

# **Optimalisasi Pengembangan Usaha Kopi Cikajang menggunakan Business Model Canvas**

**Oleh :**

Hermawan Wana  
Ayutyas Sayekti  
Muhammad Islahul Islam  
Fajrina Alifya Bahri  
Fira Fadia Sari



PROGRAM STUDI MANAJEMEN AGRIBISNIS  
SEKOLAH VOKASI  
INSTITUT PERTANIAN BOGOR  
2024

Judul artikel : Optimalisasi Pengembangan Usaha Kopi Cikajang menggunakan Business Model Canvas

Author : Hermawan Wana, Ayutya Sayekti, Muhammad Islamul Islam, Fajrina Alifya Bahri, Fira Fadia Sari

Date : 26 Juni 2024

Ketua Program Studi Manajemen Agribisnis  
Sekolah Vokasi IPB

Ketua Penulis

Intani Dewi, S.Pt.,M.Sc.,M.Si.

Ir. Hermawan Wana, M.Si.

## PENDAHULUAN

Kopi merupakan komoditas yang memiliki peran sentral dalam perekonomian dan budaya global. Sebagai salah satu minuman paling populer di dunia, kopi tidak hanya menjadi sumber energi bagi jutaan orang, tetapi juga menciptakan pasar global yang dinamis dan kompleks. Sebagai komoditas pertanian, kopi menjadi tulang punggung ekonomi bagi banyak negara penghasil, memberikan mata pencaharian kepada jutaan petani dan pekerja di seluruh rantai pasok. Di sisi lain, kopi juga mencerminkan kekayaan budaya dan tradisi, menjadi simbol pertemuan sosial, ruang kreativitas, dan ritual sehari-hari bagi banyak masyarakat di seluruh dunia. Dengan adanya beragam varietas, metode pengolahan, dan citarasa, kopi membawa kekayaan sensorial yang memikat para penikmatnya. Di Indonesia, perkebunan kopi memainkan peran krusial dalam perekonomian dan sekaligus menjadi salah satu produsen kopi terbesar di dunia. Negara ini dikenal dengan keberagaman varietas kopi unggulan dan kualitas biji kopi yang tinggi. Perkebunan kopi tersebar di berbagai daerah, dengan pulau Sumatra, Jawa, Sulawesi, dan Papua sebagai produsen kopi utama.

Pentingnya perkebunan kopi bagi Indonesia tidak hanya terletak pada kontribusinya terhadap ekspor dan pendapatan negara, tetapi juga dalam memberikan mata pencaharian kepada jutaan petani kopi di seluruh nusantara. Pertanian kopi menciptakan siklus ekonomi yang signifikan, melibatkan berbagai pihak dari proses penanaman, panen, pengolahan, hingga distribusi. Selain berkontribusi secara ekonomi, perkebunan kopi Indonesia juga menjadi daya tarik pariwisata di beberapa daerah. Wisatawan dapat mengunjungi kebun kopi untuk memahami proses produksi kopi dari awal hingga akhir, serta menikmati keindahan alam di sekitarnya. Berdasarkan data (BPS,2020) Jawa Barat menempati peringkat kedelapan dalam hal produktivitas kopi nasional dalam menghasilkan barang atau jasa serta pemanfaatan sumber daya secara efektif dan efisien. Jawa Barat menjadi salah satu wilayah di Pulau Jawa yang mencatatkan produktivitas kopi tinggi, yakni sebesar 786 kg/ha. Hasil produksi kopi di beberapa kabupaten/kota di Jawa Barat pada tahun 2021, seperti Kabupaten Bandung, Kabupaten Garut, dan Kabupaten Bogor, menunjukkan angka yang signifikan, yaitu masing-masing sebesar 7.772 ton, 4.639 ton, dan 3.654 ton, berdasarkan (Dinas Perkebunan Provinsi Jawa Barat melalui Open Data Jabar, 2022). Terdapat tiga jenis perkebunan kopi tahunan di Jawa Barat, melibatkan Perkebunan Besar Negara, Perkebunan Besar Swasta, dan Perkebunan Besar Rakyat. Kabupaten Garut merupakan salah satu penghasil produksi kopi dengan hasil produksi (22.548 ton) (BPS, 2021). Besaran perkebunan besar Negara yang ada di Kabupaten Garut adalah 20 Ha dan Perkebunan Besar Rakyat sebesar 6.140 Ha (Dinas Perkebunan Provinsi Jawa barat 2013-2021).

Cikajang, sebuah wilayah yang terletak di Kabupaten Garut, Jawa Barat, telah dikenal sebagai pusat pertumbuhan ekonomi yang berkembang pesat. Salah satu sektor yang menonjol dalam pertumbuhan ekonomi di Cikajang adalah industri kopi. Kopi Cikajang memiliki karakteristik unik dengan cita rasa yang khas dan aroma yang memikat, menciptakan potensi besar untuk pengembangan usaha kopi lokal. Kehadiran petani kopi yang berkomitmen dan tanah yang subur di sekitar daerah ini menambah nilai positif pada produk kopi Cikajang. Dengan meningkatnya minat konsumen terhadap kopi berkualitas dan upaya untuk mempromosikan warisan kopi lokal, strategi pengembangan usaha kopi di Cikajang menjadi krusial untuk mendukung pertumbuhan ekonomi lokal dan memberikan dampak positif pada sektor pertanian. Terdapat 4 Desa di Kecamatan Cikajang, yaitu Desa Cikandang, Margamulya, Mekarsari, dan Simpang yang memiliki Badan Usaha Milik Desa Bersama (BUMDesMa) dan dikenal produknya adalah Kopi Cikajang. BUMDesma Kopi Cikajang didirikan karena adanya kepentingan bersama antara desa yang terlibat, yaitu terdapat komoditas kopi varietas *yellow bourbon* yang potensial. Kopi yang dihasilkan merupakan varietas kopi *yellow bourbon* yang potensial di Jawa Barat dibuktikan dengan menjuarai ajang Kontes Kopi Speciality Indonesia (KKSI) 2021 sebagai juara ketiga di kategori Lomba Citarasa Kopi Arabika Natural, juara pertama kategori kopi di acara penghargaan Kampung Berseri Astra dan Desa Sejahtera Astra (KBA DSA) Innovation 2022.

