

PERANCANGAN *BUSINESS MODEL CANVAS* SEBAGAI ALTERNATIF STRATEGI BISNIS PENANGKARAN JAHE MERAH

Didik Widiyantono

Dosen Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Purworejo

e-mail: didikwidiyantono_2012@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui deskripsi model bisnis penangkaran jahe merah yang dilakukan kelompok Lumbung Mino Lestari (LML) dan merancang alternatif strategi bisnis menggunakan *Business Model Canvas* (BMC). Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Lokasi penelitian dilakukan di kelompok Lumbung Mino Lestari desa Argomulyo Sedayu Bantul. Penelitian dilakukan bulan Nopember sampai dengan Februari 2020. Teknik pemilihan informan dengan menggunakan *snowball sampling*. Pengumpulan data pada penelitian ini dengan melakukan wawancara mendalam dengan 10 orang informan yang terlibat langsung. Hasil penelitian ini menunjukkan pilihan strategi bisnis yang tepat untuk Lumbung Mino Lestari untuk masing-masing blok pada BMC. Elemen *customer segment* kelompok LML berfokus kelompok ibu-ibu yang tergabung dalam PKK, kelompok wanita tani, dan kelompok pedagang jamu gendong. Elemen *value propositions* memberikan pendampingan budidaya jahe merah dan kemudahan dalam transaksi. Elemen *channel* berupa pemanfaatan smartphone dan media sosial. Elemen *customer relationships* kelompok diperlukan untuk memperhatikan ketersediaan bibit jahe merah. Elemen *revenue streams* kelompok berasal dari penjualan bibit dan jasa. Elemen *key resources* kelompok terdiri dari sumber daya fisik, sumber daya intelektual, sumber daya manusia dan sumber daya finansial. Elemen *key activities* yang dimiliki terletak pada proses penangkaran rimpang jahe merah. Elemen *key partnerships* utama kelompok berasal dari pemasok rimpang jahe merah. Sedangkan elemen terakhir yakni elemen *cost structure* terdiri dari biaya tetap dan biaya variabel.

Kata Kunci : bmc, bisnis, jahe merah, rimpang, strategi.

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kementerian Pertanian (Kementan) pasca pelantikan kabinet kerja periode 2019-2024, telah mengeluarkan kebijakan dalam pembangunan pertanian 2020 untuk mewujudkan pertanian yang maju, mandiri dan modern. Ada 4 aspek yang dijadikan fokus perhatian untuk mencapai sasaran tersebut. Adapun aspek tersebut adalah :

- 1) peningkatan produksi dan produktivitas melalui gerakan nasional peningkatan produktivitas dan produksi komoditas pertanian serta peningkatan kapasitas SDM pertanian.
- 2) menurunkan biaya pertanian menuju pertanian berbiaya rendah melalui peningkatan efisiensi dan pengembangan kawasan berbasis korporasi.
- 3) pengembangan dan penerapan mekanisasi serta akselerasi pemanfaatan inovasi teknologi.
- 4) ekspansi pertanian melalui perluasan pemanfaatan lahan termasuk lahan rawa dan sub optimal lainnya serta penyediaan air (irigasi, embung, dan bangunan air lainnya).

Kementrian Pertanian RI berencana melakukan lompatan yang cepat untuk melaksanakan kegiatan-kegiatan tersebut di atas, sehingga berdampak signifikan pada peningkatan produktivitas. Selain itu juga menargetkan beberapa hal sebagai berikut : (a) peningkatan produksi komoditas utama sebanyak 7% per tahun; (b) gerakan tiga kali ekspor (GraTIEks) sampai tahun 2024; (c) serapan KUR sektor pertanian sebesar Rp 50 triliun per tahun; (d) tumbuhnya usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) 7.879 unit pada tahun 2024; (e) mengupayakan tumbuhnya petani milenial berjiwa entrepreneur 500.000 pemuda per tahun; (f) kontribusi sektor pertanian dalam penurunan daerah rentan rawan pangan menjadi 10% pada tahun 2024; dan (g) penurunan stunting menjadi 14% di tahun 2024 antara lain melalui Family Farming, Pertanian Masuk Sekolah (PMS) dan kegiatan dengan Perguruan Tinggi. (<http://psp.pertanian.go.id/index.php/page/publikasi/432>).

