

Strategi Pengembangan Usaha Cabai Goreng Kelompok Tani Pincuran Tujuh dengan Metode Bisnis Model Canvas

Revi Ernanda^{1*)}, Chika Sumbari²⁾ Fajri Ramadhan³⁾

^{1*)} Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat, Padang, Indonesia, reviernanda@gmail.com

²⁾ Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat, Padang, Indonesia, chikasumbari@gmail.com

³⁾ Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat, Padang, Indonesia

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi pengembangan usaha pada Kelompok Tani Pincuran Tujuh di Kabupaten Lima Puluh Kota yang mengolah cabai menjadi produk cabai goreng. Inovasi ini dilakukan sebagai upaya meningkatkan nilai tambah produk pertanian dan pendapatan petani di tengah tantangan keterbatasan modal, sumber daya manusia, serta penguasaan teknologi. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, dokumentasi, dan observasi langsung, kemudian dianalisis menggunakan pendekatan Business Model Canvas (BMC) yang dipadukan dengan analisis SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai total skor IFAS sebesar 3,71 dan EFAS sebesar 3,53, yang menempatkan posisi usaha pada kuadran I (strategi agresif), dengan nilai koordinat $X = 0,09$ dan $Y = 0,39$. Hal ini menunjukkan bahwa Kelompok Tani Pincuran Tujuh berada dalam kondisi yang kuat dan memiliki peluang besar untuk berkembang. Strategi pengembangan yang direkomendasikan meliputi: (1) memperluas pangsa pasar dan memperbaiki desain kemasan; (2) meningkatkan kualitas dan daya simpan produk; (3) memanfaatkan teknologi digital untuk promosi dan peningkatan kapasitas produksi; (4) menjalin kemitraan dengan pemerintah, biro perjalanan umroh, serta pihak swasta; dan (5) memperkuat kemampuan sumber daya manusia melalui pelatihan. Penerapan strategi tersebut diintegrasikan ke dalam sembilan elemen Business Model Canvas, mencakup segmen pelanggan, proposisi nilai, saluran distribusi, hubungan pelanggan, sumber pendapatan, sumber daya utama, aktivitas utama, kemitraan utama, dan struktur biaya. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi kelompok tani dan pelaku agribisnis lainnya dalam merancang strategi pengembangan usaha berbasis inovasi dan nilai tambah untuk meningkatkan daya saing dan kesejahteraan petani.

Kata kunci: Analisis SWOT, Business Model Canvas, Strategi Pengembangan Usaha

Abstract

This study aims to formulate a business development strategy for the Pincuran Tujuh Farmers Group in Lima Puluh Kota Regency, which processes chili peppers into fried dried chili products. This innovation was carried out as an effort to increase the added value of agricultural products and improve farmers' income amid challenges such as limited capital, low human resource capacity, and lack of technological expertise. Data were collected through in-depth interviews, documentation, and direct observation, and were analyzed using the Business Model Canvas (BMC) approach combined with SWOT analysis to identify the strengths, weaknesses, opportunities, and threats of the business. The results show that the total IFAS score is 3.71 and the EFAS score is 3.53, placing the business in Quadrant I (aggressive strategy) with coordinates $X = 0.09$ and $Y = 0.39$. This indicates that the Pincuran Tujuh Farmers Group is in a strong position and has great potential for growth. The recommended development strategies include: (1) expanding market share and improving packaging design; (2) enhancing product quality and shelf life; (3) utilizing digital technology for promotion and increasing production capacity; (4) establishing partnerships

with government institutions, umrah travel agencies, and private sectors; and (5) strengthening human resource capacity through training programs. The implementation of these strategies is integrated into the nine elements of the Business Model Canvas, including customer segments, value propositions, channels, customer relationships, revenue streams, key resources, key activities, key partnerships, and cost structures. The findings of this study are expected to serve as a reference for farmer groups and other agribusiness actors in designing innovation-based and value-added business development strategies to enhance competitiveness and improve farmers' welfare.

Keywords: *Business Development Strategy, Business Model Canvas, SWOT Analysis*

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi saat ini, seharusnya para petani mampu mengembangkan hasil pertaniannya menjadi produk yang memiliki nilai tambah tinggi. Ketersediaan sumber daya hayati yang melimpah tidak secara otomatis mendorong pertumbuhan ekonomi yang signifikan, kecuali jika potensi tersebut dikelola secara profesional, bertahap, dan konsisten. Pengelolaan yang baik dapat mengubah keunggulan komparatif menjadi keunggulan kompetitif yang mampu memberikan nilai tambah lebih besar. Kemajuan sektor agribisnis sangat dipengaruhi oleh kemampuan dan kemauan masyarakat dalam mengembangkan komoditas unggulan guna meningkatkan kesejahteraan petani (Sa'id & Intan, 2001)

