

## **Peningkatan Literasi Proses Bisnis Pada Kelompok Tani Kopi Buntis Dalam Rangka Penciptaan Keberlanjutan**

**Mokh Adib Sultan<sup>1</sup>, Chairul Furqon<sup>2</sup>, Fanji Wijaya<sup>3</sup>, Eka Surachman<sup>4</sup>**

<sup>1,2,3,4</sup> Universitas Pendidikan Indonesia

Email: adiebsultan@upi.edu<sup>1</sup>, c\_furqon@upi.edu<sup>2</sup>, fanjiwijaya@upi.edu<sup>3</sup>

eka\_surachman@upi.edu<sup>4</sup>

\*Corresponding author: adiebsultan@upi.edu<sup>1</sup>

### **ABSTRAK**

Kopi saat ini merupakan salah satu komoditas unggulan pertanian yang mempunyai kontribusi yang cukup nyata dalam perekonomian Indonesia, yaitu sebagai penghasil devisa, sumber pendapatan petani, penghasil bahan baku industri, penciptaan lapangan kerja dan pengembangan wilayah. Namun untuk menciptakan industri kopi yang berkualitas baik dan berkelanjutan, diperlukan upaya literasi kepada petani kopi. Petani yang membutuhkan literasi industri kopi diantaranya yaitu kelompok petani kopi buntis. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman akan pentingnya bisnis kopi yang berkelanjutan. Metode yang digunakan yaitu pendekatan literasi Triple Layered Business Model Canvas. Hasil pengabdiannya menunjukkan bahwa pemahaman petani akan pentingnya menjaga keberlanjutan bisnis kopinya agar tingkat ekonomi petani tetap terjaga.

**Kata Kunci:** : *business model canvas, literasi, kopi.*

### **ABSTRACT**

*Coffee is currently one of the leading agricultural commodities that have a significant contribution to the Indonesian economy, namely as a foreign exchange earner, a source of income for farmers, a producer of industrial raw materials, job creation and regional development. However, to create a coffee industry that is of good quality and sustainable, it requires literacy efforts for coffee farmers. Farmers who need coffee industry literacy include the Buntis coffee farmer group. This service activity aims to provide an understanding of the importance of a sustainable coffee business. The method used is the Triple Layered Business Model Canvas literacy approach. The results of his dedication show that farmers' understanding of the importance of maintaining the sustainability of their coffee business so that the economic level of farmers is maintained.*

**Keywords:** *business model canvas, literacy, coffee.*

## PENDAHULUAN

Salah satu sektor penopang dalam peningkatan perekonomian nasional yaitu sektor pertanian (Nopriyandi & Haryadi, 2017). Pembangunan pertanian harus diarahkan menuju pembangunan pertanian yang berkelanjutan (*sustainable agriculture*) yang berorientasi pada tiga dimensi keberlanjutan, yaitu: keberlanjutan usaha ekonomi (profit), keberlanjutan kehidupan sosial manusia (people), keberlanjutan ekologi alam (planet) (Ginting, Nainggolan, & Siahaan, 2017).

Komoditas kopi merupakan salah satu komoditas yang menjadi sasaran pokok sub agenda prioritas peningkatan agroindustri yaitu peningkatan produksi komoditas andalan dan prospektif ekspor serta mendorong perkembangan agroindustri di pedesaan, selain komoditas kelapa sawit, kakao, teh dan kelapa (Renstra Kementerian Pertanian, 2015-2019).

Sebagai produsen kopi keempat terbesar di dunia, Indonesia menempatkan kopi sebagai salah satu komoditas unggulan perkebunan. Tahun 2016, nilai ekspor kopi menempati urutan kelima komoditas terbesar di Indonesia setelah kelapa sawit, karet, kakao dan kelapa dengan nilai perdagangan mencapai 1,01 Milyar US\$ atau berkontribusi 3,94% terhadap nilai perdagangan komoditas perkebunan yang mencapai 25,58 milyar US\$ (Pusat Data Sistem Informasi Pertanian, 2017).

