/ pelanggan yang telah diidentifikasi sebelumnya.

Ketiga yaitu elemen *Channels*. Istilah *Channels* merujuk pada saluran untuk berhubungan dengan konsumen/ pelanggan yang menjadi sarana untuk menyampaikan nilai yang ditawarkan oleh perusahaan/produsen.

Keempat, elemen *Customer Relationships* menjelaskan cara produsen/ perusahaan menjalin dan mempertahankan hubungan dengan konsumen/ pelanggan.

Kelima yaitu *Revenue Streams*. Elemen ini menunjukkan arus kas yang diterima perusahaan/ produsen dari konsumen/ pelanggannya.

Keenam yaitu dikenal dengan elemen kunci sumber daya. *Key Resources* merujuk pada seluruh sumber daya yang harus dimiliki untuk menjalankan operasi bisnis perusahaan. *Resources* meliputi sumber daya manusia, penguasaan teknologi, kemampuan finansial, serta sumber daya fisik.

Ketujuh merupakan elemen kunci aktivitas. *Key Activities* merujuk pada *main activity* perusahaan/ produsen.

Kedelapan yaitu elemen yang disebut *Key Partners*. Elemen ini merujuk pada segala jenis sumber daya yang diperlukan oleh perusahaan/ produsen namun tidak dimiliki. Oleh karena itu, diperlukan pihak lain untuk mewujudkannya.

Terakhir elemen yang dikenal dengan istilah *Cost Structures*. Elemen ini menggambarkan semua biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan/ produsen.

METODE

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif melalui pendekatan secara deskriptif dan studi kasus. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang dilakukan terkait dengan keadaan, perilaku, pandangan kelompok atau individu, dan prosedur dari sistem pemikiran maupun kejadian

dengan tujuan menjelaskan gambaran secara sistematis dan analitis dalam proses pemecahan masalah (Suryabrata, 2008). Penelitian dilakukan dengan analisis mendalam terhadap kegiatan usaha dan lingkungan.

Penelitian ini menggunakan dua jenis sumber data, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh dari wawancara, kegiatan survei, dan observasi. Wawancara dilakukan terhadap narasumber/ objek yang diteliti dalam jangka waktu selama dua tahun.

Sedangkan data sekunder merupakan data yang diperoleh dari berbagai pihak dalam berbagai bentuk sumber literatur (buku, jurnal, artikel, dan lain sebagainya), baik dari media cetak maupun elektronik.

Objek penelitian merupakan usaha petani sawit yang dimiliki oleh beberapa anak muda di Provinsi Jambi. Sampel penelitian sebanyak 5 orang petani. Sampel penelitian ini ditentukan dengan metode *Purposive Sampling*, dimana sampel dipilih secara sengaja apabila telah memenuhi karakteristik tertentu.

Analisis data dilakukan dengan mengidentifikasi model bisnis petani sawit dengan pendekatan Metode BMC kemudian dilanjutkan dengan merumuskan alternatif strategi pengembangan bisnisnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Customer Segment (CS), segmen yang dipilih adalah segmen industri B2B (*Business to Business*), yaitu melayani kebutuhan perusahaan/ pabrik penghasil CPO dan produk turunan hasil pengolahan TBS (Tandan Buah Segar), umumnya petani berperan sebagai salah satu pemasok tidak tetap, baik dari segi kualitas dan kuantitas produk.

Value Propositions (VP), merupakan TBS yang dihasilkan dari perkebunan yang ditanami dengan cara yang baik dan dengan bibit kelapa sawit unggul yang berumur produktif.

Channels (CH), petani umumnya memanfaatkan saluran distribusi sederhana yaitu menggunakan angkutan pribadi atau swasta, atau angkutan hasil produksi milik perusahaan atau pabrik yang lokasinya terdekat dengan kawasan perkebunan milik petani.

Customer Relationship (CR), umumnya petani tidak menjalin hubungan khusus dengan perusahaan atau konsumen mereka. Bahkan ada yang tidak mengenal pabrik/ perusahaan yang membeli produk mereka. Produk umumnya juga dijual langsung kepada pihak swasta lainnya yang bertindak sebagai perantara.

Revenue Streams (RS), pendapatan yang diterima oleh petani dari penjual TBS hasil perkebunan milik petani. *Key Resources (KR)*, umumnya yang dimiliki adalah lahan perkebunan dan alat angkut sederhana seperti motor atau mobil yang terkadang telah dimodifikasi sesuai kebutuhan.

Key Activities (KA), petani umumnya menguasai teknik penanaman, pemeliharaan, pemanenan dan penjualan yang sederhana. *Key Partners (KP)*, yang

terlibat hanya sebatas pemasok bibit, pupuk, bahan-bahan, alat-alat yang digunakan dalam memelihara dan memanen, serta menjual hasil perkebunan.

Cost Structures (CR), biaya yang terlibat dalam usaha ini terbagi atas biaya tetap dan variabel. Biaya variabel memiliki porsi terbesar dalam struktur biaya usaha yang dijalani oleh petani pada umumnya yang meliputi biaya upah, bahan-bahan, transportasi dari proses penanaman hingga pemanenan. Biaya peralatan, pajak tahunan, dan gaji petani (jika diperhitungkan) masuk ke dalam komponen biaya tetap.

