

Strategi Pengembangan Bisnis Pada Usaha Gula Aren Melalui Pendekatan Business Model Canvas Di Desa Segobang, Kecamatan Licin, Kabupaten Banyuwangi

Elok Rosyidah^{1*}, Arif Rahman Hakim¹, Sahru Romadloni¹
Universitas 17 Agustus 1945 Banyuwangi
e-mail Correspondensi: elok.rosyidah@untag-banyuwangi.ac.id *

ABSTRAK

Desa yang tidak berdaya akan memiliki banyak akibat, diantaranya munculnya pengangguran, pengiriman tenaga kerja ke luar negeri, merantau ke kota, penjarahan dan lain sebagainya. Desa menjadi ujung terdepan wilayah yang ada kaitanya dengan masyarakat. Desa yang maju akan memberikan dampak yang positif bagi perkembangan masyarakat sekitar dan pemerintah daerah. Membangun desa merupakan salah satu bagian dari mengembangkan masyarakat dan meningkatkan aspek kehidupan. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi atau menyusun strategi pengembangan bisnis pada usaha gula aren dengan pendekatan Business Model Canvas (BMC) yang diintegrasikan dengan analisis SWOT dan IFAS dan EFAS. Identifikasi model bisnis gula aren di Desa Segobang dilakukan melalui analisis Business Model Canvas (BMC). Identifikasi faktor internal (IFAS) dan Eksternal (EFAS) usaha gula aren dilakukan melalui analisis SWOT. Hasil analisis matriks internal-eksternal adalah Nilai Skor Kekuatan 2,99, nilai skor kelemahan 3,23, nilai skor peluang 3,84 dan nilai skor ancaman 2,84. Titik koordinat menunjukkan sumbu X -0,24 dan sumbu Y 1,0.

Kata kunci: Pengembangan Bisnis, Gula Aren, Business Model Canvas.

ABSTRACT

Villages that are helpless will have many consequences, including the emergence of unemployment, sending workers abroad, migrating to cities, looting, and so on. The village is at the forefront of the area that is related to the community. An advanced village will have a positive impact on the development of the surrounding community and local government. Building a village is one part of developing society and improving aspects of life. The purpose of this research is to identify or develop a business development strategy in the palm sugar business using the Business Model Canvas (BMC) approach, which is integrated with SWOT, IFAS, and EFAS analysis. Identification of the palm sugar business model in Segobang Village was carried out through Business Model Canvas (BMC) analysis. Identification of internal (IFAS) and external (EFAS) factors in the palm sugar business is carried out through a SWOT analysis. The results of the internal-external matrix analysis are a strength score of 2.99, a weakness score of 3.23, an opportunity score of 3.84, and a threat score of 2.84. The coordinate points show the X axis at -0.24 and the Y axis at 1.0.

Keywords: Business Development, Palm Sugar, Business Model Canvas.

PENDAHULUAN

Desa yang tidak berdaya akan memiliki banyak akibat, diantaranya munculnya pengangguran, pengiriman tenaga kerja ke luar negeri, merantau ke kota, penjarahan dan lain sebagainya. Desa menjadi ujung terdepan wilayah yang ada kaitanya dengan masyarakat. Desa yang maju akan memberikan dampak yang positif bagi perkembangan masyarakat sekitar dan Pemerintah Daerah. Membangun desa merupakan salah satu bagian dari mengembangkan masyarakat dan meningkatkan aspek kehidupan (Sujono, 2017).

Menurut Persistence Market Research dan berdasarkan data Global Industry Analyst Dalam Palm Sugar Global Market Trajectory & Analytic Indonesia merupakan salah satu penghasil gula aren terbesar. Pasar global gula aren diperkirakan mencapai US\$ 1,7 miliar pada 2020 dan diperkirakan akan tumbuh sebesar US\$ 2 miliar pada 2027 (Iftitah, 2021).

Gula aren merupakan salah satu produk HHBK yang telah banyak dimanfaatkan menjadi sumber pendapatan bagi masyarakat. Gula aren merupakan produk yang memiliki nilai ekonomis tinggi sehingga mampu menunjang perekonomian masyarakat pedesaan dan memiliki pascapanen yang cerah (Pohan dkk, 2014).