Kopi merupakan salah satu komoditas unggulan pertanian yang mempunyai kontribusi yang cukup nyata dalam perekonomian Indonesia yaitu sebagai penghasil devisa,

sumber pendapatan petani, penghasil bahan baku industri, penciptaan lapangan kerja dan pengembangan wilayah (Lestari Baso & Anindita, 2018). Permasalahan yang dihadapi agribisnis kopi Indonesia cukup kompleks mulai dari hulu hingga ke hilir. Di sisi hulu, tingkat produktivitas kopi Indonesia lebih rendah dibandingkan dengan negara produsen utama kopi dunia (Rahmi, Marsudi, & Zaiah, 2017).

Desa Cimenyan merupakan salah satu daerah dimana masyarakatnya menggantungkan hidup dengan bertani kopi. Kawasan tersebut memiliki kolompok tani kopi yang dinamakan Kopi Buntis.

Berdasarkan hasil observasi, diperoleh informasi hasil panen kopi di kampung Buntis masih belum maksimal, panen pertama taun 2017 sebanyak 1.700 cherry bean (biji yang baru dipetik) dan yang kedua sebanyak 6.957 cherry bean. Sedangkan permintaan pasar khususnya kedai-kedai kopi di Kota Bandung sebanyak 12.000 green bean (biji kopi yang sudah mengelupas dari kulitnya dan dijemur kering sampai kadar air 10-12%). Sedangkan proses produksi yang dilakukan oleh petani kopi Buntis masih membuat para petani mengeluarkan biaya yang cukup tinggi untuk proses pengolahan biji kopi. Permintaan pasar khususnya kedai-kedai kopi di Kota Bandung sebanyak 12.000 green bean (biji kopi yang sudah mengelupas dari kulitnya dan dijemur kering sampai kadar air 10-12%). Sedangkan proses produksi yang dilakukan oleh petani kopi Buntis masih membuat para petani mengeluarkan biaya yang cukup tinggi untuk proses pengolahan biji kopi (Wijaya, 2019).

Pemilihan strategi tepat jika pada tahap awal dilakukan identifikasi dan pemetaan kondisi organisasi. Selain itu, sinergitas strategi terhadap tujuan atau sasaran lembaga juga penting dibangun supaya strategi yang dipilih dapat mendukung pencapaian tujuan organisasi (Widianti, 2016).

Berdasarkan dari fenomena tersebut dan juga berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Wijaya (2019), maka kegiatan pengabdian pada masyarakat ini yaitu melakukan literasi proses bisnis dengan menggunakan pendekatan The Triple Layered Business Model Canvas (TLBMC).

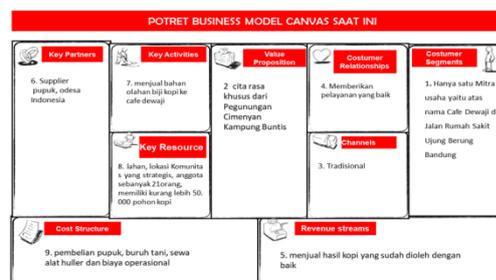
*Triple Layer Business Model Canvas* (TLBMC) / (bisnis model canvas dengan tiga lapisan) sebagai alat yang praktis untuk mengintegrasikan kepedulian ekonomi, lingkungan dan sosial secara berkoordinasi menjadi pandangan holistik dari model bisnis suatu organisasi.

TLBMC dibangun dari bisnis model canvas original milik (Osterwalder, Pigneur, Smith, & Movement, 2010) alat populer yang banyak diadopsi untuk mendukung inovasi model bisnis dengan secara eksplisit mengintegrasikan dampak lingkungan dan sosial melalui lapisan bisnis model tambahan yang sejajar dengan canvas bisnis model original yang berorientasi ekonomi. TLBMC adalah alat yang praktis dan mudah digunakan yang mendukung dalam mengembangkan, memvisualisasikan dan mengkomunikasikan inovasi model bisnis yang berkelanjutan (Stubbs & Cocklin, 2008). TLBMC mengikuti pendekatan *triple-bottom line* tentang keberlanjutan organisasi (Elkington, 1994), membahas secara

eksplisit dan mengintegrasikan nilai ekonomi, lingkungan, dan sosial sebagai inti dari model bisnis. Khususnya TLBMC memanfaatkan analisis siklus hidup dan perspektif manajemen dan pemangku kepentingan dalam canvas lingkungan dan sosial yang baru dibuat untuk membuat konsep dan menghubungkan beberapa jenis menciptakan nilai dalam perspektif model bisnis.