Pangan merupakan kebutuhan mendasar manusia. Oleh karena itu kebutuhannya harus terpenuhi baik dalam jumlah, mutu, bergizi seimbang, aman dan terjangkau untuk setiap orang. Badan Ketahanan Pangan (BKP) Kementerian Pertanian (Kementan) untuk memenuhi hal tersebut, sejak tahun 2010 telah memberdayakan lebih dari 20 ribu kelompok wanita tani, atau setara dengan sekitar 600 ribu rumah tangga petani atau 2,5 juta masyarakat yang terlibat dalam kegiatan Kawasan Rumah Pangan Lestari (KRPL). Upaya yang dilakukan telah berdampak pada penurunan tingkat kemiskinan, khususnya kemiskinan pedesaan. Keberhasilan KRPL pada masa lalu terus disempurnakan dengan mengembangkannya menjadi Family Farming.

Pertanian keluarga (*family farming*) sebenarnya merupakan gerakan internasional yang dicanangkan Badan dunia PBB pada tahun 2014. Gerakan internasional *family farming* bertujuan untuk : (1) mendukung pembangunan pertanian, lingkungan, dan kebijakan sosial yang kondusif untuk mewujudkan pertanian keluarga; (2) meningkatkan pengetahuan, komunikasi, dan kesadaran publik; (3) memperoleh pemahaman yang lebih baik terhadap kebutuhan, potensi, hambatan teknis pertanian keluarga; dan (4) menciptakan sinergi untuk keberlanjutannya. Indonesia cenderung menerima dan mengadopsi berbagai konsep yang menjadi gerakan internasional terutama yang disebarkan oleh lembaga resmi dunia. Beberapa program pemerintah yang mengadopsi gerakan internasional tersebut antara lain : pengentasan kemiskinan, gender, pertanian berkelanjutan, ketahanan pangan, kedaulatan pangan, pertanian ramah lingkungan, penyuluhan partisipatif, *Millenium Development Goals* (MDG), dan SDG's. Beberapa ide telah menjadi agenda nasional secara resmi dan masuk dalam dokumen kebijakan pemerintah. Ide tersebut telah menjadi tujuan nasional yang diikuti dengan program dan proyek, dilengkapi dengan strategi, pendekatan, dan pengembangan indikator untuk mengukur pencapaiannya (Syahyuti, 2016). Gerakan internasional *family farming* akhirnya telah ditetapkan menjadi program Kementerian Pertanian (Kementan) kabinet kerja periode 2019-2024. Menurut batasan yang digunakan USDA, pertanian keluarga memproduksi komoditas pertanian untuk dijual maupun cukup untuk kebutuhan keluarga sendiri, sedangkan tenaga kerja berasal dari dalam keluarga dan dari luar (*hired labor*).

Lumbang Mino Lestari (LML) adalah kelompok masyarakat yang melakukan penangkaran jahe merah. Kegiatan yang dilakukan oleh kelompok LML berlatar belakang dari program kawasan rumah pangan terutama dalam penyediaan bibit jahe merah. Kegiatan yang dilakukan kelompok LML ini selaras dengan program Kementerian Pertanian 2019-2024, terutama program *Family Farming*.