Desa Segobang merupakan namadesa di Kecamatan Licin. Desa Segobang memiliki potensi desa yang bisa dikembangkan yaitu tumbuh subur tanaman aren dilahan pertanian masyarakat sekitar. Tanaman aren diambil dan diproduksi berupa nira yang digunakan sebagai bahan baku gula liris (gula aren). Berdasarkan survei awal di Desa Segobang terdapat beberapa warga yang memproduksi dan menjual gula aren, namun usaha belum baik pada proses produksi dan pemasarannya. Pemasaran yang dilakukan masih sangat terbatas seperti dijual kepada pengepul.

Perlu dilakukan sebuah upaya untuk mengidentifikasi atau menyusun strategi pengembangan usaha gula aren dengan menggunakan pendekatan Business Model Canvas (BMC) sehingga usaha gula aren dapat berkembang, memperluas pasar, meningkatkan daya jual dan dapat memberikan peningkatan pendapatan dan kesejahteraan bagi masyarakat sekitar (Rizaldy dkk, 2018).

Business Model Canvas (BMC) merupakan konsep yang digunakan pada sebuah bisnis yang dikembangkan oleh Alexander Osterwalder dan Yves Pigneur dan telah berhasil mengubah konsep model bisnis yang rumit menjadi lebih sederhana. Pendekatan BMC ditampilkan dalam model bisnis pada satu lembar kanvas yang berisi sembilan elemen dan dapat memberikan gambaran model bisnis yang sedang dilakukan. Metode kanvas yang sederhana ini dapat membantu dengan mudah dalam menganalisa strategi pengembangan usaha, termasuk usaha gula aren (Iskandarsyah, 2013). Secara inovatif dalam upaya menciptakan, memberikan dan menangkap nilai untuk dapat memasuki dan menciptakan ruang pasar dan membangkitkan permintaan inovasi nilai Business Model Canvas (BMC) juga bisa mendeskripsikan, menganalisis dan merancang model bisnis itu sendiri (Osterwalder & Pigneur, 2015).

Tujuan dari penelitian ini adalah berdasarkan hal tersebut, perlu kajian mendalam dan adapun tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi atau menyusun strategi pengembangan bisnis pada usaha gula aren dengan pendekatan Business Model Canvas (BMC) yang diintegrasikan dengan analisis SWOT dan IFAS dan EFAS.

Penting dilakukan penelitian ini adalah strategi yang baik adalah memiliki landasan dari adanya sebuah permasalahan-permasalahan dan mampu memberikan strategi yang tepat sasaran kepada masyarakat yang membutuhkan bantuan. Penelitian ini diharapkan mampu menghasilkan suatu pemikiran yang komprehensif dan berkelanjutan, sehingga mampu memberikan hasil bahwasanya dalam pengembangan sebuah produk dibutuhkan suatu langkah yang strategis, terarah, dan tepat sasaran.

METODE PENELITIAN

Pengumpulan Data

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Segobang, Kecamatan Licin, Kabupaten Banyuwangi. Data yang diperoleh dalam penelitian ini bersumber dari petani aren, pedagang dan perantara, pedagang pengumpul dan konsumen yang terlibat dalam pemasaran gula aren. Jenis data yang akan dikumpulkan terkait dengan sembilan elemen kunci dari BMC. Informasi yang akan digali yakni faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan tantangan yang mempengaruhi unit usaha gula aren di Desa Segobang).

Jenis dan Sumber Data

Pengumpulan data dibutuhkan maka metode yang digunakan adalah (Sugiyono, 2019):

- Observasi, survey dan pengamatan langsung dilakukan dengan mengumpulkan informasi yang berkaitan dengan obyek yang akan diteliti berupa kondisi objek wisata, lingkungan, karakteristik, aksesibilitas, sosial budaya, sosial ekonomi dan masyarakat setempat.
- Wawancara, wawancara dan diskusi dilakukan langsung kepada masyarakat setempat, instansi terkait, serta para pengunjung yang ada pada kawasan wisata Desa Segobang.

- c. Kepustakaan, pengumpulan data dan informasi dilakukan melalui studi literatur buku-buku dan jurnal.

