

Business Model Canvas dan Social Media Marketing untuk Meningkatkan Kapasitas Pengusaha Mikro di Kabupaten Pangkep

Indrabayu^{1*}, Intan Sari Areni², Ingrid Nurtanio¹, Christoforus Yohannes¹, Zulkifli Tahir¹, Anugrayani Bustamin¹, Al Imran¹, Mar'atuttahirah²

Departemen Teknik Informatika, Fakultas Teknik UNHAS^{1*}
Departemen Teknik Elektro, Fakultas Teknik UNHAS²
anugrayani@unhas.ac.id*

Abstrak

Pengabdian masyarakat telah dilakukan untuk meningkatkan kinerja dan kapasitas Kelompok Tani Pelita Desa di Kabupaten Pangkep. Kelompok Tani Pelita Desa merupakan sebuah kelompok pengusaha jeruk "Pamelo" di Desa Attangsalo, Kecamatan Ma'rang, Kabupaten Pangkep. Pada kegiatan sosialisasi ini dihadiri oleh 15 peserta yang tergabung dalam kelompok Tani Pelita Desa dan beberapa tokoh masyarakat juga turut hadir berpartisipasi. Hasil analisis situasi dan kondisi didapatkan beberapa masalah yang sedang dihadapi Kelompok Tani Pelita Desa, yaitu usaha yang sedang berjalan belum melewati proses analisis bisnis, tidak dimanfaatkannya marketing sosial media, dan branding masih sederhana. Sehingga dalam kegiatan pengabdian ini dilakukan pengenalan Business Model Canvas (BMC) dengan melakukan penjabaran usaha dalam bentuk sederhana tetapi cukup efektif untuk melihat secara holistik suatu startup maupun bisnis. Selanjutnya juga dilakukan pengenalan social media marketing untuk mendukung kelompok usaha, meningkatkan kinerja untuk dapat berkelanjutan dan berkembang lebih baik. Hal ini dianggap perlu untuk menjadi turning point bagi kelompok usaha dalam meningkatkan usaha untuk kemajuan dan menghadapi era globalisasi.

Kata Kunci: BMC; Social Media Marketing; Kelompok Tani; Digitalisasi; Kelompok Usaha.

Abstract

Community service has been done to improve the performance and capacity of the Pelita Desa Farmers Group in Pangkep Regency. Pelita Desa Farmers Group is a group of "Pamelo" orange entrepreneurs in Attangsalo Village, Ma'rang District, Pangkep Regency. The socialization activity was attended by 15 participants who were members of the Pelita Desa Farmer Group and several community leaders also participated. The results of the analysis of the situation and conditions found several problems that are being faced by Pelita Desa Farmers Group, namely the ongoing business has not gone through the process of business analysis, social media marketing and branding are still not used. So that in this service activity the introduction of Business Model Canvas (BMC) was carried out by conducting business translation in a simple but effective way to look holistically at a startup or business. Furthermore, the introduction of social media marketing is also carried out to support business groups, improve performance to be sustainable and develop better. This is considered necessary to be a turning point for business groups in increasing efforts to progress and face the era of globalization.

Keywords: BMC; Social Media Marketing; Farmers Group; Digitalization; Business Group.

1. Pendahuluan

Salah satu komoditi andalan di Kabupaten Pangkep adalah Jeruk jenis *Pamelo* dan kelompok Tani Pelita Desa merupakan salah satu kelompok tani penghasil jeruk di Kecamatan Ma'rang, Kabupaten Pangkajene Kepulauan (Pangkep), Sulawesi Selatan yang tergolong cukup besar namun belum dikenal luas oleh masyarakat (Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan, 2018). Padahal lokasi kebun jeruk kelompok tani Pelita Desa tersebut sangat bagus untuk dijadikan tempat wisata kebun karena sudah dilengkapi dengan fasilitas gazebo-gazebo kecil, toilet dan lahan luas yang bisa dijadikan tempat bermain bagi anak-anak. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan ketua kelompok tani tersebut, beberapa masalah yang kelompok tani hadapi

adalah usaha yang sedang berjalan belum melewati proses analisis bisnis dan kesiapan dari sisi teknologi digital masih terbatas disebabkan pembuatan lapak digital yang kadang-kadang bagi mereka adalah hal yang sulit, padahal seharusnya di era sekarang telah banyak bidang usaha yang bergerak pada bidang digital ataupun juga memanfaatkan media digital sebagai proses marketingnya.

