

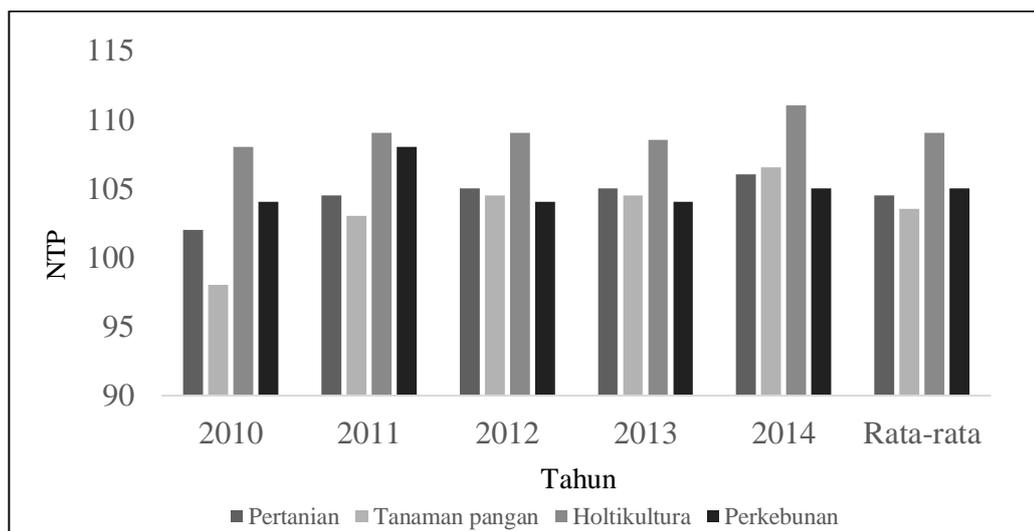
1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia dikenal sebagai negara agraris, dimana letak geografis negara Indonesia yang berada di garis khatulistiwa menyebabkan Indonesia memiliki iklim tropis dan memiliki dua musim setiap tahunnya. Kondisi ini mendukung masyarakat untuk melakukan kegiatan budidaya tanaman pertanian. Hal ini menyebabkan 30% masyarakat usia produktif di Indonesia melakukan kegiatan usaha tani sebagai mata pencaharian (BPS 2017).

Subsektor dalam pertanian dibagi menjadi tanaman pangan, perkebunan, dan hortikultura. Dari sisi kesejahteraan petani, budidaya komoditas hortikultura dianggap lebih menjanjikan dibandingkan dengan subsektor lain dalam sektor pertanian. Alat ukur yang digunakan adalah nilai tukar petani (NTP) dimana nilai tersebut menunjukkan rasio antara harga yang diterima petani (IT) yang didapatkan dari nilai jual hasil pertanian dengan harga yang dibayar petani (IB) yang didapatkan dari harga yang harus dibayar untuk memenuhi kebutuhan hidup. Bila nilai NTP lebih besar dari seratus persen, maka pendapatan petani bernilai lebih besar dibandingkan pengeluaran.

Berdasarkan Gambar 1, NTP yang dihasilkan petani hortikultura selalu bernilai lebih tinggi dibandingkan dengan komoditas lainnya, terutama komoditas tanaman pangan dan peternakan. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan budidaya tanaman hortikultura memberikan nilai tambah bagi petani, sehingga sangat layak untuk diusahakan dan dikembangkan oleh pemerintah.



Gambar 1 Nilai NTP Petani di Indonesia

Sumber: Direktorat Jendral Hortikultura (2015)

Dalam pengembangan hortikultura, tidak terlepas dari peran pembenihan, baik dari penyediaan benih, SDM, maupun kelembagaan pembenihan. Ketiga

faktor tersebut merupakan kunci utama dalam sistem pembenihan hortikultura. Tanpa salah satu faktor tersebut maka sistem pembenihan hortikultura tidak bisa berjalan lancar. Arah pengembangan sistem pembenihan hortikultura tidak bisa berjalan lancar. Arah pengembangan sistem pembenihan hortikultura ditujukan untuk mencapai swasembada benih hortikultura dengan peningkatan produksi benih, yang didukung oleh saprodi yang memadai dan juga dalam rangka mengurangi ketergantungan impor.

Melihat persaingan bisnis yang cukup ketat di era modern ini, diperlukan suatu identifikasi mengenai faktor-faktor yang mendorong suatu persaingan bisnis dan bagaimana cara untuk memenangkan persaingan tersebut. Banyak perusahaan yang melakukan berbagai macam strategi untuk bersaing dengan kompetitornya, salah satunya dengan menerapkan model bisnis di dalam perusahaan. Menurut Tim PPM Manajemen (2012), model bisnis adalah gambaran hubungan antara keunggulan dan sumberdaya yang dimiliki perusahaan serta kegiatan-kegiatan yang dilakukan untuk mengakuisisi dan menciptakan nilai, yang membuat perusahaan mampu menghasilkan laba. Sebuah model bisnis selain membuat perusahaan terarah serta memiliki *goals* yang jelas, model bisnis juga memberikan keuntungan bagi sebuah perusahaan seperti memudahkan perusahaan dalam proses pengambilan keputusan.