Pada umumnya, petani menjual hasil panennya dalam bentuk mentah setelah masa panen selesai. Padahal, jika hasil perkebunan tersebut diolah menjadi produk pangan olahan, nilai jualnya akan meningkat jauh lebih tinggi dibandingkan dijual tanpa pengolahan (Syahrul, et al., 2021). Berbeda halnya dengan Kelompok Tani Pincuran Tujuh, yang mampu memanfaatkan hasil kebunnya melalui pengolahan menjadi produk bernilai ekonomi lebih tinggi. Keterampilan petani dalam mengelola usahatani menjadi salah satu faktor penting dalam pengembangan usaha pertanian (Ernanda, Sumbari, & Khairad, 2023).

Kelompok Tani Pincuran Tujuh melakukan inovasi dengan mengolah cabai menjadi produk cabai goreng. Namun demikian, mereka masih menghadapi sejumlah hambatan seperti keterbatasan modal kerja, rendahnya kualitas sumber daya manusia, serta kurangnya penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi (Bonazzi & Zilber, 2014). Selain itu, kendala lain yang muncul berkaitan dengan prospek usaha yang belum jelas, serta perencanaan, visi, dan misi yang belum terarah (Rangkuti, 2014). Permasalahan tersebut timbul karena kegiatan pengolahan yang dilakukan masih berorientasi pada upaya meminimalkan kerugian produksi, bukan pada penguatan daya saing. Akibatnya, kelompok tani belum memiliki strategi pengembangan usaha yang terarah dan belum fokus dalam pelaksanaan kegiatan bisnisnya. Oleh karena itu, diperlukan strategi pengembangan yang tepat agar usaha dapat berjalan secara optimal. Salah satu pendekatan yang dapat diterapkan adalah *Business Model Canvas* (BMC).

Business Model Canvas dirancang untuk membantu pelaku bisnis dan wirausahawan pemula dalam memetakan serta menganalisis model bisnis yang mereka jalankan. Konsep ini menyederhanakan struktur bisnis yang kompleks menjadi satu lembar kanvas yang berisi rencana bisnis dengan sembilan elemen utama yang saling terintegrasi, mencakup analisis strategi secara internal maupun eksternal (Osterwalder & Pigneur, 2019).

Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi pengembangan usaha pengolahan cabai goreng oleh kelompok tani tersebut di Kabupaten Lima Puluh Kota. Dengan demikian, penelitian ini berfokus pada penyusunan strategi pengembangan usaha cabai goreng bagi

Kelompok Tani Pincuran Tujuh agar dapat meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usahanya di Kabupaten Lima Puluh Kota.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan pada Kelompok Tani Pincuran Tujuh yang berlokasi di Kabupaten Lima Puluh Kota. Pemilihan lokasi dilakukan secara sengaja (*purposive*) karena kelompok tani tersebut merupakan pelaku usaha yang mengolah produk cabai goreng.

Jenis penelitian yang diterapkan adalah studi kasus. Data yang digunakan terdiri dari dua jenis, yaitu data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui beberapa cara, yaitu:

1. Wawancara mendalam (*in-depth interview*), dengan mengajukan pertanyaan yang relevan kepada informan untuk memperoleh informasi terkait strategi pengembangan usaha kelompok tani.
2. Dokumentasi, yakni pengumpulan data melalui berbagai dokumen seperti laporan kegiatan, catatan pelaksanaan strategi pengembangan usaha, serta bentuk implementasi nyata dari model bisnis canvas.
3. Observasi langsung, yaitu pengamatan secara langsung terhadap aktivitas kelompok tani di lapangan di Kabupaten Lima Puluh Kota. Observasi ini bertujuan memperkuat hasil wawancara dan memperoleh data yang lebih akurat dan kontekstual (Farouk, 2003).

Fokus penelitian ini mencakup sembilan elemen utama Business Model Canvas, yaitu: *Customer Segment*, *Value Proposition*, *Channels*, *Customer Relationship*, *Revenue Stream*, *Key Resources*, *Key Activities*, *Key Partnership*, dan *Cost Structure*. Kesembilan elemen tersebut digunakan sebagai dasar dalam merumuskan strategi pengembangan usaha kelompok tani.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode BMC dengan memanfaatkan *Strength*, *weakness*, *opportunity*, dan *threats* (SWOT) dari Kelompok Tani Pincuran Tujuh yang diperoleh dari wawancara dengan ketua kelompok tani. Metode analisis SWOT digunakan dengan tujuan untuk membantu mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman, kemudian menentukan strategi berdasarkan faktor internal dan eksternal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Kekuatan dan Kelemahan

Identifikasi kekuatan merupakan kondisi kekuatan yang dimiliki kelompok tani dalam mengelola usaha cabai goreng. kekuatan yang dianalisis merupakan faktor yang terdapat di dalam usaha cabai goreng kelompok tani.