Jahe merah (*Zingiber officinale var. rubrum*) merupakan salah satu jenis unggul tanaman rimpang jahe yang ada di Indonesia. Jenis ini merupakan varietas unggul karena memiliki kandungan senyawa aktif yang lebih tinggi dibandingkan varietas jahe lainnya. Jahe Merah dapat tumbuh dan berkembang hampir di semua wilayah di Indonesia. Jahe merah banyak digunakan sebagai bahan baku obat-obatan tradisional. Secara morfologi, jahe merah mempunyai rimpang berwarna merah hingga jingga muda serta memiliki aroma tajam dan rasa yang pedas. Jahe merah di era pandemi Covid-19 seperti sekarang ini, dimanfaatkan masyarakat untuk membantu meningkatkan imun tubuh. Nilai kegunaan jahe dalam pengobatan tradisional terdapat pada rimpang yang mengandung berbagai macam senyawa aktif penuh khasiat. Ekstrak rimpang jahe diketahui memiliki aktivitas antioksidan, mengandung komponen polifenol sebagai penyumbang atom hidrogen atau elektron untuk menangkap radikal bebas (Stoilova et al., 2007). Beberapa manfaat yang diperoleh jika mengkonsumsi jahe merah, antara lain :

- 1) Memiliki efek laksatif atau pencahar yang baik untuk pencernaan;
- 2) Mengurangi gejala demam dan flu;
- 3) Memiliki sifat antiemetik yang kuat, yaitu efektif mengurangi rasa mual, muntah dan mengatasi mabuk perjalanan;
- 4) Mengurangi gejala rematik dan sakit pinggang;
- 5) Mengurangi radang pada tenggorokan dan pelega tenggorokan;
- 6) Mencegah hipertensi dan penyakit kardiovaskular;
- 7) Mencegah penyakit degeneratif pada saraf dan otak; dan
- 8) Mengatasi pusing yang disertai mual.

Rimpang jahe dapat diolah menjadi berbagai produk olahan diantaranya manisan jahe, dodol jahe, sirup jahe dan minyak jahe. Minyak jahe merupakan salah satu komoditas yang memiliki nilai ekonomis yang cukup tinggi (Kurniasih, 2008). Industri minyak jahe Indonesia digunakan untuk kebutuhan pasokan bahan baku pada industri farmasi baik dalam negeri maupun luar negeri. Industri pengolahan produk turunan lain yaitu industri minuman instan. Instan jahe dewasa ini terus berkembang ditandai banyaknya merk jahe instan berbahan baku jahe merah beredar di masyarakat. Industrialisasi tersebut memerlukan pasokan input berupa bahan baku jahe merah secara kontinyu sehingga masyarakat yang membudidayakan jahe merah semakin banyak. Tingginya tingkat minat petani menanam jahe merah menuntut meningkatnya kebutuhan bibit jahe merah bermutu.

Usaha penangkaran benih jahe merupakan bagian dari salah satu strategi rantai usaha budidaya jahe. Keberadaan penangkar benih jahe tidaklah berdiri dengan maksud satu tujuan perbenihan, tetapi usaha perbenihan terbentuk sebagai salah satu pendukung dalam rantai usaha yang dijalankan oleh penangkar benih. Pada awalnya penangkar benih jahe umumnya membudidayakan jahe sebagai suatu usaha pokok dalam bertani. Hasil produksi budi daya jahe dijual petani sebagai produk konsumsi. Petani jahe menjual hasil panen kepada pengumpul di daerah tersebut atau menjualnya langsung ke pasar induk. Sistem tata niaga tersebut terbentuk secara simultan dan alami tanpa campur tangan pemerintah. Sistem ini mendorong terbentuknya penangkar benih untuk menjaga kontinuitas dan pasokan produksi budi daya jahe (Sujianto dan Agus Wahyudi, 2015). Hal tersebut menunjukkan bahwa peluang usaha penangkaran jahe merah cukup baik.

Penangkaran rimpang jahe merah dimulai dengan melakukan seleksi terhadap rimpang jahe merah yang sudah cukup tua. Rimpang jahe merah yang telah diseleksi dipotong potong, setiap potongan mempunyai 2-3 mata tunas. Rimpang tersebut selanjutnya diberi perlakuan menggunakan bakterisida dan fungisida untuk menghindari terjangkitnya penyakit di persemaian maupun di polibag. Rimpang yang telah diberi perlakuan kemudian diperam menggunakan sekam padi. Rimpang dalam penangkaran disiram tiap pagi dan sore hari untuk menjaga kelembapan. Selama kurang lebih 1 bulan di pemeraman, rimpang mulai bertunas. Tunas jahe merah yang sudah berdaun selanjutnya dipindahkan ke polybag bibit.