*Business Model Canvas* (BMC) merupakan suatu alat strategi yang digunakan untuk mendeskripsikan sebuah model bisnis dan menggambarkan dasar pemikiran tentang bagaimana organisasi menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai (Osterwalder et al., 2010). Mengubah konsep bisnis yang rumit menjadi sederhana yang ditampilkan pada satu lembar canvas berisi rencana bisnis dengan sembilan elemen kunci yang terintegrasi dengan baik didalamnya mencakup analisis strategi secara internal maupun eksternal perusahaan (Osterwalder et al, 2010).

Hasil penelitian yang diperoleh untuk dijadikan materi informasi dalam melakukan literasi kepada kelompok tani buntis. Langkah awal dari hasil penelitian terungkap BMC eksisting.



Gambar 1 BMC eksisting

Sumber: Hasil penelitian dan observasi (Wijaya, 2019; Chairul, 2020)



Gambar2. Usulan TLBMC Pengembanganberbasisekonomi Sumber: Hasilpenelitiandanobservasi (Wijaya, 2019; Chairul, 2020)

terungkap bahwa direkomendasikan dalam menciptakan *value proposition* kopi buntis sebaiknya menawarkan ciri khas kopi dengan roasting manual (disangrai). Dan pada blok channels yaitu memanfaatkan marketplace, media sosial sebagai jaringan penyampaian value proposition pada pelanggan.

Pada gambar 2 tergambarakan Lapisan lingkungan TLBMC dibangun berdasarkan perspektif siklus hidup dari dampak lingkungan. Hal ini berasal dari penelitian dan praktik tentang *Life Cycle Assessments* (LCA) (penilaian siklus hidup), yang merupakan pendekatan formal untuk mengukur dampak lingkungan suatu produk atau layanan di semua tahap kehidupannya (Svoboda & Vos, 1995).



Gambar 3.Usulan Model TLBMC Pengembangan Berbasis Lingkungan Sumber: Hasil penelitian dan observasi (Wijaya, 2019; Chairul, 2020)

Lapisan sosial TLBMC dibangun di atas pendekatan manajemen pemangku kepentingan untuk mengeksplorasi dampak sosial organisasi (Freeman & Mcvea, 2008). Pendekatan manajemen pemangku kepentingan berusaha untuk menyeimbangkan kepentingan para pemangku kepentingan organisasi daripada hanya mencari keuntungan maksimum untuk organisasi itu sendiri. Pemangku kepentingan dianggap sebagai kelompok-kelompok individu atau organisasi yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh tindakan organisasi (Wijaya, 2019).

Pada gambar1 Hasil penelitian dengan observasi menunjukkan beberapa catatan rekomendasi dalam membangun usulan Model TLBMC Pengembangan Berbasis Ekonomi pada Kelompok Tani Kopi Buntis yang diperoleh melalui wawancara serta hasil diskusi dengan beberapa stakeholder dan komunitas-komunitas pecinta kopi didapati usulan *Business Model Canvas* pada gambar 1. Secara garis besar

Poin kunci dalam menggunakan lapisan sosial TLBMC adalah untuk memperluas bisnis

model kanvas orisinal melalui pendekatan pemangku kepentingan untuk menangkap pengaruh timbal balik antara pemangku kepentingan dan organisasi. Juga, lapisan ini berusaha untuk menangkap dampak social utama organisasi yang berasal dari hubungan tersebut. Melakukan hal ini memberikan pemahaman yang lebih baik tentang di mana dampak sosial utama organisasi berada dan memberikan wawasan untuk mengeksplorasi cara untuk menginovasikan tindakan dan business model canvas untuk meningkatkan potensi penciptaan nilai sosialnya (Wijaya, 2019).

Adapun tujuan dilakukannya kegiatan pengabdian pada masyarakat ini yaitu memberikan literasi dan mengedukasi masyarakat khususnya petani kopi Buntis agar memiliki pengetahuan yang cukup untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas produksi kopi di Buntis.