Prestasi yang ditoreh oleh Kopi Cikajang tidak terlepas dari permasalahan yang menyebabkan potensi kopi tersebut belum termanfaatkan dengan baik. Berdasarkan observasi yang dilakukan dengan mengamati kondisi dan aktivitas masyarakat di wilayah BUMDesMa Kopi Cikajang menunjukkan bahwa pelayanan penyuluhan dan pemberdayaan masyarakat belum merata. Kurangnya kemampuan dalam menyerap informasi *digital* dan memanfaatkan teknologi menjadikan pemasaran yang dilakukan masyarakat masih dalam lingkup yang terbatas. Selain itu, sebagian masyarakat masih mengeluhkan sulitnya mendapatkan permodalan. Maka dari itu, perlu dilakukan pembenahan seperti perbaikan metode pemberdayaan masyarakat, sosialisasi akses permodalan, serta pengenalan *digital marketing* untuk membantu meningkatkan pemasaran masyarakat BUMDesMa Kopi Cikajang. Tujuan dari penelitian ini adalah optimalisasi pengembangan Bisnis BUMDesMa Kopi Cikajang dengan pendekatan *Business Model Canvas (BMC)* sehingga dapat meningkatkan produktivitas dan meningkatkan nilai ekonomis produk.

## METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian berlokasi di Kecamatan Cikajang (Desa Mekarsari, Desa Simpang, Desa Margamulya, Desa Cikandang). Data yang digunakan merupakan data sekunder dan data primer. Data primer dengan wawancara dan FGD dengan pihak BUMDesMa Kopi Cikajang serta pihak-pihak terkait lainnya, dan hasil pengamatan. Untuk data sekunder Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari literatur kepustakaan yang relevan. Metode kajian yang digunakan adalah metode kualitatif dan kuantitatif. Metode kualitatif yang digunakan berdasarkan penjabaran deskriptif pada sembilan elemen *Business Model Canvas* dan metode kuantitatif yang digunakan yaitu analisis laporan laba rugi.

### 1. *Business Model Canvas*

*Business Model Canvas* merupakan bisnis model yang memiliki sembilan blok elemen. Sembilan blok elemen dapat menjadi langkah awal untuk menentukan dari mana suatu perusahaan melakukan transformasi bisnis model (Ostwalder dan Pigneur 2018). Fokus dari *Business Model Canvas* menurut Osterwalder dan Pigneur adalah untuk menangkap suatu konfigurasi yang unik dari penghantaran nilai pada *customer segments* tertentu. Elemen-elemen utama meliputi bagaimana (*how*), apa (*what*), siapa (*who*), dan perbandingan antara proyeksi biaya (*cost*) dengan perbandingan pendapatan (*revenue*). Perusahaan menggunakan *Business Model Canvas* untuk mempermudah penjabaran suatu kegiatan bisnis yang sedang berjalan atau yang akan dijalankan. Tahapan dalam mendesain elemen-elemen pada *Business Model Canvas* adalah mendefinisikan *customer segments* dengan jelas, Mengisi *value propositions* yang berisi keunikan produk atau jasa yang dijanjikan oleh organisasi kepada *customer segments* yang dibidik. Organisasi perlu melakukan pengetahuan kepada *customer segments* yang dibidik agar menerima *value propositions* yang ditawarkan. *Channels* menjelaskan organisasi mengkomunikasikan, mengantar, dan berinteraksi dengan pelanggannya. Keberhasilan *channels* sangat ditentukan oleh efektivitas *key resources*, *key activities*, dan *key partnerships* yang berperan mendukung realisasi kegiatan di *channels*. *Customer relationships* adalah seberapa besar kegiatan organisasi menjaga hubungan dengan pelanggan lama, seberapa giat organisasi menjaring pelanggan baru atau meningkatkan penjualannya ke pelanggan lama. Keberhasilan dari *channels* dan *customer relationship* maka akan mendatangkan keuntungan yang dapat dilihat di *revenue streams*. Penelitian ini berfokus pada blok *key activities* dan *channels* sebagai titik yang mendorong inovasi dan akan memberikan dampak terhadap blok lain.

Analisis finansial berdasarkan studi kelayakan bisnis adalah suatu kegiatan yang mempelajari secara mendalam tentang suatu bisnis atau bisnis yang akan dijalankan, dalam rangka menentukan layak atau tidaknya bisnis tersebut dijalankan (Kasmir dan Jakfar 2016). Analisis laporan laba rugi akan menggambarkan hasil bisnis dalam suatu periode tertentu.