Penangkaran jahe merah kelompok LML sudah berjalan namun dalam pemasarannya belum sesuai yang diharapkan. Kondisi tersebut menyebabkan kelompok ini juga menanam bibit jahe merah yang tidak terjual sampai masa panen.

Bisnis model merupakan metode rasional kelompok atau perusahaan dalam menciptakan, menyampaikan nilai tambah dan menangkap peluang (Osterwalder dan Pigneur, 2009). Bisnis model juga dapat diartikan sebagai alat perusahaan untuk mengonsep hal-hal yang dimiliki dan dapat dihasilkannya sehingga dapat diterima oleh konsumen secara luas. Joyce dan Paquin (2016) mengungkapkan bisnis model mampu menjadi alat penunjang perusahaan untuk mengupayakan kemampuannya agar tetap eksis melalui pendekatan *outside-in* atau *inside-out*. Pendekatan secara *outside-in* yakni mengeksplorasi peluang untuk menciptakan inovasi perusahaan melalui beberapa ide bisnis model. Secara sederhana perusahaan mengidentifikasi tantangan eksternal untuk memicu potensi internalnya. Sedangkan pendekatan *inside-out* merupakan pendekatan yang melibatkan potensi perusahaan saat ini. Dapat diartikan bahwa perusahaan menyesuaikan potensi internalnya untuk mengatasi masalah eksternalnya. Penelitian menggunakan pendekatan secara *outside-in* menggunakan *Business Model Canvas* (BMC).

Osterwalder dan Pigneur (2009) mengatakan bahwa model bisnis dapat dijelaskan dengan sangat baik melalui sembilan balok bangun dasar yang memperlihatkan cara berfikir tentang

bagaimana cara perusahaan menghasilkan uang. Sembilan blok bangunan tersebut diletakkan pada sebuah susunan yang disebut *Business Model Canvas*. *Business Model Canvas* terbagi menjadi sembilan bagian utama, yaitu: *Customer Segments* (Segmen Pelanggan), *Value Propositions* (proposisi nilai), *Channel* (Saluran), *Customer Relationships* (Hubungan Pelanggan), *Revenue Streams* (Arus Pendapatan), *Key Resources* (Sumber Daya Utama), *Key Activities* (Aktivitas Kunci), *Key Partnerships* (Kemitran Utama) dan *Cost Struktur* (Struktur Biaya).

Kelompok Lumbung Mino Lestari perlu mengetahui deskripsi model bisnis yang sedang dijalannya untuk menentukan strategi bersaing yang cocok untuk diterapkan di kelompoknya.

1.2. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini sebagai berikut :

- 1) Untuk memahami gambaran model bisnis yang sedang dilakukan kelompok Lumbung Mino Lestari dengan menggunakan *Business Model Canvas*.
- 2) Untuk memberikan alternatif strategi bisnis kepada kelompok Lumbung Mino Lestari.

2. METODE PENELITIAN

2.1. Obyek Penelitian dan Teknik Sampling

Penelitian ini termasuk jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati dari fenomena yang terjadi. Sugiyono (2012) mengatakan metode penelitian kualitatif digunakan untuk meneliti kondisi obyek yang alamiah (sebagai lawannya adalah eksperimen), dimana peneliti sebagai instrument kunci, pengambilan data dilakukan secara snowball sampling. Teknik pengumpulan dengan triangulasi (gabungan) sumber, analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi.

Lokasi penelitian ini ditentukan dengan sengaja (*purposive*), penelitian ini dilakukan di kelompok Lumbung Mono Lestari desa Argomulyo kecamatan Sedayu kabupaten Bantul.