## METODE PENELITIAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian pada masyarakat pada petani kopi Buntis dilakukan dalam beberapa tahapan, tahap pertama yaitu potret kondisi eksisting: tahapan ini dilakukan untuk memastikan bahwa tujuan dari pelaksanaan kegiatan ini sesuai dengan kondisi riil; tahap kedua yaitu konfirmasi dengan pelaku dan pengurus kelompok petani Buntis yaitu untuk memastikan hasil observasi dan potret kondisi eksisting sudah sesuai; tahap ketiga yaitu proses pelatihan dan

literasi dengan mengundang seluruh anggota kelompok petani kopi Buntis serta karang taruna di desa Buntis; tahap keempat yaitu evaluasi, kegiatan ini dilakukan dengan memberikan kuesioner penilaian feedback dari hasil literasi.



Gambar 4 Tahapan metodologi pelaksanaan

Penggunaan TLBMC dijadikan sebagai dasar dalam literasi proses bisnis di kelompok tani Kopi Buntis.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk memastikan luaran yang diharapkan dari kegiatan pengabdian tersebut, maka diawali dengan menyusun indikator keberhasilan dari kegiatan literasi, berikut ini indikator keberhasilan kegiatan literasi.

Berdasarkan hasil observasi di lapangan, terungkap bahwa kelompok tani kopi Buntis hanya fokus pada sektor menanam, memelihara hingga melakukan produksi penciptaan kopi, tanpa memperhatikan faktor bisnis lainnya termasuk yang berpengaruh terhadap ekonomi dan sosial, sehingga kegiatan literasi ini mutlak penting, untuk menambah wawasan anggota kelompok tani kopi Buntis. Kegiatan literasi ini dibantu oleh Bapak Faqih selaku pengurus koperasi yang membidangi industri kopi, sehingga beliau sharing tentang industri kopi yang lebih spesifik, selain juga oleh TIM dijelaskan

manfaat pahamnya output yang dihasilkan dari observasi TLBMC. Kegiatan literasi dihadiri oleh 19 anggota petani dan karang taruna.

Hasil evaluasi kegiatan literasi: evaluasi literasi ini dilakukan dengan cara memberikan kuesioner *feedback* hasil pelatihan kepada semua anggota kelompok tani kopi Buntis, kuesioner tersebut diberikan setelah kegiatan pelatihan berlangsung. Adapun tujuan dilakukannya survey ini diharapkan mampu memotret efektivitas kegiatan literasi ini dalam rangka meningkatkan pemahaman dan kemampuan petani dalam melakukan bisnis kopi.

Tabel 1  
Indikator keberhasilan kegiatan literasi

Indikator	Kondisi Sebelum Kegiatan	Pencapaian setelah kegiatan
Menciptakan kesadaran akan pentingnya memotret bisnis	Mengetahui sebatas produksi yang diperoleh secara otodidak saja	Paham bukan hanya dari upaya menciptakan kopi yang berkualitas, tapi juga paham upaya untuk meningkatkan dari sisi kuantitas
Terdapatnya pemahaman tentang	Tidak mengetahui sama sekali	Mengetahui beberapa faktor yang

manfaat potret bisnis dengan pendekatan TLBMC	manfaat dari memotret aliran bisnis kelompok tani kopi Buntis	dapat emnunjang keberhasilan industri kopi
---	---	--

**Sumber: Olah Data 2019**

Berdasarkan hasil kegiatan literasi, rata-rata anggota kelompok tani menadi paham akan pentingnya pemetaan proses bisnis

**Tabel 2**  
**Hasil Evaluasi Kegiatan Literasi**

No	Pernyataan	STS	TS	CS	S	S S
1	Materi yang diberikan sangat bermanfaat			5	9	5
2	Pelatihan menambah pengetahuan dan wawasan			3	9	7
3	Pelatihan ini sebaiknya dilaksanakan secara berkelanjutan				19	
4	Dengan adanya pelatihan ini, lebih memahami mengenai bisnis kopi yang menjanjikan				7	12

5	Kulitas produksi kopi sangat penting untuk dipertahankan dan ditingkatkan dari segi kualitas dan kuantitas			5	14	
6	Saya mengetahui manfaat BMC			11	8	
7	Saya memahami manfaat motret keterkaitan BMC dengan lingkungan		3	3	9	4
8	Saya memahami manfaat motret keterkaitan BMC dengan Ekonomi		3	3	9	4
9	Saya memahami manfaat motret keterkaitan BMC dengan Sosial		3	3	9	4
10	Saya bersedia dan mampu untuk menerapkan hasil pelatihan			13	5	1

**Sumber: Olah Data 2019**

Berdasarkan hasil pengumpulan data evaluasi diperoleh beberapa catatan,

yaitu masih terdapat anggota kelompok yang masih kurang paham terkait BMC dan manfaatnya untuk sosial, lingkungan dan ekonomi, kelompok tani juga mengharapkan untuk ada kegiatan lanjutan, serta berkomitmen untuk dapat melaksanakan kegiatan hasil evaluasi untuk diterapkan pada kegiatan produksi dan bisnisnya.