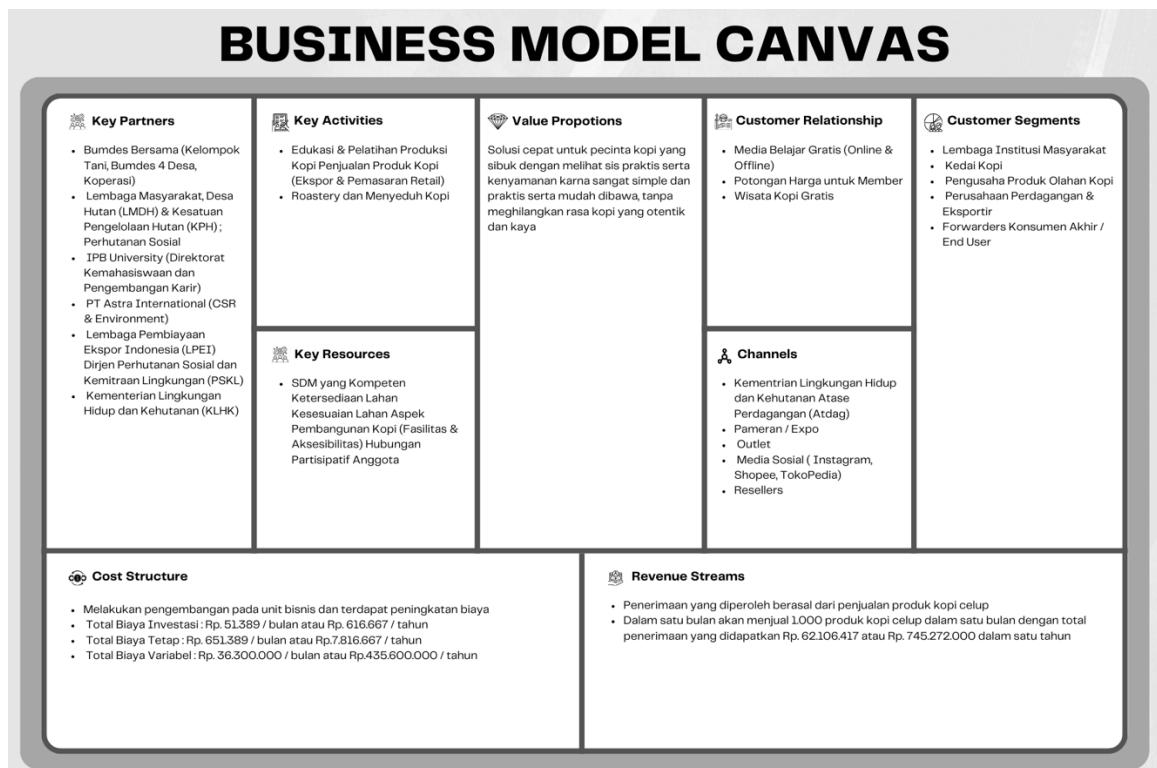
## HASIL DAN PEMBAHASAN

## Gambaran Umum

Kegiatan penelitian dilakukan pada Desa Mekarsari, Desa Simpang, Desa Margamulya, dan Desa Cikandang berdasarkan dengan DEsa yang menjalankan pertanian kopi di daerah Kecamatan Cikajang Kabupaten Garut. Desa Mekarsari adalah salah satu desa di kecamatan Cikajang, Kabupaten Garut. Desa ini terdiri dari 3 dusun dan 35 RW, dan berada di ketinggian ±1200 di atas permukaan laut. Suhu rata-rata harian di desa adalah 20 derajat Celcius, dengan suhu dapat turun lebih rendah lagi selama musim kemarau. Ini terletak di Cikajang, Garut. Penduduk sebagian besar bergantung pada pertanian dan perladangan sebagai mata pencaharian mereka. Desa Mekarsari adalah salah satu desa di kecamatan Cikajang, Kabupaten Garut. Desa ini terdiri dari 3 dusun dan 35 RW, dan berada di ketinggian ±1200 di atas permukaan laut. Suhu rata-rata harian di desa adalah 20 derajat Celcius, dengan suhu dapat turun lebih rendah lagi selama musim kemarau. Situsnya berada di Kecamatan Cikajang, Garut. Gambaran untuk Desa Simpang, Desa Margamulya tidak jauh berbeda jika dilihat dari kondisi perekonomian yang masih relative rendah dengan mayoritas penduduk berprofesi sebagai petani. Pada Desa Cikandang cukup baik, mengingat kemungkinan penduduk rata-rata memiliki mata pencaharian yang layak, yang mengarah pada peningkatan taraf hidup meskipun ada beberapa persen penduduk yang masih kurang layak dan dianggap miskin. Bantuan yang diberikan oleh pemerintah pusat dan daerah telah menghasilkan perubahan besar di wilayah Desa Cikandang.

## Business Model Canvas

Rekomendasi pengembangan didasarkan pada temuan analisis gap dan masalah utama perusahaan. Gagap analisis memungkinkan pembaca untuk mengetahui perbedaan antara bisnis dan potensi, prospek, dan masalah. Setelah proses analisis dan identifikasi selesai, rekomendasi untuk perusahaan dibuat.