Teknik pemilihan informan dengan menggunakan *snowball sampling*. Pengumpulan data pada penelitian ini dengan melakukan wawancara mendalam dengan 10 orang informan yang terlibat langsung.

Proses analisis data ada penelitian kualitatif dimulai dari menelaah data yang tersedia, melakukan reduksi data, menyusun ke dalam satuan (kategori), mengadakan pemeriksaan keabsahan data dan selanjutnya penafsiran data (Moleong, 2011). Analisis data yang dilakukan pada penelitian ini dilakukan melalui beberapa proses tahapan yakni:

- 1) Pengumpulan data melalui wawancara terstruktur, menyiapkan daftar pertanyaan, mencatat hasil wawancara dan menghasilkan catatan lapangan,

- 2) Reduksi data dengan mengumpulkan, memilah dan mengklasifikasikan jawaban responden sesuai dengan daftar pertanyaan
- 3) Mengkategorikan data dengan memilah dan mengklasifikasikan data dalam pemetaan Business Model Canvas (BMC) meliputi *key partner*, *key activities*, *value proposition*, *customer segment*, *cost structure*, *revenue stream*.
- 4) Pemeriksaan keabsahan data menggunakan teknik triangulasi untuk menunjukkan bahwa isi data penelitian benar-benar asli atau valid, teknik triangulasi menggunakan catatan wawancara dengan informan untuk membandingkan data hingga data lengkap dan bersifat jenuh. Data tersebut kemudian disimpulkan untuk ditafsirkan.
- 5) Penafsiran data berfungsi sebagai jawaban atas rumusan masalah secara deskriptif di mana rumusan tersebut berasal dari kategori data yang telah dibuat.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Kelompok Lumbung Mino Lestari

Sekretariat kelompok Lumbung Mino Lestari (LML) berada di dusun Puluhan desa Argomulyo Sedayu Bantul. Kelompok ini mewadahi warga masyarakat pedukuhan Puluhan, Samben, dan Panggang desa Argomulyo Sedayu Bantul.

Visi kelompok LML adalah peningkatan kesejahteraan anggota kelompok melalui pengembangan sistem integrasi tanaman ternak dan ikan yang mampu mendorong warga untuk memperkuat keberadaan lumbung masyarakat. Saat ini kegiatan kelompok LML menitikberatkan pada penangkaran jahe merah. Unit usaha ini diharapkan mampu memberi pemasukan untuk kelompok sehingga dapat tumbuh dan berkembang. Jahe merah perawatannya relatif mudah, tidak membutuhkan lahan yang luas untuk melakukan penangkaran jahe merah. Salah satu tanaman biofarmaka Indonesia yang memiliki peluang untuk ekspor adalah jahe merah, selain lengkuas, lempuyang, temulawak, temuireng, kejobeling, dlinggo, kapulaga, temukunci, mengkudu, dan sambiloto. Beberapa hal tersebut yang menjadi latar belakang kelompok LML memilih usaha menangkarkan jahe merah.

3.2. Model Bisnis Yang dikembangkan

Berdasarkan hasil wawancara, model bisnis yang dikembangkan kelompok sebagai berikut :

1) *Customer Segment*

Konsumen merupakan seluruh pembeli bibit jahe merah baik perorangan maupun kelompok. Target penjualan masih terbatas dilakukan pada konsumen yang memiliki halaman di rumah tinggalnya. Konsumen pada jenis usaha ini adalah konsumen mikro yang memiliki kepedulian untuk mengembangkan budidaya tanaman obat keluarga (toga).

2) *Value Proposition*

Value proposition adalah alasan konsumen memilih membeli bibit jahe daripada bibit yang lainnya. Kelompok LML harus memiliki *value proposition* yang dapat menarik agar penjualan bibit semakin meningkat dan memberi manfaat lebih untuk konsumen. Bibit jahe merah selain dapat dibudidayakan untuk pemanfaatan pekarangan sehingga memiliki fungsi estetika, juga memiliki nilai ekonomis karena bermanfaat untuk meningkatkan imun tubuh. Budidaya jahe merah cenderung lebih mudah dalam pengelolaannya dibandingkan tanaman hias yang banyak ditanam di pekarangan, karena tidak perlu melakukan penyiraman setiap hari. Inilah *value proposition* yang ditawarkan kelompok LML kepada pelanggannya.