PO Tiga Bunga Abadi merupakan distributor bibit tanaman hortikultura. Bibit tanaman hortikultura yang dimaksud adalah tanaman buah dan tanaman hias. Selain itu, Tiga Bunga Abadi melakukan usaha budidaya jambu madu dan tanaman hias berupa tanaman sabrina, melati jepang, dogo pitalum dan nusa indah dengan metode stek pucuk.

Saat ini, pendapatan terbesar yang diterima oleh PO Tiga Bunga Abadi adalah melalui pemasaran secara *door to door*. Adapun pemasaran dengan cara pelanggan mendatangi langsung *outlet* PO Tiga Bunga Abadi belum terlalu efektif. Hal ini dikarenakan lokasi *outlet* berada di jalur cepat pengendara kendaraan bermotor dan terhalang oleh bangunan rumah warga dan tembok pagar LPG. Hal ini menyebabkan masyarakat belum mengetahui keberadaan *outlet* PO Tiga Bunga Abadi. Hal tersebut mendorong pemilik untuk memperluas usahanya dengan membuka *outlet* baru. Perancangan *outlet* baru tersebut akan dilakukan dengan pendekatan *Business Model Canvas*.

Outlet baru PO Tiga Bunga Abadi berlokasi di Jalan Raya Rangkasbitung-Pandeglang Km.9. Lokasi *outlet* baru PO Tiga Bunga Abadi terbelah strategi yaitu berdekatan dengan tempat yang dikenal oleh masyarakat yaitu SMPN 1 Warunggunung, gerai ATM BRI, dan dekat dengan Pasar Sampai. Dengan direncanakannya *outlet* baru PO Tiga Bunga Abadi, maka dibutuhkan sebuah perencanaan bisnis yang benar-benar matang. Berdasarkan latar belakang di atas maka disusun rancangan bisnis yang detail untuk *outlet* baru PO Tiga Bunga Abadi dengan menggunakan pendekatan *business model canvas* sebagai alat bantu pembuatan model bisnis.

1.2 Tujuan

Berdasarkan latar belakang di atas, maka tujuan dari kajian pengembangan bisnis ini adalah:

1. Mengidentifikasi usaha PO Tiga Bunga Abadi yang sudah berjalan dalam bentuk *Model Business Canvas*.
2. Membuat rancangan *Model Business Canvas* pengembangan usaha pendirian *outlet* baru pada PO Tiga Bunga Abadi.

2 METODE KAJIAN PENGEMBANGAN BISNIS

2.1 Lokasi dan Waktu

Praktik Kerja Lapangan (PKL) dilakukan di PO Tiga Bunga Abadi yang berlokasi di Jalan Raya Rangkasbitung-Pandeglang, Km. 5, Desa Mekar Agung, Kecamatan Cibadak, Kabupaten Lebak, Provinsi Banten. PKL dilakukan selama 12 minggu yaitu dimulai pada tanggal 1 April sampai dengan 1 Juni 2020.

2.2 Metode Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penulisan kajian pengembangan bisnis ini yaitu data primer dan data sekunder baik secara kuantitatif maupun kualitatif. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber informasi. Data primer bisa didapatkan dengan melakukan wawancara langsung dari sumber informasi. Data primer didapatkan melalui wawancara langsung dengan narasumber dan melakukan keterlibatan secara langsung dalam kegiatan perusahaan. Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari melakukan studi pustaka yang bersumber dari berbagai literatur, seperti data penjual tanaman hias dan buah-buahan yang bersumber dari data Badan Pusat Statistik dan internet.

2.3 Metode Analisis

2.3.1 Business Model Canvas

Business Model Canvas merupakan sebuah model bisnis yang menggambarkan bagaimana sebuah organisasi menciptakan, menghantarkan, dan menangkap sebuah nilai (Osterwalder dan Pigneur 2017). Kerangka model bisnis tersebut berbentuk sebuah kanvas yang terdiri dari sembilan blok berisikan elemen-elemen yang saling berkaitan. Kesembilan blok dalam bisnis model kanvas yaitu *value propositions*, *customer segments*, *channels*, *customer relationship*, *revenue streams*, *key resources*, *key activities*, *key partners*, dan *cost structure*. Melalui *Business Model Canvas*, sebuah bisnis akan terlihat secara garis besar namun elemen-elemen yang saling terkait membuat bisnis akan terlihat utuh dan detail. Analisis menggunakan *Business Model Canvas* mudah karena masing-masing blok dapat dievaluasi sehingga model bisnis dapat diperbaharui sampai mencapai tujuan bisnis yang diinginkan (Priyono 2015). 9 blok *Business Model Canvas* disajikan pada Gambar 2.