Gambar 1. Business Model Canvas Pada BUMDesMa Kopi Cikajang

Berdasarkan kesembilan elemen yang terdapat pada Gambar 1 BUMDesMa Kopi Cikajang memiliki potensi serta permasalahan yang dihadapi. Kesembilan aspek tersebut terdiri dari :

## 1. Customer segments

**Lembaga Institusi Masyarakat** merupakan salah satu segmen pelanggan penting bagi BUMDesMa Cikajang. Institusi seperti sekolah, kantor pemerintahan, dan organisasi non-profit memerlukan pasokan kopi berkualitas untuk berbagai keperluan, termasuk acara, rapat, dan kegiatan sehari-hari. BUMDesMa Cikajang dapat menawarkan kopi celup dalam jumlah besar dengan harga khusus, serta menyediakan layanan berlangganan untuk memastikan pasokan kopi yang konsisten dan terjamin. **Kedai Kopi** menjadi segmen pelanggan yang sangat vital dalam rantai distribusi kopi. BUMDesMa Cikajang dapat menjalin kemitraan dengan kedai kopi lokal dan regional, menyediakan kopi celup sebagai alternatif cepat dan praktis bagi barista. Varian rasa yang beragam dapat menjadi daya tarik tambahan bagi kedai kopi dalam menarik lebih banyak pelanggan, sekaligus menawarkan pengalaman kopi yang berbeda. **Pengusaha Produk Olahan Kopi** adalah segmen pelanggan yang memanfaatkan biji kopi berkualitas sebagai bahan dasar untuk produk mereka, seperti kue, cokelat, atau minuman berenergi berbasis kopi. BUMDesMa Cikajang dapat menyediakan kopi celup dalam berbagai bentuk dan rasa untuk membantu pengusaha ini meningkatkan variasi produk mereka dan memenuhi kebutuhan pasar yang lebih luas. **Perusahaan Perdagangan & Eksportir** membutuhkan produk kopi yang stabil dalam kualitas dan kuantitas untuk memenuhi permintaan pasar internasional. BUMDesMa Cikajang dapat bekerja sama dengan perusahaan-perusahaan ini untuk memastikan pasokan kopi yang sesuai dengan standar ekspor. Kopi celup yang praktis dan berkualitas dapat menjadi produk unggulan untuk pasar internasional, memperkenalkan cita rasa kopi lokal ke pasar global. **Forwarders** atau perusahaan logistik yang mengurus pengiriman barang juga menjadi segmen pelanggan potensial. BUMDesMa Cikajang dapat menawarkan solusi kemasan yang aman dan efisien untuk memastikan kopi celup tiba di tujuan dengan kondisi terbaik. Kerjasama yang baik dengan forwarders dapat membantu distribusi produk dilakukan lebih lancar dan tepat waktu, sehingga kepuasan pelanggan terjaga. **Konsumen Akhir atau End User** adalah individu yang menikmati kopi secara langsung di rumah atau di tempat kerja. Segmen ini sangat beragam, termasuk pekerja kantoran, ibu rumah tangga, pelajar, dan lain-lain. BUMDesMa Cikajang dapat fokus pada penjualan ritel, baik melalui toko fisik maupun online, untuk menjangkau konsumen akhir ini. Promosi yang menarik, harga terjangkau, dan kualitas yang konsisten akan menjadi kunci untuk menarik dan mempertahankan pelanggan di segmen ini.

## 2. Value Propositions

Kopi celup kami menawarkan kenyamanan dan kecepatan bagi pecinta kopi yang sibuk, memungkinkan Anda menikmati kopi berkualitas dalam hitungan detik tanpa perlu alat tambahan. Kami menghadirkan rasa kopi yang otentik dan kaya, seolah-olah diseduh oleh barista profesional, dengan menggunakan biji kopi pilihan yang diproses dengan teknik khusus untuk menjaga kualitas. Desain kemasan yang praktis membuat kopi celup mudah dibawa ke mana saja, baik itu di kantor, di perjalanan, atau di rumah. Selain itu, kami peduli terhadap lingkungan dengan menggunakan kemasan yang dapat didaur ulang dan bahan celup yang biodegradable.

Kami menawarkan beragam pilihan rasa yang sesuai dengan selera Anda dan terus berinovasi dengan menghadirkan rasa baru setiap bulannya. Kopi celup kami mengandung antioksidan alami yang baik untuk kesehatan dan bebas dari bahan kimia serta pengawet, sehingga aman untuk dikonsumsi setiap hari. Dengan harga yang terjangkau, Anda bisa menikmati kopi berkualitas barista setiap hari tanpa perlu merogoh kocek dalam-dalam. Kami juga menyediakan informasi tentang asal-usul kopi dan cara terbaik untuk menikmatinya, lengkap

dengan panduan penyeduhan yang mudah diikuti untuk hasil terbaik. Dengan semua keunggulan ini, kopi celup kami tidak hanya memberikan pengalaman kopi yang luar biasa, tetapi juga meningkatkan kualitas hidup Anda secara keseluruhan.

### 3. Customer Relationship

Berbagai jenis hubungan yang dibangun perusahaan dengan segmen pelanggan yang spesifik dan bagaimana cara konsumen menciptakan hubungan yang baik dengan pelanggan sangat penting untuk keberhasilan bisnis. Dalam hal ini, BUMDesMa Kopi Cikajang memiliki hubungan yang baik dengan pelanggan. Hal ini dapat dilihat dari berbagai inisiatif yang dilakukan oleh para pengurus BUMDesMa Kopi Cikajang. Mereka memfasilitasi media belajar gratis, baik offline maupun online, kepada siapapun yang ingin belajar tentang kopi. Dengan menyediakan akses gratis ke informasi dan pengetahuan mengenai kopi, BUMDesMa Kopi Cikajang membantu meningkatkan apresiasi dan pemahaman masyarakat terhadap kopi. Selain itu, mereka juga menawarkan wisata kopi gratis, yang tidak hanya menjadi sarana edukasi tetapi juga memberikan pengalaman langsung tentang proses pembuatan kopi dari biji hingga menjadi minuman siap saji. Program ini bertujuan untuk mempererat hubungan dengan pelanggan melalui pengalaman yang menyenangkan dan mendidik. Sebagai tambahan, BUMDesMa Kopi Cikajang memberikan potongan harga khusus untuk member, yang menjadi insentif bagi pelanggan setia dan mendorong lebih banyak orang untuk menjadi bagian dari komunitas mereka. Melalui berbagai inisiatif ini, BUMDesMa Kopi Cikajang berhasil membangun dan mempertahankan hubungan yang erat dengan pelanggannya, menciptakan loyalitas dan kepuasan yang tinggi di antara mereka.