Osterwalder dan Pigneur mengatakan bahwa model bisnis dapat dijelaskan dengan sangat baik melalui Sembilan balok bangun dasar (*Nine Building Blocks*) yang memperlihatkan cara berfikir tentang bagaimana cara perusahaan menghasilkan uang. Bisnis model menjelaskan mengenai dasar pemikiran bagaimana sebuah bisnis diciptakan, diberikan, dan ditangkap nilainya. *Nine Building Blocks* terdiri dari : *Value Proportitions, Customer Segments, Customer Relationship, Channels, Key Resources, Key Activity, Key Partnership, Cost Structure, dan Revenue Stream*. Menurut Osterwalder & Pigneur (ide inovasi dalam bisnis model dapat datang dari mana saja. Osterwalder & Pigneur membedakan inovasi model bisnis menjadi lima bagian yaitu : Resource-driven, Offer-driven, Customer-driven, Finance-driven, dan Multiple-epicenter. Resource-driven adalah inovasi yang berasal dari infrastruktur yang ada dalam sebuah organisasi atau memperluas dalam kemitraan atau mengubah sebuah model bisnis.

Offer-driven adalah inovasi yang dibuat menciptakan nilai proporsi yang baru yang dapat memberikan dampak kepada building blocks bisnis model yang lain. *Customer-driven* adalah inovasi yang didasarkan pada kebutuhan pelanggan, memfasilitasi akses, atau meningkatkan kenyamanan. *Finance-driven* adalah inovasi yang memberikan aliran penghasilan yang baru, mekanisme penetapan harga, atau mengurangi struktur biaya yang dapat mempengaruhi pada building blockslainnya. *Multiple-epicenter* adalah inovasi yang didorong oleh banyak faktor yang dapat memberikan dampak signifikan terhadap beberapa building blocks lainnya (Osterwalder & Pigneur, 2010).

Selain itu, dilakukan juga pengenalan dan sosial media marketing pada kelompok tani Pelita Desa untuk mendukung kelompok usaha, meningkatkan kinerja untuk dapat berkelanjutan bahkan berkembang dari usaha mikro ke kecil bahkan menengah. Untuk itulah, tim pengabdian Teknik Informatika dan Teknik Elektro Universitas Hasanuddin melaksanakan sosialisasi dan pelatihan pada kelompok Tani Pelita Desa dengan tujuan agar para pelaku usaha dapat memanfaatkan teknologi digital dalam melakukan branding sehingga usaha dan produk mereka dapat lebih dikenal oleh masyarakat. Kegiatan ini merupakan Program Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Hasanuddin-Program Kemitraan Masyarakat (PPMU-PKM) melalui LPPM UNHAS. Pengenalan Busines Model Canvas (BMC) sebagai suatu model penjabaran usaha dalam bentuk sederhana tetapi cukup powerfull untuk melihat secara holistic suatu startup maupun bisnis.

2. Latar Belakang Teori

Beberapa konsep manajemen bisnis telah banyak diperkenalkan salah satunya adalah *Business Model Canvas* (BMC). Konsep model bisnis mulai populer di tahun 1990an. Konsep model bisnis digunakan sebagai gambaran umum perusahaan ketika berinteraksi dengan distributor, mitra kerja dan *customer* (Zorr dan Amit, 2011).

BMC adalah salah satu alat untuk menggambarkan dasar pemikiran dari model bisnis terkiat organisasi dalam menciptakan, memberikan dan menangkap nilai dari sebuah bisnis. Dalam proses mendesain model bisnis dilakukan dengan lima fase berikut (Osterwalder, 2012):

- a. Menggerakkan : mempersiapkan proyek desain model bisnis yang sukses,
- b. Memahami : meneliti dan menganalisis elemen yang diperlukan dalam desain bisnis.
- c. Mendesain : melakukan pengujian terhadap pilihan model bisnis yang ada, dan memutuskan model terbaik.
- d. Menerapkan : menerapkan *prototype* model bisnis di lapangan
- e. Mengelola : melakukan penyesuaian dan modifikasi model bisnis sebagai tanggapan terhadap reaksi pasar.

Sebuah bisnis dituntut untuk membangun model bisnis yang inovatif dan kreatif untuk menghadapi persaingan bisnis yang kompetitif. Dalam BMC dikenal *Nine Building Blocks* yang merepresentasikan elemen kunci yang secara umum ada pada semua model bisnis. Blok ini mewakili cara berpikir tentang bagaimana sebuah perusahaan menghasilkan uang.