Identifikasi kelemahan yaitu kondisi kelemahan yang terdapat dalam usaha cabai goreng kelompok tani (Rangkuti, 2014). Kelemahan yang dianalisis merupakan faktor yang dimiliki oleh usaha cabai goreng kelompok tani.

Kekuatan Usaha Cabai Goreng Kelompok Tani Pincuran Tujuh (S)

1. Memiliki pelanggan yang sudah tersegmentasi dengan baik (*Customer Segment* /CS)
2. Kemasan aluminium foil (*Customer Segment* /CS)
3. Mengandung bahan alami (*Value Propositions* /VP)
4. Daya tahan produk hingga 3 bulan (*Value Propositions* /VP)
5. Hubungan dengan pelanggan yang baik (*Customer Relationship* /CR)
6. Bahan baku selalu tersedia (*Revenue Streams* /RS)
7. Adanya hubungan baik dengan pemerintah (*Key Partnerships* /KP)

8. Biaya operasional efisien (*cost structure* /CSt)

Kelemahan Usaha Cabai Goreng Kelompok Tani Pincuran Tujuh (W)

1. Belum optimal dalam pemenuhan permintaan pasar (*Customer Segment* /CS)
2. Belum memanfaatkan digital untuk promosi (*Channels* /CH)
3. Skala usaha masih relatif kecil (*Channels* /CH)
4. Alat produksi sederhana (*Key Resources* /KR)
5. Teknologi pengemasan secara manual menggunakan SDM (*Key Resources* /KR)
6. Aktivitas produksi yang masih sederhana (*Key Activites* /KA)
7. Belum terjalin hubungan mitra dengan agen pemasaran (*Key Partnerships* /KP)
8. Kurangnya media penyebaran informasi (*Channels* /CH)

Setelah mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan usaha cabai goreng pada kelompok tani Pincuran Tujuh, maka dapat dilihat rekapitulasi matriks IFAS pada tabel berikut :

Tabel 1. Matrik Internal Faktor Analysis Strategy (IFAS)

Kekuatan	Bobot	Rating	Score
1. Memiliki pelanggan yang sudah tersegmentasi dengan baik (CS)	0,01	4	0,04
2. Kemasan aluminium foil (CS)	0,15	3	0,45
3. Mengandung bahan alami (VP)	0,05	5	0,25
4. Daya tahan produk hingga 3 bulan (VP)	0,18	4	0,72
5. Hubungan dengan pelanggan yang baik (CR)	0,05	3	0,15
6. Bahan baku selalu tersedia (RS)	0,09	2	0,18
7. Adanya hubungan baik dengan pemerintah (KP)	0,05	5	0,25
8. Biaya operasional efisien (CSt)	0,01	1	0,01
Jumlah	0,59	27	2,05
Kelemahan			
1. Belum optimal dalam pemenuhan permintaan pasar (CS)	0,05	4	0,2
2. Belum memanfaatkan digital untuk promosi (CH)	0,16	5	0,8
3. Skala usaha masih relatif kecil (CH)	0,01	3	0,03
4. Alat produksi sederhana (KR)	0,05	4	0,2
5. Teknologi pengemasan secara manual menggunakan SDM (KR)	0,09	3	0,27
6. Aktivitas produksi yang masih sederhana (KA)	0,02	2	0,04
7. Belum terjalin hubungan mitra dengan agen pemasaran (KP)	0,01	4	0,04
8. Kurangnya media penyebaran informasi	0,02	4	0,08
Jumlah	0,41	29	1,66
TOTAL	1	56	3,71

Tabel diatas menunjukkan bahwa kekuatan terbesar usaha cabai goreng kelompok tani pincuran tujuh yaitu memiliki daya tahan produk hingga 3 bulan. Sedangkan kelemahan dari usaha ini yaitu belum mampu memanfaatkan teknologi digital sebagai media promosi yang dapat membantu menyebarkan informasi produk secara luas di masyarakat.

Analisis Peluang dan Ancaman

Identifikasi peluang yaitu kondisi peluang usaha kelompok tani berkembang di masa yang akan datang (Rangkuti, 2014). Kondisi yang terjadi merupakan peluang dari luar usaha cabai goreng kelompok tani. Identifikasi ancaman merupakan kondisi yang mengancam keberlangsungan usaha dari luar. Ancaman ini dapat mengganggu usaha produk cabai goreng.