### 4. Channels

UMKM di bawah BUMDesMa Kopi Cikajang saat ini menjalin kerjasama langsung dengan berbagai pihak untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan keberhasilan usaha mereka. Salah satu kerjasama penting adalah dengan Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan serta Atase Perdagangan (Atdag). Kemitraan ini tidak hanya memberikan dukungan dalam hal kebijakan dan regulasi, tetapi juga membuka peluang pasar baru melalui pameran dan expo yang diselenggarakan bersama. Partisipasi dalam pameran dan expo ini memungkinkan BUMDesMa Kopi Cikajang untuk memperkenalkan produk kopi mereka kepada audiens yang lebih luas, baik di tingkat nasional maupun internasional. Selain itu, BUMDesMa Kopi Cikajang juga bekerja sama dengan berbagai outlet yang menjual produk mereka secara langsung kepada konsumen. Outlet-outlet ini berfungsi sebagai titik distribusi penting yang memudahkan konsumen untuk mengakses produk kopi berkualitas dari BUMDesMa Kopi Cikajang. Dalam era digital, kehadiran di media sosial seperti Instagram, serta platform e-commerce seperti Shopee dan Tokopedia, menjadi sangat vital. Melalui platform ini, BUMDesMa Kopi Cikajang dapat menjangkau pelanggan secara lebih luas dan memberikan kemudahan bagi mereka untuk membeli produk secara online. Tak kalah penting, jaringan reseller yang luas turut berperan dalam mendistribusikan produk kopi celup ke berbagai daerah. Reseller ini tidak hanya membantu meningkatkan volume penjualan, tetapi juga memperkuat brand awareness di berbagai komunitas. Dengan strategi kerjasama yang komprehensif ini, BUMDesMa Kopi Cikajang mampu meningkatkan penetrasi pasar, memperluas basis pelanggan, dan mengukuhkan posisi mereka sebagai salah satu produsen kopi berkualitas di Indonesia.

### 5. Key resources

BUMDesMa Kopi Cikajang memiliki berbagai sumber daya fisik yang mendukung operasional dan produksi kopi mereka. Sumber daya ini meliputi kebun kopi yang luas, bangunan-bangunan pendukung, serta sarana dan prasarana seperti gudang, tempat penyortiran kopi, dan mesin untuk roasting kopi. Untuk memastikan bahwa strategi penjualan

produk kopi berjalan efektif, BUMDesMa Kopi Cikajang membutuhkan beberapa faktor penting. Pertama, ketersediaan Sumber Daya Manusia (SDM) yang kompeten sangatlah krusial. SDM yang terampil dan berpengalaman akan memastikan setiap tahap produksi berjalan dengan baik dan menghasilkan produk berkualitas tinggi. Selain itu, ketersediaan lahan yang sesuai juga menjadi faktor penting. Lahan yang digunakan harus cocok untuk penanaman kopi agar menghasilkan panen yang optimal. Aspek pembangunan kopi seperti fasilitas dan aksesibilitas juga perlu diperhatikan. Fasilitas yang memadai akan mendukung proses produksi dan penyimpanan kopi, sementara aksesibilitas yang baik akan memudahkan distribusi produk ke pasar. Hubungan partisipatif dengan anggota juga sangat penting. Melibatkan anggota dalam setiap proses, mulai dari penanaman hingga penjualan, akan meningkatkan rasa memiliki dan semangat kerja sama dalam komunitas. Dengan mengoptimalkan semua faktor ini, BUMDesMa Kopi Cikajang dapat merumuskan dan melaksanakan strategi yang efektif untuk menjual produk kopi mereka, memastikan keberlanjutan dan kesuksesan usaha secara keseluruhan.

## 6. Key activities

Aktivitas utama yang dilakukan oleh BUMDesMa Kopi Cikajang mencakup berbagai aspek dalam rantai produksi dan distribusi kopi untuk memastikan kualitas dan keberlanjutan usaha. Salah satu aktivitas kunci adalah edukasi dan pelatihan produksi kopi. BUMDesMa Kopi Cikajang memberikan pelatihan kepada petani kopi lokal dan anggota komunitas mengenai teknik budidaya kopi yang baik, mulai dari penanaman hingga panen. Pelatihan ini juga mencakup pengetahuan tentang pengolahan pascapanen untuk meningkatkan kualitas biji kopi. Penjualan produk kopi menjadi fokus utama, baik melalui ekspor maupun pemasaran retail. BUMDesMa Kopi Cikajang menargetkan pasar internasional dengan mengekspor kopi berkualitas tinggi, sekaligus memperkuat kehadiran di pasar lokal melalui berbagai saluran distribusi retail. Aktivitas roastery juga menjadi bagian integral dari operasional BUMDesMa Kopi Cikajang, di mana biji kopi diproses dan dipanggang untuk menghasilkan cita rasa yang khas dan memenuhi standar kualitas tinggi. Aktivitas menyeduhan kopi juga menjadi perhatian. BUMDesMa Kopi Cikajang memastikan bahwa kopi yang disajikan kepada konsumen, baik di kedai kopi lokal maupun acara-acara khusus, diseduhan dengan metode yang tepat untuk mengeluarkan aroma dan rasa terbaik dari biji kopi mereka. Dengan berbagai aktivitas ini, BUMDesMa Kopi Cikajang tidak hanya berfokus pada produksi dan penjualan, tetapi juga pada peningkatan kapasitas dan kualitas komunitas serta pengalaman konsumen dalam menikmati kopi.