Dalam sebuah bisnis dibutuhkan sebuah analisis dalam hal strategi perusahaan. Salah satu analisis yang dapat diterapkan yaitu analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, dan Threats*). Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strength*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threats*). Sedangkan menurut Kotler yang telah disunting dari Molan (2007) analisis SWOT adalah evaluasi terhadap keseluruhan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman perusahaan. Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategis dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian perencanaan strategis (*strategic planner*) harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman) dalam kondisi yang ada saat ini. Hal ini disebut dengan analisis situasi (Kotler dan Keller, 2009).

Kegiatan ini melibatkan mitra dari kelompok tani yang berkecimpung dalam bisnis perkebunan Jeruk Pamelu yang merupakan komoditas yang dihasilkan oleh masyarakat Kec. Ma'rang, Kabupaten Pangkep. Agribisnis berasal dari kata *agri* dan *bisnis*. *Agri* berasal dari Bahasa Inggris, *agricultural* (pertanian) bisnis berarti usaha komersial dalam dunia perdagangan (Soekartawi, 1993). Agribisnis menurut pandangan secara luas, agribisnis mencakup semua kegiatan mulai dari pengadaan sarana produksi pertanian (*farm supplies*) sampai dengan tata niaga produk pertanian yang dihasilkan usaha tani atau hasil olahannya (Firdaus, 2009).

Dalam hal meningkatkan produktivitas dan mutu jeruk besar di Kabupaten Pangkep diperlukan penerapan teknologi selain dari sisi budidaya juga manajemen strategi pemasaran serta bisnis yang lebih mudah untuk dipahami oleh petani dan secara ekonomi menguntungkan.

3. Metode Pelaksanaan Kegiatan

Setelah melakukan komunikasi dengan anggota kelompok tersebut, maka diketahui yang menjadi permasalahan utama yang dihadapi adalah:

- a. Usaha yang ada belum melewati proses analisis bisnis.
- b. Kesiapan dari sisi teknologi digital masih terbatas, dan pengenalan sosial media pun masih dangkal. Padahal marketing sosial media dinilai efisien dan bebas biaya.

- c. Branding dari usaha mikro Kelompok Tani Pelita Desa masih sangat sederhana.

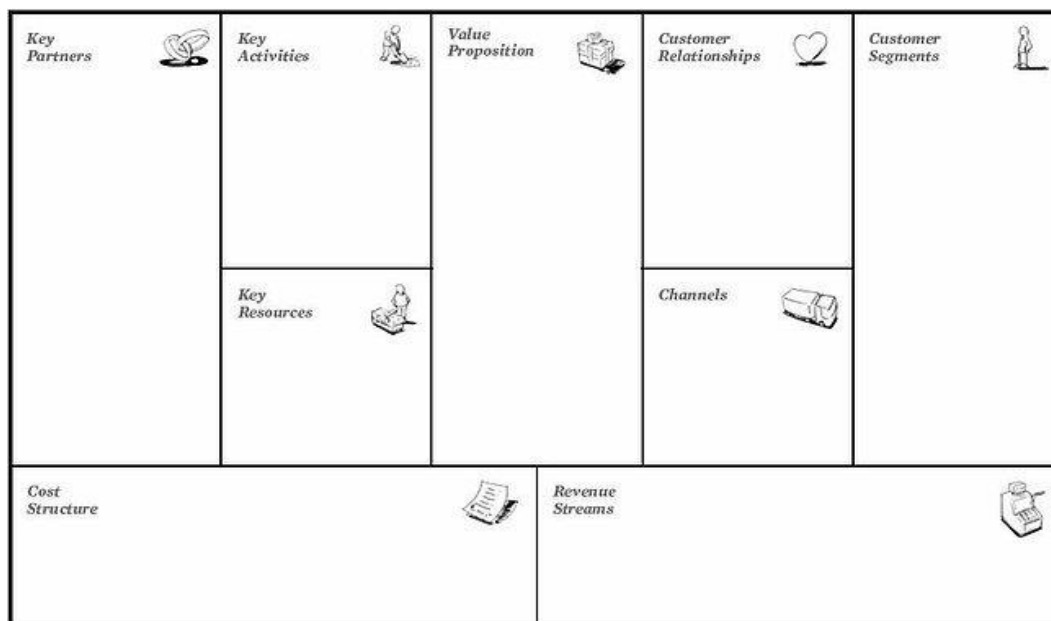
Berdasarkan permasalahan yang dihadapi mitra maka beberapa solusi yang dilakukan sebagai usaha untuk memecahkan masalah yang dihadapi diuraikan yaitu dilakukan coaching dan mentoring untuk meningkatkan kinerja kelompok usaha serta reformasi ulang terkait analisis kelayakan usaha agar manajemen berfungsi efisien.