Peluang Usaha Cabai Goreng Kelompok Tani Pincuran Tujuh (O)

1. Terbukanya segmen pelanggan baru (*Customer Segment / CS*)
2. Belum ada pesaing yang memproduksi produk sejenis (*Customer Segment / CS*)
3. Dapat meningkatkan pendapatan dengan meningkatkan kualitas produk (*Value Propositions / VP*)
4. Adanya sumber pendapatan kelompok tani seperti usahatani cabai (*Revenue Streams / RS*)
5. Ketua kelompok yang pernah mengikuti pelatihan dari pemerintah (*Key Resources / KR*)
6. Adanya peran fasilitator dari pemerintahan untuk mendapatkan bantuan (*Key Activites / KA*)
7. Terbukanya peluang untuk menjalin kemitraan dengan agen pemasaran yaitu biro perjalanan umroh (*Key Partnerships / KP*)
8. Disukai semua kalangan (*Customer Segment / CS*)

Ancaman Usaha Cabai Goreng Kelompok Tani Pincuran Tujuh (T)

1. Kondisi cuaca yang mempengaruhi bahan baku (*Revenue Streams / RS*)
2. Ketersediaan bahan baku yang rentan terserang penyakit (*Revenue Streams / RS*)
3. Kemasan produk yang masih rentan masuk angin (*Value Propositions / VP*)
4. Pelanggan yang masih belum tetap (*Customer Relationship / CR*)
5. Perusahaan lain yang sudah menggunakan teknologi yang lebih baik (*Key Resources / KR*)
6. Perusahaan terancam dengan adanya perusahaan sejenis dari luar daerah yang menggunakan teknologi dalam pemasarannya (*Key Activites / KA*)
7. Harga bahan baku yang berfluktuasi (*cost structure / CSt*)
8. Biaya yang tidak dapat diprediksi (*cost structure / CSt*)

Setelah mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan usaha cabai goreng pada kelompok tani Pincuran Tujuh, maka dapat dilihat rekapitulasi matriks IFAS pada tabel berikut :

Tabel 2. Matriks Eksternal Faktor Analysis Strategy (EFAS)

Peluang (O)		Bobot	Rating	Score
1.	Terbukanya segmen pelanggan baru (CS)	0,05	2	0,1
2.	Belum ada pesaing yang memproduksi produk sejenis (CS)	0,13	4	0,52
3.	Dapat meningkatkan pendapatan dengan meningkatkan kualitas produk (VP)	0,03	4	0,12
4.	Adanya sumber pendapatan kelompok tani seperti usahatani cabai RS)	0,04	3	0,12
5.	Ketua kelompok yang pernah mengikuti pelatihan dari pemerintah (KR)	0,05	4	0,2
6.	Adanya peran fasilitator dari pemerintahan untuk mendapatkan bantuan (KA)	0,06	5	0,3
7.	Terbukanya peluang untuk menjalin kemitraan dengan agen pemasaran yaitu biro perjalanan umroh (KP)	0,05	5	0,25
8.	Disukai semua kalangan	0,04	5	0,2
Jumlah		0,45	32	1,81
Ancaman (T)				
1.	Kondisi cuaca yang mempengaruhi bahan baku (RS)	0,03	1	0,03
2.	Ketersediaan bahan baku yang rentan terserang penyakit (RS)	0,05	2	0,1
3.	Kemasan produk yang masih rentan masuk angin (VP)	0,03	2	0,06
4.	Pelanggan yang masih belum tetap (CR)	0,16	4	0,64
5.	Perusahaan lain yang sudah menggunakan teknologi yang lebih baik (KR)	0,08	3	0,24

6. Perusahaan terancam dengan adanya perusahaan sejenis dari luar daerah yang menggunakan teknologi dalam pemasarannya (KA)	0,14	4	0,56
7. Harga bahan baku yang berfluktuasi CSt)	0,03	1	0,03
8. Biaya yang tidak dapat diprediksi (CSt)	0,03	3	0,09
Jumlah	0,55	20	1,72
TOTAL	1	52	3,53

Tabel diatas menjelaskan bahwa usaha cabai goreng kelompok tani pincuran tujuh memiliki peluang besar pada belum adanya pesaing sejenis yang mengusahakan usaha cabai goreng, namun terdapat beberapa produk yang juga menjadikan cabai sebagai bahan baku nya yaitu produk saos tomat dan saos samba. Sementara itu, ancaman terbesar usaha ini yaitu pelanggan usaha cabai goreng yang masih belum tetap.