3) *Channels*

Penjualan bibit jahe merah oleh kelompok LML sebagian besar masih menggunakan penjualan langsung. Komunikasi dengan pembeli masih menggunakan aplikasi *WhatsApp*. Komunikasi dilakukan oleh konsumen biasanya untuk menanyakan ketersediaan bibit jahe merah dan melakukan transaksi pembeliannya. Saluran distribusi masih tergolong konvensional karena belum banyak melibatkan teknologi informasi.

4) *Customer Relationship*

Kelompok LML dalam rangka membangun dan menjaga hubungan pelanggan, melakukan beberapa cara yaitu : memberikan diskon harga, bonus pembelian produk dan pengantaran gratis dengan syarat dan ketentuan pembelian tertentu.

5) *Revenue Streams*

Kelompok LML memperoleh sumber pendapatan selain dari penjualan bibit juga dari penjualan rimpang jahe merah. Hal ini menunjukkan bahwa upaya dalam memperoleh *revenue streams* belum maksimal.



Gambar 1. Bibit Jahe Merah Siap Jual

Gambar 1 merupakan bibit merah yang sudah siap jual. Bibit tersebut berumur sekitar 2 bulan sejak penangkaran rimpang jahe merah. Bibit jahe merah tersebut dijual dengan harga Rp. 5.000 per polybag per batang.

6) *Key Resources*

Key Resources usaha pembibitan jahe merah ini masih sangat terbatas, yaitu anggota kelompok LML. Anggota kelompok ini bergotong royong baik dalam pembibitan jahe merah

maupun distribusinya ke konsumsen. Sumber keuangan usaha pembibitan jahe merah ini berasal dari anggota sendiri.

7) *Key Activities*

Aktivitas utama jenis usaha ini yaitu pembelian rimpang jahe, penangkaran jahe, pembibitan jahe merah, dan penjualan bibit jahe merah.



Gambar 2. Rimpang Jahe Mulai Bertunas

Gambar 2 merupakan satu contoh rimpang jahe yang memiliki kualitas baik. Selama proses penangkaran rimpang tersebut, biasanya memiliki mata tunas lebih dari 5 buah, sehingga diharapkan dapat diperoleh jumlah bibit yang banyak dalam sekali proses penangkaran rimpang jahe merah. Pertumbuhan mata tunas bibit jahe ini lebih kurang memerlukan waktu 1 bulan untuk dapat dipindahkan ke polibag pembibitan.



Gambar 3. Penjualan Bibit Jahe merah

Gambar di atas menunjukkan salah satu anggota kelompok LML yang berdomisili di dusun Panggang sedang melayani ibu-ibu dari dusun Kaliberot yang membeli bibit jahe merah. Proses pemasaran sehingga terjadi transaksi seperti tampak pada gambar 3 sebagai akibat informasi yang berkembang yang berkembang bahwa kelompok LML menjual bibit jahe merah. Bibit jahe merah pada polibag yang sudah memiliki lebih dari satu batang, dijual dengan harga Rp. 5000 per batang, sehingga jika dalam polybag yang dipilih pelanggan berisi 3 batang jahe merah maka harganya menjadi Rp. 15.000.

Gambar 4 menunjukkan salah satu anggota kelompok LML yang berdomisili di dusun Puluhan Argomulyo sedang menyusun bibit jahe merah di bahu jalan. Anggota ini kebetulan memiliki rumah di tepi jalan antar kabupaten Bantul dan Sleman. Hal tersebut dilakukan untuk menarik minat pembeli bibit jahe merah.