Usaha-usaha yang dapat dilakukan untuk memecahkan masalah yang dihadapi oleh Kelompok Tani Pelita Desa di Kabupaten Pangkep adalah dengan melakukan sosialisasi dan pelatihan bagi komunitas tersebut dengan uraian sebagai berikut:

- a. Melakukan pengenalan Business Model Canvas (BMC) untuk meningkatkan kinerja dan produktivitas komunitas Kelompok Tani Pelita Desa.
- b. Melakukan pelatihan terhadap para pengelola mikro untuk melakukan penerapan ulang akan esensi dan scope bisnis mereka dengan Business Model Canvas (BMC).
- c. Hasil dari Business Model Canvas (BMC) akan digunakan untuk pre-design ataupun upgrading bentuk, cara dan manajerial usaha mikro tersebut.
- d. Pengusaha mikro akan diperkenalkan sosial media dan cara melakukan marketing secara efektif dan efisien.

4. Hasil dan Diskusi

Pada kegiatan sosialisasi BMC dijelaskan mengenai kegunaan dan struktur dalam BMC yang terdiri dari value proposition, customer segment, customer relationship, distribution channel, key activities, key partnership, key resource cost structure dan revenue stream. Tampilan BMC dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. *Business Model Canvas* (BMC)

Dari hasil analisis bisnis menggunakan BMC dan diskusi dengan tim pengabdian, diperoleh hasil bahwa Kelompok Tani Pelita Desa dapat mengembangkan usaha dengan menambah fasilitas yang disediakan di wilayah perkebunan tersebut, seperti membangun tambak ikan untuk tempat

memancing, membangun tempat bermain sederhana untuk anak-anak, dan menjual hasil olahan jeruk lemo. Dengan adanya fasilitas-fasilitas tersebut, maka dapat menambah daya tarik yang dimiliki oleh Kelompok Tani Pelita Desa.

Selain itu, dilakukan pula pengenalan social media marketing kepada kelompok pengusaha tersebut, dimana dijabarkan keuntungan-keuntungan menggunakan social media sebagai media marketing sehingga usaha dan produk yang dilakukan dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas. Setelah kegiatan ini selesai, dilakukan follow up dengan membuat akun Instagram sebagai sarana marketing dan branding bagi Kelompok Tani Pelita Desa. Dokumentasi kegiatan dapat dilihat pada Gambar 2 sampai Gambar 4.



Gambar 2. Dokumentasi Kegiatan



Gambar 3. Dokumentasi Kegiatan



Gambar 4. Dokumentasi Kegiatan

5. Kesimpulan

Kegiatan sosialisasi dan pelatihan Business Model Canvas (BMC) dilakukan pada Minggu, 5 Mei 2019 di Desa Attangsalo, Kecamatan Ma'rang, Kabupaten Pangkep. Tujuan kegiatan ini adalah untuk memberikan pemahaman kepada Kelompok Tani Pelita Desa mengenai Business Model Canvas sebagai suatu model penjabaran model usaha dalam bentuk sederhana dan mudah dipahami. Selain itu, dilakukan juga pengenalan social media marketing kepada peserta pelatihan untuk menunjang dan meningkatkan produktivitas usaha.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada mitra Kelompok Tani Pelita Desa Kabupaten Pangkep atas kerjasamanya dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini. Selain itu, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Hasanuddin yang telah memberikan dana dalam bentuk hibah pengabdian masyarakat untuk tahun 2019 dalam Grant PPMU-PKM (Program Pengabdian kepada Masyarakat UNHAS-Program Kemitraan Masyarakat) m ,mmm

Daftar Pustaka

Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan. 2018. Ensiklopedia Bebas Wikipedia Bhs. Indonesia [Internet]. [Diakses 2018 Nov 19]. Tersedia pada: https://id.wikipedia.org/wiki/Kabupaten_Pangkajene_dan_Kepulauan.

Firdaus, Muhammad, 2009, *Manajemen Agribisnis*, Jakarta: Bumi Aksara.

Kotler dan Keller, 2009. *Manajemen Pemasaran Terjemahan Edisi 12*, Jakarta: Erlangga.

Osterwalder, A and Pigneur, Y. 2012. *Business Model Generation*. Jakarta: Elex Media Komputindo.

Soerkartawi, 1993, *Agribisnis Teori dan Aplikasinya*, Raja Garfindo Persada: Jakarta

Zott dan Amit. 2011, The Business Model: Recent Developments and Future Research, *Journal of Management*, Vol. 37 No. 4, pp. 1019-1042.