Strategi Analisis SWOT

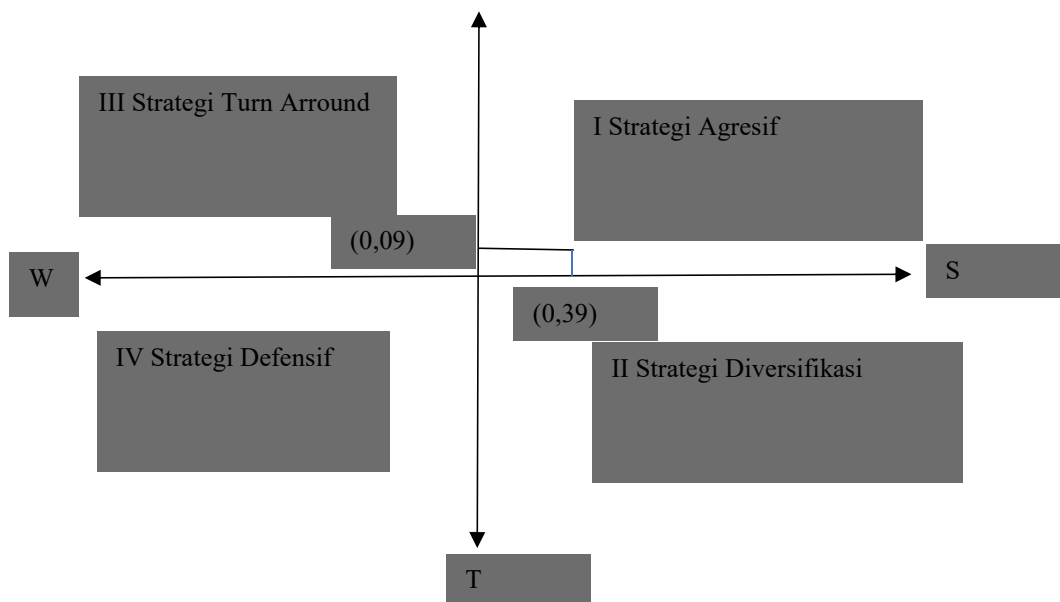
Selanjutnya strategi pengembangan usaha cabai goreng dilakukan melalui analisis SWOT, dengan cara mengkombinasikan aspek kelemahan, kekuatan, peluang, dan ancaman bagi setiap komponen bisnis model canvas (BMC). Pengkombinasian tersebut akan menghasilkan strategi yang dapat diterapkan pada *Business Model Canvas* (BMC)

Tabel 3. Matrik Penggabungan IFAS+EFAS

Kekuatan	Bobot	Rating	Score
1. Memiliki pelanggan yang sudah tersegmentasi dengan baik (CS)	0,01	4	0,04
2. Kemasan aluminium foil (CS)	0,15	3	0,45
3. Mengandung bahan alami (VP)	0,05	5	0,25
4. Daya tahan produk hingga 3 bulan (VP)	0,18	4	0,72
5. Hubungan dengan pelanggan yang baik (CR)	0,05	3	0,15
6. Bahan baku selalu tersedia (RS)	0,09	2	0,18
7. Adanya hubungan baik dengan pemerintah (KP)	0,05	5	0,25
8. Biaya operasional efisien (CSt)	0,01	1	0,01
Jumlah	0,59	27	2,05
Kelemahan			
1. Belum optimal dalam pemenuhan permintaan pasar (CS)	0,05	4	0,2
2. Belum memanfaatkan digital untuk promosi (CH)	0,16	5	0,8
3. Skala usaha masih relatif kecil (CH)	0,01	3	0,03
4. Alat produksi sederhana (KR)	0,05	4	0,2
5. Teknologi pengemasan secara manual menggunakan SDM (KR)	0,09	3	0,27
6. Aktivitas produksi yang masih sederhana (KA)	0,02	2	0,04
7. Belum terjalin hubungan mitra dengan agen pemasaran (KP)	0,01	4	0,04
8. Kurangnya media penyebaran informasi	0,02	4	0,08
Jumlah	0,41	29	1,66
Selisih Total Kekuatan - Kelemahan	1	56	0,39
Peluang (O)	Bobot	Rating	Score
1. Terbukanya segmen pelanggan baru (CS)	0,05	2	0,1
2. Belum ada pesaing yang memproduksi produk sejenis (CS)	0,13	4	0,52
3. Dapar meningkatkan pendapatan dengan meningkatkan kualitas produk (VP)	0,03	4	0,12
4. Adanya sumber pendapatan kelompok tani seperti usahatani cabai RS)	0,04	3	0,12
5. Ketua kelompok yang pernah mengikuti pelatihan dari pemerintah (KR)	0,05	4	0,2

