
**Analisis *Business Model Canvas* (Bmc)
di CV Wahyu Tani Putra Kabupaten Purworejo**

Dyah Panuntun Utami^{1*}, Dewi Sekar Kastuboratri²
Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian
Universitas Muhammadiyah Purworejo
Email: dyahpanuntunutami@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui model bisnis yang dilakukan CV Wahyu Tani Putra menggunakan *Business Model Canvas* (BMC). Penelitian menggunakan metode kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara mendalam, observasi, dokumentasi dan studi pustaka. Penentuan sampel penelitian menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah informan kunci 3 orang yaitu pemilik, bagian pemasaran dan bagian produksi CV Wahyu Tani Putra. Hasil penelitian menunjukkan bahwa CV Wahyu Tani Putra memiliki *value proposition* bibit berasal dari pohon induk jelas, pelayanan prima dan bibit bersertifikat. *Customer segment* adalah instansi pertanian dibawah Kementrian Pertanian RI dan konsumen akhir. *Customer relationship* dengan memberikan bonus, garansi dan keuntungan ketika membeli bibit langsung kebun. *Channel* yang digunakan adalah whatsapp, Instagram, youtube, toko pedia, website, facebook dan penjualan di lokasi pembibitan. *Key activities* yang dilakukan adalah pembelian bahan baku, memproduksi bibit, *quality control*, perawatan berkala, promosi dan penjualan. *Key partners* adalah pemasok bahan baku, pemasok media tanam, penggilingan padi, toko pertanian, BPSB Jawa Tengah, CV Mitra Bibit dan CV Tata Lestari. *Key resources* adalah peralatan, lahan, tempat penjualan bibit, tenaga kerja yang terampil, dan pohon induk sebagai sumber entres, sertifikasi dari BPSB Jawa Tengah, logo dan brand. *Cost structure* terdiri dari sewa tempat usaha, gaji tenaga kerja, pajak, biaya pembelian pupuk, pestisida dan media tanam. *Revenue streams* berasal dari penjualan bibit tanaman hortikultura.

Kata Kunci: business model canvas; bibit hortikultura

ABSTRACT

This research aims to determine the business model carried out by CV Wahyu Tani Putra using the Business Model Canvas (BMC). Research uses qualitative methods. Data collection techniques use in-depth interviews, observation, documentation and literature study. Determining the research sample used purposive sampling with 3 key informants, namely the owner, marketing department and production department of CV Wahyu Tani Putra. The research results show that CV Wahyu Tani Putra has a value proposition of seeds originating from clear parent trees, excellent service and certified seeds. Customer segments

are agricultural agencies under the Indonesian Ministry of Agriculture and final consumers. Customer relationship by providing bonuses, guarantees and benefits when buying seeds directly from the garden. The channels used are WhatsApp, Instagram, YouTube, Tokopedia, website, Facebook and sales at nursery locations. Key activities carried out are purchasing raw materials, producing seeds, quality control, periodic maintenance, promotion and sales. Key partners are raw material suppliers, planting media suppliers, rice mills, agricultural shops, BPSB Central Java, CV Mitra Bibit and CV Tata Lestari. Key resources are equipment, land, a place to sell seeds, skilled labor, and mother trees as a source of scion, certification from BPSB Central Java, logo and brand. The cost structure consists of rent for business premises, labor salaries, taxes, costs for purchasing fertilizers, pesticides and planting media. Revenue streams come from the sale of horticultural plant seeds.

Keywords: business model canvas; bibit hortikultura

I. PENDAHULUAN

Produk hortikultura memiliki beberapa keunggulan baik nilai jual yang tinggi, keragaman jenis, dan serapan pasar dalam dan luar negeri yang terus mengalami peningkatan permintaan baik dalam bentuk segar maupun olahan (Chan, 2021). Hortikultura adalah segala hal yang berkaitan dengan buah, sayuran, bahan obat nabati, dan florikultura, termasuk di dalamnya jamur, lumut dan tanaman air yang berfungsi sebagai sayuran, bahan obat nabati, dan/atau bahan estetika (UU Nomor 13 Tahun 2010). Permintaan yang tinggi dari produk hortikultura, terutama buah-buahan merupakan peluang bisnis bagi perusahaan yang bergerak dalam industri pembibitan. Peluang bisnis pembibitan tanaman hortikultura di Indonesia sangat besar, karena dukungan sumber daya alam maupun sumber daya manusia yang memadai.

Perusahaan pembibitan banyak terdapat di berbagai daerah, dan salah satunya adalah kabupaten Purworejo. Sentra pembibitan di kabupaten Purworejo adalah kecamatan Kemiri. Salah satu perusahaan pembibitan yang cukup besar di kecamatan Kemiri adalah CV Wahyu Tani Putra. Perusahaan ini berdiri sejak tahun 2008 dan memproduksi bibit bersertifikat. Adapun jenis bibit yang diproduksi jeruk, kelengkeng, durian, manggis, alpukat, mangga dan jambu.

Strategi pemasaran CV Wahyu Tani Putra dilakukan secara offline dan online. Namun pemasaran secara offline lebih menguntungkan karena pembeli

lebih memilih membeli langsung ke kebun, dengan alasan dapat memilih bibit secara langsung, serta harga lebih murah. Dalam menjalankan bisnis pembibitan tanaman hortikultura, terutama tanaman buah-buahan yang merupakan tanaman tahunan memerlukan strategi bisnis yang berbeda. Sebagaimana diketahui bahwa bibit tanaman memiliki karakteristik khusus, yaitu merupakan tanaman hidup dan memerlukan perawatan agar memiliki kualitas yang baik. Strategi bisnis menjadi kunci keberhasilan perusahaan pembibitan.