Metode Analisis Data

Identifikasi model bisnis gula aren di Desa Segobang dilakukan melalui analisis Business Model Canvas (BMC) pada sembilan kunci yaitu segmen pelanggan, proposisi nilai, saluran, hubungan pelanggan, arus pendapatan, sumber daya utama, aktivitas utama, hubungan kemitraan, dan struktur biaya. Identifikasi faktor internal (IFAS) dan Eksternal (EFAS) usaha gula aren dilakukan melalui analisis SWOT pada sembilan elemen kunci BMC. Analisis internal dilakukan untuk mendapatkan faktor kekuatan yang akan dipergunakan dan faktor kelemahan yang akan dianalisis. Sedangkan faktor ancaman yang perlu dihindari untuk mengevaluasi faktor tersebut dilakukan pembobotan, peratingan, dan skoring pada masing-masing matriks IFAS dan EFAS.

Alat dan Bahan Penelitian

Alat yang digunakan dalam penelitian ini adalah peralatan penunjang wawancara seperti kamera, alat perekam, alat tulis. Kebutuhan lain yang dibutuhkan seperti ATK meliputi kertas, bolpoin, tinta, spidol dan sejenisnya untuk mencatat data-data yang didapatkan selama observasi di lapangan serta mendiskusikan hasil yang telah didapatkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identifikasi Model Bisnis Awal (Existing Model)

1. Segmen Pelanggan

Aspek terpenting dalam sebuah transaksi jual beli adalah pelanggan. Kita harus mengetahui siapa yang menjadi sasaran pelanggan untuk terjadinya sebuah transaksi jual beli. Menurut Osterwalder dan Pigneur (2015) dengan mengetahui jangkauan atau layanan pelanggan yang tentu saja akan menguntungkan bagi sebuah unit usaha dalam menjalankan kegiatan usahanya dengan memutuskan segmentasi yang akan dilayani dan yang diabaikan.

Kami telah melakukan observasi dan wawancara kepada pelaku usaha gula aren di desa Segobang bahwasanya yang menjadi semen pelanggan adalah pedagang pengepul. Pengrajin gula aren menjual hasil produknya kepada para pedagang pengepul, namun disaat-saat tertentu pengrajin gula aren juga membawa produknya ke pasar untuk dijual langsung.

2. Proposisi Nilai

Menurut Osterwalder dan Pigneur (2015) proposisi Nilai yaitu sebuah alasan yang membuat konsumen atau pelanggan beralih dari satu perusahaan ke perusahaan lain. Proposisi Nilai juga dapat pula memecahkan masalah pelanggan atau memuaskan kebutuhan pelanggan.

Rantai pasar dari usaha gula aren masih terbilang sederhana yaitu masih mengandalkan pedagang pengepul dalam memasarkan hasil produksi gula arennya yaitu sebesar 70% dan 30% dijual langsung ke pasar terdekat.

Aksesibilitas atau keterjangkauan pedagang pengepul lebih mudah dalam mengumpulkan dan mendistribusikan gula aren yang dihasilkan menjadi proporsi nilai pada usaha gula aren. Disini yang menjadi tidak biasa yaitu biasanya gula aren diantarkan oleh pengrajin ke rumah pengepul namun disini kebalikannya yaitu prara pengepul siap menunggu hasil produksi gula aren sampai jadi agar tidak terjual kepada pengepul lainnya. Gula aren yang terbuat dari bahan alami tanpa ada campuran pengawet kimia yang berbahaya bagi kesehatan.

3. Saluran

Saluran menjadi salah satu elemen penting dan memiliki peranan penting dalam mengidentifikasi model bisnis. Menurut Stefan dan Richard (2014) saluran menjadi sebuah cara untuk menunjukkan bagaimana sebuah perusahaan bisa berkomunikasi dengan pelanggan dan menjangkau mereka untuk memberikan value proposisi yang ditawarkan.

Saluran yang digunakan oleh pengrajin gula aren di Desa Segobang dalam menjalankan usahanya melalui dua cara yaitu indirect selling yaitu para pedagang pengepul dan direct selling yaitu menjual langsung ke pasar. Para pengrajin gula aren belum memanfaatkan media teknologi online dalam pemanfaatan marketing. Minimnya pengetahuan membuat mereka bertahan dengan lebih banyak memanfaatkan pedagang pengepul dalam memasarkan produk gula aren yang langsung dibeli oleh konsumen akhir untuk dikonsumsi sendiri.