6. Adanya peran fasilitator dari pemerintahan untuk mendapatkan bantuan (KA)	0,06	5	0,3
7. Terbukanya peluang untuk menjalin kemitraan dengan agen pemasaran yaitu biro perjalanan umroh (KP)	0,05	5	0,25
8. Disukai semua kalangan	0,04	5	0,2
Jumlah	0,45	32	1,81
Ancaman (T)			
1. Kondisi cuaca yang mempengaruhi bahan baku (RS)	0,03	1	0,03
2. Ketersediaan bahan baku yang rentan terserang penyakit (RS)	0,05	2	0,1
3. Kemasan produk yang masih rentan masuk angin (VP)	0,03	2	0,06
4. Pelanggan yang masih belum tetap (CR)	0,16	4	0,64
5. Perusahaan lain yang sudah menggunakan teknologi yang lebih baik (KR)	0,08	3	0,24
6. Perusahaan terancam dengan adanya perusahaan sejenis dari luar daerah yang menggunakan teknologi dalam pemasarannya (KA)	0,14	4	0,56
7. Harga bahan baku yang berfluktuasi CSt)	0,03	1	0,03
8. Biaya yang tidak dapat diprediksi (CSt)	0,03	3	0,09
Jumlah	0,55	20	1,72
Selisih Total Kekuatan - Kelemahan	1	52	0,09

Dari tabel di atas dapat dianalisis posisi strategi pengembangan usaha cabai goreng Kelompok Tani Pincuran Tujuh yaitu nilai $X > 0$ yaitu 0,09, dan nilai $Y > 0$ yaitu 0,39. Posisi koordinatnya dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 1. Matrik Posisi SWOT

Dari gambar di atas dapat dilihat bahwa strategi yang secara umum dapat dilakukan untuk pengembangan usaha cabai goreng Kelompok Tani Pincuran Tujuh yaitu dengan menggunakan strategi Agresif, yaitu strategi yang harus mendukung usaha untuk dapat terus meningkatkan kekuatan serta peluang yang ada untuk terus berkembang. Analisis SWOT mengkombinasikan antara peluang dengan kekuatan (SO), peluang dengan kelemahan (WO), kekuatan dengan ancaman (ST), dan kelemahan dan ancaman (WT). hasil analisis data dapat diperoleh strategi sebagai berikut :

Tabel 4. Tabel Matrik SWOT Usaha Cabai Goreng Kelompok Tani Pincuran Tujuh

<p>Faktor Internal</p> <p>Faktor Eksternal</p>	<p>Kekuatan (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki pelanggan yang sudah tersegmentasi dengan baik (CS) 2. Kemasan aluminium foil (CS) 3. Mengandung bahan alami (VP) 4. Daya tahan produk hingga 3 bulan (VP) 5. Hubungan dengan pelanggan yang baik (CR) 6. Bahan baku selalu tersedia (RS) 7. Adanya hubungan baik dengan pemerintah (KP) 8. Biaya operasional efisien (CSt) 	<p>Kelemahan (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Belum optimal dalam pemenuhan permintaan pasar (CS) 2. Belum memanfaatkan digital untuk promosi (CH) 3. Skala usaha masih relatif kecil (CH) 4. Alat produksi sederhana (KR) 5. Teknologi pengemasan secara manual menggunakan SDM (KR) 6. Aktivitas produksi yang masih sederhana (KA) 7. Belum terjalin hubungan mitra dengan agen pemasaran (KP) 8. Kurangnya media penyebaran informasi
<p>Peluang (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Terbukanya segmen pelanggan baru (CS) 2. Belum ada pesaing yang memproduksi produk sejenis (CS) 3. Dapat meningkatkan pendapatan dengan meningkatkan kualitas produk (VP) 4. Adanya sumber pendapatan kelompok tani seperti usahatani cabai RS) 5. Ketua kelompok yang pernah mengikuti pelatihan dari pemerintah (KR) 6. Adanya peran fasilitator dari pemerintahan untuk mendapatkan bantuan (KA) 7. Terbukanya peluang untuk menjalin kemitraan dengan agen pemasaran yaitu biro perjalanan umroh (KP) 8. Disukai semua kalangan (CS) 	<p>Strategi S-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Perluas pangsa pasar 2. Meningkatkan desain kemasan untuk menarik pelanggan 3. Meningkatkan sama simpan produk 4. Mempertahankan hubungan baik dengan pemerintah agar dapat mengikuti pelatihan 5. Meningkatkan kualitas bahan baku agar dapat meningkatkan kualitas produk 6. Meningkatkan kerjasama kelompok tani 	<p>Strategi W-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan produksi dengan menggunakan teknologi agar dapat memenuhi kebutuhan pasar 2. Pemanfaatan penggunaan teknologi dan promosi produk 3. Mempejalari sistem penjualan online 4. Menambah mitra dengan biro haji dan umroh
<p>Ancaman (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kondisi cuaca yang mempengaruhi bahan baku (RS) 2. Ketersediaan bahan baku yang rentan terserang penyakit (RS) 3. Kemasan produk yang masih rentan masuk angin (VP) 4. Pelanggan yang masih belum tetap (CR) 5. Perusahaan lain yang sudah menggunakan teknologi yang lebih baik (KR) 6. Perusahaan terancam dengan adanya perusahaan sejenis dari luar daerah yang menggunakan teknologi dalam pemasarannya (KA) 7. Harga bahan baku yang berfluktuasi CSt) 8. Biaya yang tidak dapat diprediksi (CSt) 	<p>Strategi S-T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menggunakan sosial media untuk menarik pelanggan 2. Memperhatikan harga jual agar lebih terjangkau 3. Mengembangkan produk 	<p>Strategi W-T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memperbaiki desain kemasan agar menarik 2. Memperbaiki pengemasan dengan menggunakan teknologi 3. Menambah variasi jenis tampilan kemasan 4. Mengikuti pelatihan untuk pemanfaatan teknologi