Gambar 4. Bibit Jahe Merah di Bahu Jalan

8) *Key Partnership*

Mitra usaha bibit jahe merah ini adalah petani jahe merah atau pengepul rimpang jahe merah. Selama ini kelompok LML hanya memiliki mitra satu orang pengepul jahe merah.

9) *Cost Structure*

Struktur biaya yang ada pada usaha pembibitan jahe merah ini adalah pembelian rimpang jahe merah, pembelian polybag untuk bibit jahe merah, pembelian media tanam, dan biaya perawatan (pupuk).

3.3. Alternatif Strategi Bisnis

Usaha pembibitan jahe merah yang dikembangkan oleh kelompok LML dapat mendukung program *Family Farming* Kementerian Pertanian periode tahun 2020-2024. Oleh karena itu beberapa strategi tambahan diperlukan agar usaha pembibitan jahe merah ini dapat terus berkembang dan memberikan keuntungan untuk kelompok LML.

Customer segment usaha ini memiliki peluang yang sangat baik untuk diperluas di masa depan terkait program *family farming* tersebut di atas. Konsumen bibit jahe merah dapat dikembangkan tidak hanya untuk rumah tangga yang memiliki pekarangan saja secara perorangan melainkan dapat juga dilakukan ke kelompok ibu-ibu yang tergabung dalam PKK, kelompok wanita tani, dan kelompok pedagang jamu gendong, yang ada di desa Argomulyo kecamatan Sedayu kabupaten Bantul.

Permintaan rimpang jahe di era pandemi Covid-19 ternyata terus meningkat. Hal tersebut dapat meningkatkan value proposition terhadap permintaan bibit jahe. Salah satu yang perlu dilakukan untuk meningkatkan value proposition adalah memberikan pendampingan budidaya jahe merah dan kemudahan dalam transaksi. *Value proposition* menjadi semakin kuat jika kelompok LML dapat menampung panen konsumen bibit jahe merah.

Kelompok LML dalam meningkatkan saluran distribusi perlu memanfaatkan teknologi informasi yang lebih luas. Tidak hanya mengandalkan whatsapp karena aplikasi ini sangat terbatas hanya dengan konsumen yang memang rekam datanya sudah dimiliki oleh kelompok LML. Pemanfaatan media sosial lainnya seperti aplikasi *facebook* dan *instagram* harus mulai dipergunakan oleh kelompok LML untuk mengembangkan saluran distribusinya sehingga permintaan konsumen memiliki peluang terjadi peningkatan.

Mengantisipasi peningkatan permintaan bibit jahe merah maka kelompok LML harus memperhatikan ketersediaan bibit jahe merah. Kelompok LML dalam satu bulan dapat memiliki persediaan sejumlah 4000 bibit. Jika kualitas rimpang jahe cukup bagus, maka dalam penangkaran 1 kg rimpang dapat diperoleh 110 bibit jahe merah.

Elemen *revenue streams* kelompok LML berasal dari penjualan bibit dan jasa. Kelompok LML memiliki peluang untuk menambah aliran pemasukan keuangan dengan menyediakan kebutuhan untuk konsumen terkait dengan budidaya tanaman jahe, antara lain menyediakan media tanam, polybag atau karung goni untuk budidaya tanaman jahe sampai panen, dan pupuk organik. Ketersediaan beberapa hal tersebut dapat memudahkan pelanggan untuk melakukan budidaya jahe merah lebih optimal sehingga produksinya maksimal dan berkelanjutan.

Elemen *key resources* kelompok terdiri dari sumber daya fisik, sumber daya intelektual, sumber daya manusia dan sumber daya finansial. Kelompok LML sebagai bagian usaha mikro yang baru berkembang, untuk blok ini hanya perlu mempertahankan apa yang sudah dimilikinya. Upaya pengembangannya perlu menunggu keberhasilan inovasi di beberapa blok lainnya.