4. Hubungan Pelanggan

Tujuan utama dalam pemasaran adalah mampu mencapai tingkat kepuasan konsumen atau pelanggan. Pelayanan yang diberikan harus lebih baik dibandingkan dengan pesaing agar tercipta hubungan pelanggan yang baik dengan pihak perusahaan (Maidi dan Suwitho, 2014). Kaitan hubungan pelanggan gula aren ini yaitu hubungan langsung antara penjual dan pembeli. Hubungan pelanggan ini terbangun atas rasa kepercayaan. Sebagai contoh saat pembuatan gula aren berlangsung jika sudah ada kesepakatan awal untuk menjual hasil produksi gula aren dengan pengepul 1 maka jika pengepul 2 datang lebih awal dengan memberikan nilai lebih tinggi tidak akan diberikan atau bisa dengan akad bergantian pengepul 1 dengan pengepul lainnya.

5. Arus Penerimaan

Pengrajin gula aren di Desa Segobang mendapatkan pendapatan tidak menentu dalam 1 bulan dikarenakan nira yang disadap tidak tentu yang didapatkan atau bisa dibilang pendapatan tergantung seberapa banyak nira yang disadap. Perhitungan per sekali produksi pengrajin mendapatkan kurang lebihnya Rp. 300.000,-. Dalam satu minggu proses produksi bisa dilakukan 3 – 4 kali produksi gula aren. Sehingga dalam 1 minggu $4 \times \text{Rp. } 300.000 = \text{Rp. } 1.200.000,-$. Dalam satu bulan kurang lebih pendapatannya adalah sebesar Rp. 4.800.000,-.

6. Sumber Daya Utama

Menurut Priyono (2015) sumber daya utama dapat dilihat dari tiga elemen yaitu fisik (peralatan dan bahan baku), intelektual (merek dan kemitraan), tenaga kerja dan finansial. Sumber daya utama yang diperlukan dalam menjalankan usaha produksi gula aren yaitu bahan baku (air nira dari pohon aren). Pengrajin bekerjasama dengan mitra yaitu pemilik pohon atau lahan pohon aren tersebut. Sumber utama lain yang digunakan yaitu peralatan kerja yang terdiri dari tangga lanang, wadah penampung nira dari bambu besar, parang, pisau, wajan pemasak, tungku perapian, dan alat cetak dari bambu. Kayu bakar menjadi salah satu penentu keharuman dari gula aren. Kayu yang digunakan adalah kayu yang keras salah satunya adalah kayu lamtoro, kayu rambutan, kayu durian. Kayu mahoni tidak boleh digunakan karena akan mempengaruhi keharuman gula aren. Tenaga kerja yaitu pengrajin gula aren yang bertugas juga mencari nira sehingga tidak memerlukan biaya atau modal untuk pembayaran tenaga kerja.

7. Aktivitas Utama

Aktivitas utama yang dilakukan oleh pengrajin gula aren di Desa Segobang dalam memproduksi gula aren ada beberapa tahapan yaitu:

1. Dimulai dari proses penyadapan nira dari pohon aren,
2. Proses pemasakan nira dalam wajan di tungku perapian dengan api yang besar yang membutuhkan waktu kurang lebih 7 jam agar air nira menyusut (Bisa dilihat pada gambar 4.1 Sumber Daya Utama).
3. Proses selanjutnya yaitu pencetakan menggunakan cetakan bambu dengan teknik dua kali penuangan, penuangan yang pertama sedikit untuk alas setelah penuangan pertama gula aren mengeras dilanjutkan penuangan kedua sampai penuh (Bisa dilihat pada gambar 4.1 Sumber Daya Utama).

4. Setelah gula aren mengeras, gula aren bisa dikeluarkan dari cetakan dan bisa diangin-anginkan agar dingin.
5. Selanjutnya setelah gula aren dingin maka bisa dilakukan proses packing menggunakan daun talas.