Penerapan Strategi dalam Business Model Canvas

Penerapan strategi dapat dilakukan pada masing-masing elemen bisnis model canvas.

1. Customer Segmen

Pada elemen ini kelompok tani dapat menerapkan strategi S-O 1 dalam mengoptimalkan pangsa pasar yang akan dituju. Kelompok tani sudah memiliki pelanggan yang akan dituju, namun masih seputar anak kosan dan masyarakat sekitar yang ingin pergi haji atau umroh. Dengan memperluas pangsa pasar, maka akan dapat membantu meningkatkan penjualan usaha cabai goreng ini.

2. Value propositions

Pada elemen ini kelompok tani memiliki kekuatan dimana kemasan yang sudah dimiliki terbuat dari aluminium foil, namun masih dengan desain yang biasa, sehingga diperlukan strategi S-O 2 yaitu meningkatkan desain kemasan yang dapat menarik pelanggan untuk membeli produk. Selain itu juga diperlukan strategi W-T yaitu dengan menambah variasi jenis tampilan kemasan sesuai dengan jenis rasa cabai yang dihasilkan.

3. Channels

Kelemahan yang dimiliki kelompok tani yaitu masih memiliki skala usaha yang kecil dan kurangnya media penyebaran informasi. Namun, permasalahan tersebut dapat diselesaikan dengan strategi W-O 3 yaitu dengan cara mempelajari sistem penjualan online yang sedang marak dilakukan pengusaha saat ini, dengan mempelajarinya akan membantu kelompok tani dalam penyebaran informasi dan dapat terintegrasi. Selain itu diperlukan juga bagi kelompok tani untuk mengikuti pelatihan untuk pemanfaatan teknologi baik untuk pemasaran ataupun promosi agar usaha dapat meminimalisir biaya dalam pemasaran yang terdapat dalam strategi W-T 4.

4. Customer Relationships

Ancaman yang dapat mengganggu keberlangsungan usaha kelompok tani ialah pelanggan yang masih belum tetap serta adanya perusahaan lain dari luar yang sudah menggunakan teknologi yang lebih baik, sehingga diperlukan strategi S-T 1 yaitu penggunaan sosial media yang dapat menarik pelanggan dan menciptakan hubungan yang baik dengan pelanggan. Selain itu juga dapat menjadi wadah penyaluran informasi bagi pelanggan.

5. Revenue Streams

Agar dapat meningkatkan arus pendapatan usaha, dapat diterapkan strategi S-T 2 yaitu memperhatikan harga jual produk agar lebih terjangkau. Agar menarik konsumen dan dapat meningkatkan penerimaan usaha kelompok tani.

6. Key Resources

Pada elemen ini sumberdaya dapat berperan langsung terhadap keberlangsungan usaha. Kualitas sumberdaya sangat menentukan aktivitas produksi, jika kualitas sumberdaya meningkat maka akan membantu kelompok dalam pemenuhan permintaan pasar. Strategi yang dapat dilakukan untuk membantu meningkatkan kualitas sumberdaya yaitu dengan mengikuti strategi S-O 4 yaitu mempertahankan dan meningkatkan hubungan baik dengan pemerintah sebagai fasilitator dalam setiap kegiatan pelatihan, sehingga anggota kelompok tani dapat meningkatkan kualitas sumber dayanya dengan mengikuti kegiatan pelatihan yang diadakan oleh pemerintah.

7. Key Activities

Komponen aktivitas kunci memiliki kelemahan yaitu teknologi yang masih manual sehingga diperlukan strategi W-O 1 yaitu meningkatkan produksi dengan menggunakan teknologi agar dapat memenuhi kebutuhan pasar. Selanjutnya dapat dilakukan juga dengan menerapkan strategi S-O 5 yaitu meningkatkan masa simpan produk dengan menggunakan teknologi yang dapat mengurangi kandungan udara

yang berlebih di dalam kemasan, hal tersebut dilakukan agar produk dapat tahan lebih lama. Kelompok dapat mengembangkan produk dengan berbagai jenis variasi produk dan juga meningkatkan kualitas bahan baku agar dapat menghasilkan produk yang juga berkualitas.