## 7. Key Partners

Hubungan antara mitra dengan perusahaan sangat penting dalam mendukung operasional dan pertumbuhan BUMDesMa Kopi Cikajang, baik sebagai pemasok maupun pelanggan. BUMDesMa Kopi Cikajang telah membangun jaringan kemitraan yang luas dan strategis dengan berbagai pihak. Salah satu mitra utamanya adalah UMDes Bersama yang terdiri dari Kelompok Tani, Bumdes dari empat desa, dan Koperasi. Kemitraan ini memungkinkan BUMDesMa Kopi Cikajang untuk mendapatkan pasokan biji kopi berkualitas tinggi secara konsisten dan mendukung kesejahteraan petani lokal. BUMDesMa Kopi Cikajang juga bermitra dengan Lembaga Masyarakat, Desa Hutan (LMDH), dan Kesatuan Pengelolaan Hutan (KPH). Kolaborasi ini tidak hanya memastikan kelestarian sumber daya alam, tetapi juga memberdayakan masyarakat sekitar hutan melalui program Perhutanan Sosial. Dalam bidang akademik, BUMDesMa Kopi Cikajang bekerja sama dengan IPB University, khususnya Direktorat Kemahasiswaan dan Pengembangan Karir. Kemitraan ini membuka peluang penelitian dan pengembangan serta memberikan akses kepada mahasiswa untuk terlibat dalam industri kopi. Di sektor korporasi, PT Astra International melalui program CSR & Environment menjadi mitra penting yang memberikan dukungan dalam hal keberlanjutan

dan tanggung jawab sosial. Lembaga Pembiayaan Ekspor Indonesia (LPEI) juga berperan signifikan dalam menyediakan akses pembiayaan yang diperlukan untuk ekspansi pasar internasional. Dukungan dari Dirjen Perhutanan Sosial dan Kemitraan Lingkungan (PSKL) dan Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) memastikan bahwa semua aktivitas BUMDesMa Kopi Cikajang sesuai dengan kebijakan lingkungan dan sosial yang berkelanjutan. Dengan jaringan kemitraan yang kuat dan beragam ini, BUMDesMa Kopi Cikajang mampu memperkuat posisi mereka di pasar, memastikan pasokan yang berkelanjutan, dan mendukung berbagai inisiatif yang meningkatkan kesejahteraan masyarakat serta menjaga kelestarian lingkungan. Kemitraan ini juga membuka peluang untuk inovasi, pengembangan produk, dan ekspansi pasar, baik di dalam negeri maupun di luar negeri, menjadikan BUMDesMa Kopi Cikajang sebagai model keberhasilan dalam pengelolaan usaha berbasis komunitas.

## 8. Cost structure

Struktur biaya BUMDesMa Kopi Cikajang terdiri dari berbagai komponen yang mencakup biaya tetap, biaya variabel, dan biaya investasi. Biaya tetap adalah biaya yang harus dikeluarkan secara rutin tanpa tergantung pada volume produksi. Di antaranya termasuk gaji karyawan yang merupakan komponen penting untuk mempertahankan tenaga kerja yang berkompeten dan produktif. Selain itu, biaya listrik juga merupakan bagian dari biaya tetap yang diperlukan untuk menjalankan berbagai peralatan dan fasilitas produksi. Biaya penyusutan mencakup penurunan nilai aset tetap seperti mesin dan bangunan, yang dihitung secara berkala untuk mencerminkan penurunan nilai ekonomi dari aset tersebut. Di sisi lain, biaya variabel adalah biaya yang fluktuatif dan berkaitan langsung dengan volume produksi. Untuk BUMDesMa Kopi Cikajang, biaya variabel mencakup pembelian kopi bubuk, yang merupakan bahan baku utama dalam produksi kopi celup. Kemasan juga termasuk dalam biaya variabel, karena dibutuhkan untuk mengemas produk jadi sebelum didistribusikan ke pasar. Selain itu, filter bag dan tag, yang digunakan dalam proses pengepakan kopi celup, juga termasuk dalam biaya variabel karena jumlahnya bervariasi sesuai dengan jumlah produksi. Biaya investasi adalah pengeluaran dalam jumlah besar yang ditujukan untuk aset yang akan digunakan dalam jangka panjang, biasanya lebih dari satu tahun. Biaya ini mencakup pembelian peralatan produksi seperti mesin roasting, pembangunan atau renovasi fasilitas produksi, dan pengadaan lahan tambahan untuk ekspansi kebun kopi. Biaya investasi ini penting karena meskipun membutuhkan dana yang besar di awal, aset-aset tersebut akan memberikan manfaat ekonomi dalam jangka waktu yang panjang, meningkatkan kapasitas produksi dan efisiensi operasional BUMDesMa Kopi Cikajang. Dengan mengelola struktur biaya yang komprehensif ini, BUMDesMa Kopi Cikajang dapat memastikan bahwa operasional berjalan lancar dan efisien, serta memiliki fleksibilitas untuk berinvestasi dalam pertumbuhan jangka panjang. Kopi Celup ini layak untuk dikembangkan, karena memiliki nilai  $R/C > I$ , yaitu sebesar 1,67 dan itu artinya bahwa setiap biaya yang dikeluarkan sebesar setiap Rp. 1, maka biaya total yang dikeluarkan akan menghasilkan penerimaan sebesar R. 1,67 (Soekartawi, 2010). Pengelolaan biaya yang baik memungkinkan BUMDesMa Kopi Cikajang untuk mempertahankan keuntungan yang sehat, meningkatkan daya saing di pasar, dan memastikan keberlanjutan usaha dalam jangka panjang. Rincian biaya dapat dilihat pada lampiran 1.