8. Kemitraan Utama

Menurut Makkarennu dkk (2019) kemitraan adalah sebuah hubungan antara pemasok dan produsen yang membuat model bisnis tetap berjalan. Di Desa Segobang kemitraan yang sudah terbangun dalam usaha gula aren ini adalah pendandalan hubungan pembeli-pemasok untuk menjamin pasokan bahan baku berupa nira aren.

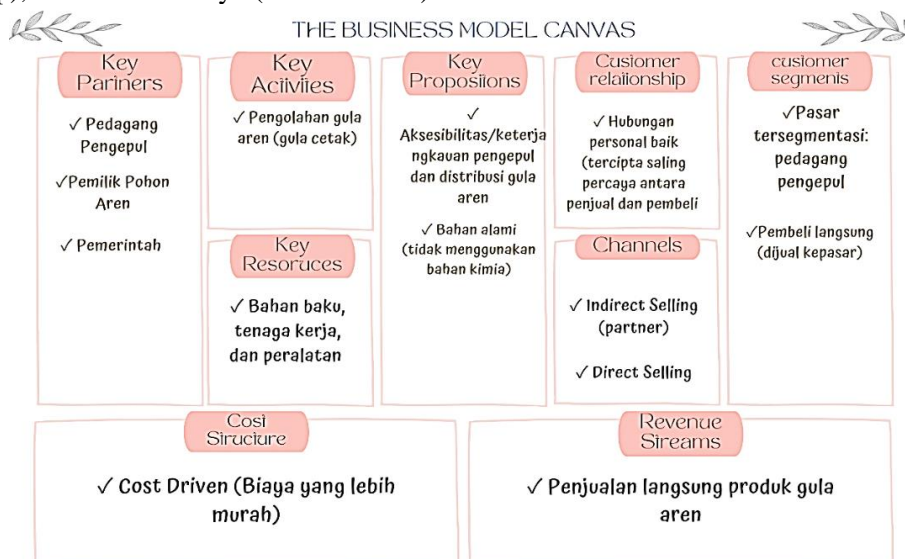
Kemitraan dalam pemanfaatan tanaman aren karena lahan yang dimiliki oleh orang lain karena pemilik pohon aren tidak bisa memanfaatkan pohon aren. Penerapan sistem bagi hasil menjadi sebuah kesepakatan yaitu sebesar 3:7 bagian. Maksudnya adalah jika menghasilkan gula aren sebanyak 10 gula maka pemilik pohon mendapatkan 3 gula. Kemitraan yang dilakukan oleh pengrajin gula aren dengan pemilik pohon aren.

9. Struktur Biaya

Struktur Biaya yang dikeluarkan oleh pengrajin gula aren di Desa Segobang bisa dibilang sangat minim (cost driven) yaitu peralatan yang digunakan saat penyadapan nira, bahan baku berupa nira aren, kayu bakar yang diambil langsung atau berasal dari alam. Tenaga kerja langsung oleh pengrajin itu sendiri. Packaging yang digunakan juga masih berasal dari alam yaitu daun talas. Tidak ada biaya pengangkutan karena pedagang pengepul datang langsung ke tempat produksi gula aren, hanya biaya pengangkutan ke pasar jika pengrajin gula aren langsung memasarkan langsung ke pasar.

Business Model Canvas (BMC) Gula Aren Desa Segobang

Hasil dari mengidentifikasi sembilan elemen yang ada dalam Business Model Canvas (BMC) dapat dilihat pada gambar 4.3 yang telah terangkum penjelasan sebelumnya mengenai sembilan elemen BMC yaitu segmen pasar (customer segment), proposisi nilai (value proposition), saluran (channels), hubungan pelanggan (customer relationship), arus pendapatan (revenue streams), sumberdaya utama (key resources), aktivitas utama (key activities), kemitraan utama (key partnership), dan struktur biaya (cost structure).



Gambar 4.3 Business Model Canvas (BMC) Usaha Gula Aren

Analisis Strategi Bersaing Menggunakan IFAS dan EFAS Terhadap 9 Elemen BMC

Tahap-tahap dalam menyusun tabel IFAS dan EFAS adalah dengan menentukan bobot pada masing-masing faktor dari skala mulai 0,00 sampai dengan 1,00.