8. *Key Partnership*

elemen ini menggambarkan hubungan kelompok tani dengan mitra agar kegiatan usaha dapat berjalan dengan lancar. Maka dibutuhkan strategi alternatif untuk menambah kemitraan kelompok tani, yaitu dengan menggunakan strategi S-O 6 dengan cara meningkatkan kerjasama petani baik dengan pemerintah ataupun dengan pihak swasta, selain itu juga dibutuhkan strategi W-O 4 agar petani dapat meningkatkan penjualan yaitu dengan menambah kemitraan dengan biro perjalanan haji atau umroh..

9. *Cost Structure*

Penerapan strategi alternatif merupakan perbaikan dalam strategi pengembangan usaha cabai goreng yang dijalankan kelompok tani, sehingga kegiatan tersebut memerlukan biaya yang harus dikeluarkan untuk mendukung jalannya strategi alternatif tersebut. Strategi alternatif yang dapat dilakukan adalah dengan menerapkan strategi W-T 2 yaitu memperbaiki proses pengemasan dengan menggunakan teknologi agar dapat menghasilkan produk yang memiliki daya tahan yang lebih lama. Hal ini dikarenakan kelompok tani masih melakukan pengemasan secara manual. Sehingga adanya ancaman dari perusahaan lain yang masuk ke dalam yang sudah menggunakan teknologi dalam pengemasannya.

PENUTUP

Strategi yang direkomendasikan berdasarkan kombinasi SWOT antara lain Strategi S–O (Strength–Opportunity): memperluas pangsa pasar, memperbaiki desain kemasan, meningkatkan kualitas dan daya simpan produk, memperkuat kerja sama dengan pemerintah, serta mengembangkan kemitraan dengan berbagai pihak. strategi W–O (Weakness–Opportunity): memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan kapasitas produksi dan promosi digital, belajar sistem penjualan daring, serta menjalin kemitraan baru dengan biro perjalanan umroh., Strategi S–T (Strength–Threat): memanfaatkan media sosial untuk mempertahankan pelanggan dan memperluas pasar, mengatur harga agar tetap kompetitif, serta melakukan inovasi produk., Strategi W–T (Weakness–Threat): memperbaiki kemasan dengan teknologi modern, menambah variasi desain kemasan, dan meningkatkan kemampuan anggota kelompok melalui pelatihan teknologi. Penerapan strategi tersebut dapat diintegrasikan ke dalam sembilan elemen *Business Model Canvas* (BMC), meliputi aspek segmen pelanggan, proposisi nilai, saluran distribusi, hubungan pelanggan, sumber pendapatan, sumber daya utama, aktivitas utama, kemitraan utama, dan struktur biaya. Melalui penerapan strategi berbasis BMC, Kelompok Tani Pincuran Tujuh diharapkan mampu memperluas pasar, meningkatkan daya saing produk, memperkuat kapasitas produksi, serta menciptakan usaha yang berkelanjutan dan berorientasi pada peningkatan kesejahteraan petani.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Bonazzi, F. L. Z., dan Zilber, M. A. 2014. Innovation and Business Model: a case study about integration of Innovation Funnel and Business Model Canvas. *Review of Business Management*. 16. No. 53 (616–637).
- Ernanda, Revi. Sumbari, Chika. Khairad, Fastabiqu. 2023. Characteristics Of Individual And Entrepreneurial Behavior Of Oyster Mushroom Farmers In Payakumbuh City. *MORFAI Journal*. Vol 2. No. 4 (694-700)
- Farouk, Muhammad. 2003. *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta : PTIK Press.
- Osterwalder, A. Dan Pigneur, Y. 2019. *Business Model Generation* , PT. Elex media Komputindo
- Rangkuti F. 2013. *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. 2014. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sa'id EG, Intan A. 2001. *Manajemen Agribisnis*. Jakarta (ID): Penerbit Ghalia Indonesia.
- Syahrul Rahmat, Muhammad Ikhsanudin, Rizky Diani, Yuda Febrianda Kusuma, Suadah, PutriAyu Ningrum, Afrianti, Indra Prasetya, Nuwike Indah Sari, Faina, Nurul Annisa. 2021. Pengolahan Hasil Pertanian dalam Upaya Peningkatan Perekonomian Petani di Kabupaten Bintan. *JPPM Kepri, Jurnal pengabdian dan pemberdayaan masyarakat kepulauan riau*. Vol 1. No 2 (155-167)