## 9. Revenue stream

BUMDesMa Cikajang, specifically BUMDesMa Kopi Cikajang, memiliki beberapa sumber penerimaan yang mencakup penjualan produk dan layanan. Salah satu arus penerimaan utamanya berasal dari penjualan kopi celup. Setiap tahun, BUMDesMa Kopi Cikajang

berhasil menjual 1000 pcs kopi celup, yang menghasilkan pendapatan sebesar 745.272.000 rupiah.

Dalam konteks ini, penjualan kopi celup menjadi kontributor utama dalam mendukung pendapatan BUMDesMa Kopi Cikajang. Selain itu, BUMDesMa juga mungkin memiliki sumber penerimaan tambahan dari produk-produk kopi lainnya, layanan wisata, atau potensi pendapatan dari kegiatan-kegiatan komunitas lokal yang mereka dukung.

### **Strategi pengembangan berdasarkan Business Model Canvas**

BUMDesMa Kopi Cikajang memiliki potensi yang besar untuk mengoptimalkan pertumbuhan dan mengatasi permasalahan yang dihadapi dengan mengimplementasikan strategi-strategi yang terintegrasi. Melalui segmentasi yang lebih mendalam terhadap pelanggan seperti lembaga institusi, kedai kopi, dan konsumen akhir, BUMDesMa Kopi Cikajang dapat memperluas jangkauan pasar mereka. Mereka dapat memanfaatkan proposisi nilai kopi celup yang menonjolkan kecepatan dan kemudahan penyajian, serta komitmen pada kualitas premium dan ramah lingkungan untuk menarik lebih banyak pelanggan. Dengan membangun hubungan yang erat melalui pendekatan edukasi, tur wisata kopi, dan program keanggotaan, BUMDesMa Kopi Cikajang dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan menciptakan pengalaman yang lebih mendalam. Diversifikasi saluran distribusi, termasuk kolaborasi dengan outlet ritel, ekspansi melalui platform e-commerce, dan kemitraan dengan reseller, akan memperluas akses konsumen terhadap produk mereka. Investasi dalam sumber daya fisik seperti kebun kopi, fasilitas produksi, dan teknologi roasting, serta pengembangan SDM yang terampil, akan mendukung peningkatan kapasitas produksi dan kualitas produk. Dengan memperkuat kemitraan strategis dengan lembaga pemerintah, perguruan tinggi, dan perusahaan swasta, BUMDesMa Kopi Cikajang dapat mengakses sumber daya tambahan dan dukungan kelembagaan yang diperlukan untuk pertumbuhan berkelanjutan. Manajemen biaya yang efektif dan diversifikasi arus penerimaan melalui produk tambahan seperti wisata kopi dan produk olahan kopi, selain dari penjualan kopi celup, akan memastikan keberlanjutan finansial dan margin keuntungan yang sehat. Dengan mengadopsi pendekatan komprehensif ini, BUMDesMa Kopi Cikajang berpotensi untuk memperkuat posisinya di pasar, meningkatkan dampak positifnya terhadap komunitas lokal, dan membangun fondasi yang kokoh untuk pertumbuhan jangka panjang mereka dalam industri kopi.

### **Simpulan**

Dengan mengimplementasikan pendekatan Business Model Canvas (BMC), BUMDesMa Kopi Cikajang dapat mencapai tujuan optimalisasi pengembangan bisnis mereka dengan meningkatkan produktivitas dan nilai ekonomis produk mereka secara signifikan. Melalui segmentasi yang tepat terhadap pelanggan, penekanan pada proposisi nilai yang kuat seperti kualitas premium dan keberlanjutan lingkungan, serta membangun hubungan yang kuat melalui edukasi dan pengalaman langsung, BUMDesMa Kopi Cikajang dapat memperluas jangkauan pasar mereka. Diversifikasi saluran distribusi dan kemitraan strategis dengan berbagai pihak, seperti lembaga pemerintah dan perguruan tinggi, akan memperkuat infrastruktur operasional mereka. Investasi dalam sumber daya fisik dan pengembangan SDM yang terampil akan mendukung peningkatan kapasitas produksi dan efisiensi operasional. Manajemen biaya yang efektif dan diversifikasi arus penerimaan melalui produk tambahan seperti wisata kopi dan produk olahan kopi, selain dari penjualan kopi celup, akan memastikan keberlanjutan finansial. Secara keseluruhan, penerapan BMC memungkinkan BUMDesMa Kopi Cikajang untuk memperkuat posisinya di pasar, meningkatkan dampak positif terhadap komunitas lokal, dan membuka jalan untuk pertumbuhan berkelanjutan dalam industri kopi.