1. Analisis Faktor Internal (IFAS)

Analisis lingkungan internal yang dilakukan yaitu terhadap faktor-faktor strategis internal yang terdiri dari kekuatan (S) dan kelemahan (W) dalam pengembangan bisnis gula aren di Desa Segobang Kabupaten Banyuwangi.

Tabel 2. Matriks Internal Faktor Analysis Summary (IFAS)

Faktor-Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Nilai Skor
Kekuatan (S):			
Adanya pembeli yang tetap	0,11	4,0	0,44
Aksesibilitas penggunaan bahan alami dalam pembuatan gula aren	0,11	4,0	0,44
Biaya pemasaran yang rendah	0,10	3,0	0,3
Hubungan kepercayaan yang terjalin antara pembuat gula aren dan pedagang pengepul	0,12	2,0	0,24
Penjualan langsung kepada pedagang pengepul	0,12	3,0	0,36
Tenaga kerja yang tersedia	0,11	2,0	0,22
Proses pengolahan gula aren yang dilakukan secara berkelanjutan	0,11	2,0	0,22
Hubungan rasa saling percaya yang sudah terjalin antara pengrajin gula aren dengan pemilik lahan	0,11	3,0	0,33
Pengeluaran yang minim karena memanfaatkan bahan baku yang tersedia dari alam	0,11	4,0	0,44
Total	1,00		2,99
Kelemahan (W):			
	Bobot	Rating	Nilai SKor
Belum memenuhi permintaan konsumen dengan tepat	0,1	2,0	0,2
Ukuran cetakan yang tidak sama sehingga mempengaruhi hasil cetak gula aren	0,1	4,0	0,4
Saluran pemasaran belum maksimal	0,13	4,0	0,52
Keterbatasan akses pasar	0,12	4,0	0,48
Ketergantungan pendapatan pada hasil penjualan gula aren	0,1	3,0	0,3
Kemampuan yang kurang	0,1	2,0	0,2
Peralatan yang masih sederhana	0,13	4,0	0,52
Harga ditentukan oleh pedagang	0,13	3,0	0,39
Proses produksi yang bergantung pada ketersediaan bahan baku dari alam	0,11	2,0	0,22
Total	1,00		3,23

Selisih kekuatan dengan kelemahan adalah $2,99 - 3,23 = -0,24$.

2. Analisis Faktor Eksternal (EFAS)

Analisis lingkungan eksternal yang dilakukan yaitu terhadap faktor-faktor strategis internal yang terdiri dari peluang (P) dan ancaman (T) dalam pengembangan bisnis gula aren di Desa Segobang Kabupaten Banyuwangi.

Tabel 3. Matrik External Factors Analysis Summary (EFAS)

Faktor-Faktor Startegi Eksternal	Bobot	Rating	Nilai Skor
Peluang (O):			
Tingkat kebutuhan gula aren meningkat	0,13	4,0	0,52
Kesadaran masyarakat tentang pola hidup sehat	0,12	3,0	0,24
Perkembangan tekhnologi komunikasi memudahkan dalam melakukan kemitraan	0,13	4,0	0,52
Kepuasan pelanggan akan berdampak kepada datangnya pelanggan baru	0,10	3,0	0,3
Berkembangnya industri rumah tangga (Pembuat kue) yang memakai bahan dasar gula aren	0,11	4,0	0,44
Kebijakan pemerintah dalam peningkatan kapasitas terhadap pengrajin gula aren	0,13	4,0	0,52
Tekhnologi pengelolaan pasca panen yang cukup tersedia	0,10	3,0	0,3
Adanya kebijakan pemerintah terkait kemitraan dengan kelompok tani	0,11	4,0	0,44
Penggunaan tekhnologi tepat guna untuk skala komersil dan tekhnologi packing akan meningkatkan kuantitas dan kualitas gula aren	0,11	4,0	0,44
Total	1,00		3,84
Ancaman (T):			
	Bobot	Rating	Nilai Skor
Adanya pesaing baru	0,12	3,0	0,48
Produk sejenis yang memiliki kualitas lebih bagus	0,10	3,0	0,4
Perkembangan tekhnologi komunikasi akan membuat mitra dengan mudah beralih ke pengrajin gula aren lain	0,14	2,0	0,42
Ketidakpuasan pelanggan terhadap hasil produksi gula aren	0,11	2,0	0,33
Banyaknya pesaing	0,10	2,0	0,2
Peremajaan tanaman aren yang rendah bisa berdampak kepada keberlangsungan produksi gula aren, karena petani bergantung kepada pohon aren yang tumbuh secara alami	0,14	3,0	0,42
Jumlah pesaing yang cukup tinggi	0,10	4,0	0,4
Belum ada kemitraan dengan pemerintah setempat	0,12	3,0	0,48
Penggunaan peralatan pendukung akan meningkatkan biaya-biaya yang berpengaruh pada pendapatan	0,10	3,0	0,3
Total	1,00		2,84