Elemen *key activities* yang dimiliki terletak pada proses penangkaran rimpang jahe merah. Kegiatan utama kelompok LML harus ditingkatkan, tidak hanya berfokus pada penangkaran rimpang jahe saja. Keberhasilan pembibitan jahe merah sangat tergantung pada kualitas rimpang jahenya. Oleh karena itu perlu ada tambahan satu kegiatan yaitu memilih atau menyiapkan rimpang jahe merah yang berkualitas sehingga jumlah bibit yang diperoleh dari penangkaran rimpang jahe merah semakin meningkat.

Elemen *key partnerships* utama kelompok berasal dari pemasok rimpang jahe merah. Elemen *key activities* mengharuskan untuk memperoleh kualitas rimpang jahe merah yang semakin baik. Oleh karena itu jejaring pemasok rimpang harus diperluas, tidak hanya tergantung pada satu pemasok saja. Selama ini kelompok LML hanya mengandalkan satu pemasok rimpang jahe merah. Jejaring pemasok yang makin banyak memungkinkan kelompok LML tidak hanya memperoleh jaminan kualitas rimpang jahe yang makin baik, namun juga harga rimpang jahe merah yang makin kompetitif dan lebih murah.

4. KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

4.1. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan di atas dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

- 1) Usaha penangkaran bibit jahe merah kelompok LML masih dilakukan secara konvensional, belum mengembangkan BMC.
- 2) Beberapa blok dari BMC perlu dikembangkan agar usaha penangkaran pembibitan jahe merah memperoleh hasil yang maksimal.

- 3) Alternatif strategi bisnis yang tepat untuk Lumbung Mino Lestari dengan memberikan perbaikan pada beberapa blok BMC, sebagai berikut :
- a. Elemen *customer segment* kelompok LML berfokus kelompok ibu-ibu yang tergabung dalam PKK, kelompok wanita tani, dan kelompok pedagang jamu gendong.
 - b. Elemen *value propositions* memberikan pendampingan budidaya jahe merah dan kemudahan dalam transaksi.
 - c. Elemen *channel* berupa pemanfaatan smartphone dan media sosial.
 - d. Elemen *customer relationships* kelompok diperlukan untuk memperhatikan ketersediaan bibit jahe merah.
 - e. Elemen *revenue streams* kelompok dengan mengembangkan penjualan bibit, menyediakan kebutuhan terkait budidaya jahe merah dan jasa.
 - f. Elemen *key resources* kelompok dengan mengembangkan sumber daya fisik, sumber daya intelektual, sumber daya manusia dan sumber daya finansial.
 - g. Elemen *key activities* yang dimiliki terletak pada proses penangkaran rimpang jahe merah.
 - h. Elemen *key partnerships* utama kelompok berasal dari pemasok rimpang jahe merah.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Joyce, A., & Paquin, R. L. (2016). The triple layered business model canvas: A tool to design more sustainable. *Jornal of Cleaner Produsction*, 1-23.
- Kurniasih L. 2008. Kajian Ekstraksi Minyak Jahe Menggunakan Microwave Assisted Extraction (MAE). *Momentum* 4(2): 47-52.
- Moleong, L. J. (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi)*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2009). *Business Model Generation*. Amsterdam: Modderman Drukwerk.
- Stoilova I, A Krastanov dan A Stoyanova. 2007. Food Chemistry Antioxidant Activity of a Ginger Extract (*Zingiber officinale*). *Food Chemistry* 102: 764-770.
- Sugiyono. (2010). *Penelitian Kualitatif, Kuantitatif & RND*. Bandung: Alfabeta
- Sujianto dan Agus Wahyudi. (2015). Analisis kelayakan dan finansial dalam penyediaan benih bermutu Jahe merah (*zingiber officinale* var. *Rubrum*). *Bul. Littro*, Volume 26, Nomor 1, Mei 2015.
- Syahyuti. (2016). Relevansi Konsep Dan Gerakan Pertanian Keluarga (*Family Farming*) Serta Karakteristiknya Di Indonesia. *Forum Penelitian Agro Ekonomi*, Vol. 34 No. 2, Desember 2016: 87-101.