### **Daftar Pustaka**

Andiyanto, F. (2017). *Analisis Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing Dalam Rangka Meningkatkan Kinerja Bisnis*. *Jurnal Manajemen*, 8(3), 1– 20.

Henaldi, S. (23 April 2022). *Desa Binaan IPB University di Kabupaten Garut Sukses Sabet Penghargaan KBA DSA Innovation 2022 Astra*. Tribunnews Bogor. Diakses dari <https://bogor.tribunnews.com/2022/04/23/desa-binaan-ipb-university-di-kabupaten-garut-sukses-sabet-penghargaan-kba-dsa-innovation-2022-astra>.

Nielsen, C & Lund, Morten. (2014). *Business Model Design*. Tersedia: <https://bookboon.com/en/business-model-design>. Diakses pada 10 November 2022.

Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2018). *Business Model Generation*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

Pemerintah Desa Cikandang. (2022). *Profil Desa Cikandang*. Garut (ID): Desa Cikandang. Pemerintah Desa Margamulya. (2022). *Profil Desa Margamulya*. Garut (ID): Desa Margamulya.

Pemerintah Desa Mekarsari. (2022). *Profil Desa Mekarsari*. Garut (ID): Desa Mekarsari. Pemerintah Desa Simpang. (2022). *Profil Desa Simpang*. Garut (ID): Desa Simpang.

Soekartawi. (2010). *Farming Business Analysis*. Jakarta: Grup Media Prenada.

## Lampiran 1.

### Rincian biaya investasi Coffee Bags

No.	Barang	Satuan	Jumlah	Harga (Rp)	Jumlah Harga (Rp)	Umur Ekonomis (Tahun)	Penyusutan (Rp)
1	Grinder/mesin giling Kopi	unit	2	500,000	1,000,000	15	66,667
2	Etalase	unit	1	800,000	800,000	10	80,000
3	Teko Listrik	unit	2	700,000	1,400,000	5	280,000
4	Timbangan Kopi Digital	unit	2	100,000	200,000	5	40,000
5	Sendok takar kopi	unit	4	10,000	40,000	5	8,000
6	Mesin ekspresso	unit	2	1,000,000	2,000,000	15	133,333
7	Sealer	unit	7	45,000	315,000	5	63,000
8	Wadah Kopi	unit	3	10,000	30,000	5	6,000

<b>Total/tahun</b>	<b>Rp 677,000</b>
<b>Total/bulan</b>	<b>Rp 56,417</b>

## Rincian biaya tetap Coffee Bags

No.	Barang	Harga (Rp)/bulan	Harga (Rp)/Tahun
1	Biaya Penyusutan	56,417	616,667
2	Listrik	100,000	1,200,000
3	Biaya Kirim	200,000	2400000
4	Karyawan	450,000	5400000
<b>TOTAL</b>		<b>Rp 806,417</b>	<b>Rp 9,616,667</b>

## Rincian biaya variabel Coffee Bags

No.	Barang	Satuan	Harga (Rp)	Jumlah	Total Harga (Rp/Bulan)	Total Harga (Rp/Tahun)
1	Kopi Bubuk	kg	230,000	100	23,000,000	276,000,000
2	Kemasan	pcs	9,000	1,000	9,000,000	108,000,000
3	Filter Bag	pcs	2,500	1,000	2,500,000	30,000,000
4	Tag	pcs	1,800	1,000	1,800,000	21,600,000
<b>TOTAL</b>					<b>36,300,000</b>	<b>435,600,000</b>

## Proyeksi mark-up laba Coffee Bags

Total Biaya	Rp	37,106,417
Jumlah Penjualan	Rp	1,000
HPP	Rp	37,106
Laba	Rp	25,000
<b>Harga Jual</b>	<b>Rp</b>	<b>62,106</b>

## Proyeksi break even point Coffee Bags

Biaya Tetap	Rp	806,417
VC/unit	Rp	36,300
P	Rp	62,106
<b>BEP UNIT</b>		<b>31,25</b>
<b>BEP HARGA</b>	<b>Rp</b>	<b>37,106</b>

## Proyeksi profit dan R/C Ratio Coffee bags

TR	Rp	62,106,417
TC	Rp	37,106,417
<b>Keuntungan <math>\pi</math> (TR-TC)</b>	<b>Rp</b>	<b>25,000,000</b>
<b>R/C Ratio</b>		<b>1.67</b>

### ➤ Keterangan :

$$\begin{aligned}
 \text{R/C Ratio} &= \frac{\pi}{TC} \\
 &= \frac{\text{Rp.}62,106,417}{\text{Rp.}37,106,417} \\
 &= 1,67
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{BEP Unit} &= \frac{TFC}{P-VC/unit} \\
 &= \frac{\text{Rp.}806,417}{\text{Rp.}62,106 - \text{Rp.}36,300} = 31,25
 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil tersebut, maka titik impas usaha kopi celup tercapai pada jumlah produksi 31,25 gram

$$\begin{aligned}\text{BEP Harga} &= \frac{TC}{Jumlah \text{ Produksi}} \\ &= \frac{Rp.37.106.417}{1.000 \text{ pcs}}\end{aligned}$$

$$= Rp. 37.106$$

Berdasarkan hasil tersebut, maka titik impas usaha kopi celup sebanyak 31,25 g dan jumlah penjualan kopi celup sebesar Rp. 37.106