Selisih peluang dengan ancaman adalah $3,84 - 2,84 = 1,0$

Berdasarkan hasil skoring dari IFAS dan EFAS, maka bisa dilihat dari *positioning quadrant* usaha gula aren pada gambar 2. Tahap selanjutnya adalah tahap analisis. Analisis internal dan eksternal dilakukan untuk mempertajam hasil evaluasi dan analisis yang telah dilakukan sebelumnya. Analisis ini akan menghasilkan matriks internal-eksternal yang berguna untuk mengetahui posisi pengembangan bisnis gula aren di Desa Segobang Kabupaten Banyuwangi. Hasil analisis matriks internal-eksternal dapat dilihat pada gambar 1 berikut ini:

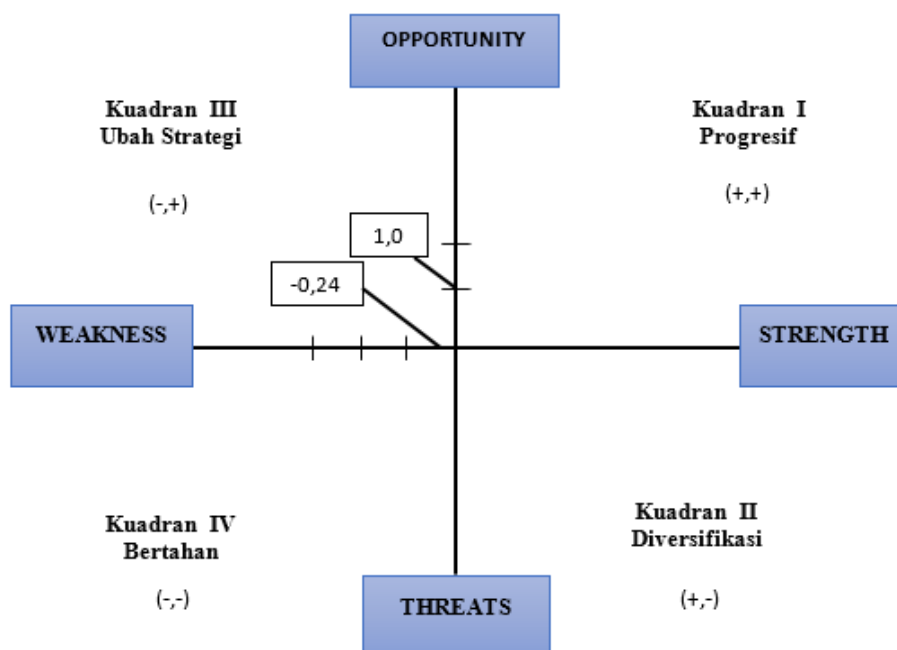
Keterangan:

- Nilai skor kekuatan (S) : 2,99
- Nilai skor kelemahan (W) : 3,23

- Nilai skor peluang (O) : 3,84
- Nilai skor ancaman (T) : 2,84

Penentuan matriks SWOT pengembangan bisnis pada usaha gula aren melalui pendekatan BMC di Desa Segobang, Kecamatan Licin, Kabupaten Banyuwangi sebagai berikut:

- Koordinat Analisis Internal
Sumbu X = Skor kekuatan – Skor kelemahan = 2,99 – 3,23 = -0,24
 - Koordinat Analisis Eksternal
Sumbu Y = Skor peluang – skor ancaman = 3,84 – 2,84 = 1,0
- Jadi, dapat disimpulkan bahwa titik koordinatnya terletak pada (-0,24 ; 1,0).