SIMPULAN

Secara umum dapat ditarik kesimpulan bahwa petani sawit mengalami keterbatasan dalam pengelolaan perkebunan hingga proses penjualannya. Keterbatasan meliputi: penguasaan informasi dan pengetahuan, serta skill SDM pengelola/ petani yang rendah; teknologi sederhana; rendahnya dukungan finansial dan sumber daya fisik yang dimiliki.

Solusi yang dapat ditawarkan adalah membentuk "*Support System*" bagi petani yang akan memberikan dukungan penuh dalam menjalankan usaha perkebunan secara lebih baik dan optimal. Petani perlu mendapatkan *Key Partners* untuk mendukung semua pemenuhan keterbatasan sumber dayanya.

Key Partners dalam bentuk *Support System* dapat dicari atau dibentuk dengan bantuan pihak lain. *Government, Companies, Educational Institutions (GCE)* yang sinergis diperlukan tidak hanya di level kebijakan namun harus teknis, aplikatif, dan berkesinambungan.

Melalui *Support System* dapat terjalin kerjasama (MoU) untuk mencapai perjanjian yang menguntungkan Petani dalam jangka panjang. Pelatihan, Pendampingan, dan Penjualan yang lebih baik. Sebagai contoh, hanya dengan strategi inovasi dengan memanfaatkan alat transportasi lebih besar (truk) mampu memperluas *Customer Segments* yang dilayani, dan sebagai sumber pemasukan lainnya (*Revenue Streams*) yang relevan dengan *Key Activities* Petani.

Penelitian saat ini bersifat kualitatif dan sederhana, karena hanya melibatkan *Metode Business Model Canvas (BMC)* untuk menganalisis data. kedepannya dapat dikembangkan menjadi penelitian kualitatif dan kuantitatif, pada objek yang berbeda, dengan model yang lebih kompleks.

Penelitian dapat melibatkan lebih dari satu metode pengembangan strategi bisnis secara umum, seperti menambahkan *SWOT analysis* dan *Blue Ocean Strategy*.

Strategi pemasaran, bauran pemasaran, hingga bauran promosi dapat digunakan untuk analisis yang lebih mendalam dan teknis.

DAFTAR PUSTAKA

- Bpdp.or.id. 2018. *Impres No. 6 Tahun 2019 Tentang Rencana Aksi Nasional Perkebunan Kelapa Sawit Berkelanjutan Tahun 2019-2024*.
<https://www.bpdp.or.id/inpres-no-6-tahun-2019-tentang-rencana-aksi-nasional-perkebunan-kelapa-sawit-berkelanjutan-tahun-2019-2024>
- Candraningrat, Yurisma D. Y., dan Mujanah, S. 2021. *Pengembangan Strategi Bisnis melalui BMC (Business Model Canvas) dan Strategi Pemasarana bagi UMKM Sari Delight Surabaya*. TEKMULOGI: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 1(1), 16-24.
<https://ejournal.upi.edu/index.php/Tekmulogi/article/download/34295/pdf>
- Jamberita.com, 2021. Mentan RI Kucurkan Bantuan 10 M Lebih. Muaro Jambi.
<https://jamberita.com/read/2021/11/05/5970706/ku-unker-ke-jambi-mentan-ri-kucurkan-bantuan-rp-10-m-lebih/>
- Jamira, Anaseputri, Razi, Fachruddin, Amali, Muhammad, and Febriani, Yulita. 2021. *Business Model Canvas (BMC): Roda Lambung, Discovering Jambi Malay Heritage*. *Dinasti International Journal of Education Management and Social Science*, 3(1), 116-124.
<https://www.dinastipub.org/DIJEMSS/article/view/1031/686>
- Kemenristekdikti, LLDIKTI Wil. X. 2019. *Panduan Entrepreneurship Award III-2019*. Unpublished. Padang: LLDIKTI Wil. X.
- Liman Seto, Haryo. 2021. *Industri Kelapa Sawit Nasional Kemitraan Petani Sawit untuk Masa Depan Sawit Indonesia yang Berkelanjutan*. Siaran Pers. Jakarta.
<https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/3349/industri-kelapa-sawit-nasional-perkuat-kemitraan-petani-sawit-untuk-masa-depan-sawit-indonesia-yang-berkelanjutans>
- Putra, I. P., & Prabawani, B. 2021. *Analisis Pengembangan Bisnis Indofishery melalui Pendekatan Business Model Canvas (BMC) dan Blue Ocean Strategy (BOS)*. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(1), 952-964.
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/30275>
- Ramadhani, Suci. 2022. *Analisis Pengetahuan Business Model Canvas (BMC) pada Mahasiswa Semester VIII Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fai Umsu*. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Agama Islam (JIMPAI)*, 2(3), 1-12.
<http://jurnalmahasiswa.umsu.ac.id/index.php/jimpai/article/download/1623/pdf>
- Suryabrata, S. 2008. *Metode Penelitian*. Bandung: Raja Grafindo Persada.