Berikut bukti dokumentasi kegiatan literasi dengan kelompok tani kopi Buntis.



Gambar 5: Kegiatan Literasi dengan kelompok tani kopi Buntis

Keberlanjutan program ini akan terus dievaluasi melihat dari sisi manfaat kegiatan ini, sehingga akan dievaluasi terlebih dahulu apakah ada perubahan pola tanam dan bisnis di kelompok tersebut, jika ada perubahan, maka akan dilaksanakan kegiatan berlanjut guna meningkatkan produktivitas kelompok tani Buntis.

**SIMPULAN**

Dari hasil kegiatan pengabdian pada masyarakat pada kelompok tani kopi Buntis, dapat disimpulkan bahwa manfaat dari adanya kegiatan literasi tentunya mampu berkontribusi dalam

peningkatan kualitas dan kuantitas produksi kopi di desa Buntis. Kegiatan yang didasari dari hasil penelitian sebelumnya, membantu memberikan usulan rekomendasi yang lebih terukur dalam memberikan materi literasi yang cocok yang dibutuhkan oleh kelompok tani kopi Buntis.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Chairul Furqon, Mokh. Adib Sultan, and Fanji Wijaya. (2019). Business Development of Coffee Farmers Group Using Triple Layered Business Model Canvas. *J. Bus. Econ. Review* 4 (4) 163 – 170
- Elkington, J. (1994). Towards the Sustainable Corporation: Win-Win-Win Business Strategies for Sustainable Development, (June), 90–100. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.2307/41165746>
- Fanji Wijaya (2019). Usulan Strategi Bisnis Dalam Mengembangkan Usaha Pada Kelompok Tani Kopi Buntis Dengan Menggunakan *Triple Layered Business Model Canvas*. Tesis Program Pascasarjana Universitas Pendidikan Indonesia
- Freeman, R. E., & Mcvea, J. (2008). A Stakeholder Approach to Strategic Management. *The Blackwell Handbook of Strategic Management*, (January), 183–201. <https://doi.org/10.1111/b.9780631218616.2006.00007.x>
- Ginting, A. B., Nainggolan, H. L., & Siahaan, G. P. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang mempengaruhi Sentra Produksi Komoditi Kopi Di Kabupaten Humbang Hasundutan. *Agrisepe*, 11.
- Lestari Baso, R., & Anindita, R. (2018). Analisis Daya Saing Kopi Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 2(1), 1–9. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2018.002.01.1>
- Nopriyandi, R., & Haryadi. (2017). Analisis Ekspor Kopi Indonesia. *Paradigma Ekonomika*, 12(1), 10. <https://doi.org/10.1163/156851707779141191>
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., Smith, A., & Movement, T. (2010). *Business Models Generation, A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. [www.wiley.com](http://www.wiley.com).
- Pusat Data Sistem Informasi Pertanian, S. K. P. (2017). *Outlook 2017 Komoditas Pertanian Sub Sektor Perkebunan Kopi*. Retrieved from [http://perpustakaan.bappenas.go.id/lontar/file?file=digital/192013-\[\\_Konten\\_\]\\_KontenE2361.pdf](http://perpustakaan.bappenas.go.id/lontar/file?file=digital/192013-[_Konten_]_KontenE2361.pdf)
- Rahmi, Marsudi, E., & Zaiah. (2017). Peranan Kemitraan Terhadap Peningkatan Pendapatan Petani Kopi (Kasus Kemitraan: Koperasi Baitul Qiradh (kbq) Barurayyan Dengan Petani Kopi Di Kecamatan Pegasing Kabupaten Aceh Tengah), 2(51675403), 13.