Gambar. 4.4. Positioning Quadrant Usaha Gula Aren.

Gambar 4.4 menunjukkan bahwa posisi berada pada kuadran III yakni nilai faktor internal negatif (-0,24) dan nilai faktor eksternal positif (1,0). Kondisi ini menggambarkan bahwa dari sisi internal yaitu kelemahan (W) yang dimiliki sedikit lebih besar dari pada kekuatan (S) yang ada, sedangkan dari sisi eksternal yaitu peluang yang dimiliki lebih besar dibandingkan dengan ancaman yang ada. hal ini menunjukkan bahwa pilihan strategi yang tepat adalah dengan mengubah strategi atau turn around.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan pada usaha gula aren di Desa Segobang, Kecamatan Licin, Kabupaten Banyuwangi adalah sebagai berikut:

1. Hasil identifikasi awal dari usaha gula aren menggunakan Business Model Canvas (BMC) di Desa Segobang, Kecamatan Licin, Kabupaten Banyuwangi tergolong bisnis dengan model yang sederhana. Segmentasi pasar dalam usaha ini masih mempertahankan pelanggan lama tanpa adanya upaya untuk mendapatkan pelanggan baru yang lebih potensial.
2. faktor-faktor kekuatan (S) memiliki nilai skor 2,99, sedangkan faktor-faktor kelemahan (W) memiliki nilai skor 3,23. Usaha gula aren memiliki faktor kelemahan lebih tinggi

dibandingkan dengan faktor kekuatan dalam menentukan strateginya. Faktor-faktor lain seperti peluang (O) mempunyai nilai skor 3,84 dan faktor-faktor ancaman (T) mempunyai nilai skor 2,84, bahwasanya dalam hal ini yaitu upaya dalam menentukan strategi usaha gula aren memiliki peluang yang lebih tinggi dibandingkan ancaman yang akan timbul.

3. Pemilihan strategi yang tepat pada usaha gula aren yaitu dengan menentukan strategi turn around atau mengubah strategi, dimana pengrajin gula aren harus bisa menangkap peluang pasar dengan meningkatkan nilai proposisinya dan kaitan dalam segmen pasar harus memperluas jaringan pasar supaya mendapatkan pelanggan baru sehingga pendapatan bisa meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- Iftitah, Laily Nurul. (2021). 5 Manfaat Gula Aren Untuk Kesehatan Dengan Penjelasan Ilmiah, di <https://katadata.co.id/intannirmala/berita/61261ace6c00c/5-manfaat-gula-aren-untuk-kesehatan-dengan-penjelasan-ilmiah> (3 Februari 2022).
- Iskandarsyah, M. (2013). Analisis Model Bisnis Ekowisata di Pulau Pramuka, Kepulauan Seribu dengan Pendekatan Business Model Canvas. *Tesis pada Program Studi Manajemen dan Bisnis, Sekolah Pascasarjana, Institut Pertanian Bogor*. Bogor.
- Osterwalder, A. & Pigneur Y. (2015). *Business Model Generation*. PT Elex Media Koputindo. Jakarta.
- Pohan, RM., Purwoko A., & Martial T. (2014). Kontribusi Hasil Hutan Bukan Kayu dari Hutan Produksi Terbatas bagi Pendapatan Rumah Tangga Masyarakat. *Penomena Forestry Science Journal* 3(2). Medan.
- Rizaldy, Andi Achmad., & Makarenu., & Mahbub, Asar Said. (2018). Strategi Pengembangan Bisnis pada Usaha Gula Aren melalui Pendekatan Business Model Canvas di Desa Rompegading, Kecamatan Cenrana, Kabupaten Maros. *Laboratoirum Kebijakan dan Kewirausahaan Kehutanan, Fakultas Kehutanan*. Universitas Hasanudin.
- Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabet.
- Sujono, E., (2017). *MENGEMBANGKAN POTENSI MASYARAKAT di Desa/ Kelurahan*. Deepublish store.
- Wulandari, Ayu. Dkk. (2020). *Business Model Canvas Implementasi Terhadap Industri Rumahan produk Virgin Coconut Oil (VCO)*. Media Sains Indonesia. Bandung.