CV Wahyu Tani Putra dalam menjalankan usaha perlu menerapkan model bisnis yang tepat, untuk mendukung keberhasilan bisnis. Saat ini CV Wahyu Tani Putra dalam menjalankan usahanya berdasarkan perkiraan dan data permintaan bibit yang sedang *booming* (atau trend). Jenis bibit yang sedang trend atau permintaan tinggi maka CV Wahyu Tani Putra akan memproduksi dalam jumlah banyak. Strategi tersebut akan menjadi masalah apabila jenis tanaman yang sedang *booming* sudah menurun permintaannya. Hal tersebut akan berdampak pada penurunan omset dan keuntungan. Oleh karena itu, diperlukan model bisnis untuk mengembangkan kegiatan bisnisnya. Model bisnis dibutuhkan dalam mengidentifikasi fitur-fitur ekonomi pasar yaitu pilihan pelanggan, biaya transaksi, heterogenitas diantara pelanggan dan produsen, dan persaingan (Teece *dalam* Wijaya & Indriyani, 2016).

Kajian ini akan menganalisis model bisnis yang dijalankan CV Wahyu Tani Putra menggunakan *Business Model Canvas* (BMC). Analisis menggunakan *Business Model Canvas* (BMC) dinilai efektif karena dijelaskan secara menyeluruh baik dari segi pemasaran, sumber daya manusia, keuangan, sampai dengan nilai atau produk yang ditawarkan. Pelaku usaha lebih mudah menentukan arah bergerak perusahaan serta mengetahui keunggulan bersaing pada bisnis yang sedang dijalankan (Suharti *dalam* Wijaya dan Indriyani, 2016).

BMC membantu pelaku usaha melihat lebih akurat rupa usaha yang sedang dijalankan, dengan mengubah konsep bisnis yang rumit menjadi sederhana yang di tampilkan pada suatu lembar kanvas berisi rencana bisnis dengan sembilan elemen kunci yang terintegritasi (Novia et al., 2022). BMC mengijinkan bisnis untuk memahami bagaimana setiap komponen berhubungan satu sama lain dalam jangka

fungsi, aktivitas, dan proses berjalannya bisnis tersebut (Ammanullah et al., 2015 dalam Wijaya & Indriyani, 2016). Selanjutnya, pemilik usaha akan mengetahui bagan visual elemen-elemen penting bisnis sehingga memiliki gambaran tentang nilai perusahaan, produk, infrastruktur, pelanggan, dan keuangan (Saptaria, et al., 2022).

BMC sebagai strategi bersaing dapat digunakan untuk menyusun perencanaan bisnis. BMC dapat diterapkan untuk menciptakan alternatif strategi bisnis di dalam pengembangan kegiatan UMKM (Prasetyo, Baga, & Yuliati, 2018). Berdasarkan uraian tersebut maka CV Wahyu Tani Putra dengan menggunakan BMC akan mengetahui sembilan elemen utama bisnis pembibitan tanaman hortikultura yang dijalankan. Sembilan elemen tersebut akan menggambarkan kinerja CV Wahyu Tani Putra, sehingga akan diketahui elemen yang memiliki kinerja bagus dan kurang bagus. Selanjutnya dengan hasil analisis ini dapat digunakan CV Wahyu Tani Putra untuk mengoptimalkan kinerja masing-masing elemen agar bisnis semakin berkembang.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, yaitu suatu metode penelitian yang dimaksudkan untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya pelaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain secara holistic dan dengan cara deskriptif dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah (Moelong, 2014). Teknik pengumpulan data menggunakan teknik wawancara mendalam, observasi, dokumentasi dan studi pustaka. Wawancara mendalam merupakan cara pengumpulan data dengan tatap muka secara langsung dengan informan yang bisa dilakukan secara intensif dan berulang-ulang (Bungin, 2004). Teknik penentuan informan menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan informan berdasarkan pertimbangan subyektif peneliti (Sugiyono, 2012). Sampel yang menjadi informan kunci adalah pemilik, bagian pemasaran dan bagian produksi CV Wahyu Tani Putra.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

<i>Key Partners</i>	<i>Key Activities</i>	<i>Value Propositions</i>	<i>Customer Relationship</i>	<i>Customer Segments</i>
<ol style="list-style-type: none"> Pemasok Bahan Baku Pemasok Media Tanam Penggilingan Padi Langgeng Jaya Penggilingan Padi Ngudi Rahayu Toko Pertanian DK Tani Toko Pertanian Nasir Tani Toko Pertanian Bintang Tani BPSB Jawa Tengah CV Mitra Bibit CV Tata Lestari Dinas Pertanian Kabupaten Purworejo Dinas Pertanian Provinsi Jawa Tengah BBTPH Wilayah Semarang BBTPH Surakarta BBTPH Banyumas 	<ol style="list-style-type: none"> Pembelian bahan baku Memproduksi bibit <i>Quality control</i> Perawatan berkala Promosi Penjualan 	<ol style="list-style-type: none"> Bibit dengan <i>varietas</i> yang jelas Pelayanan prima terhadap pelanggan Sertifikasi bibit CV Wahyu Tani Putra 	<ol style="list-style-type: none"> Pemberian bonus Pemberian garansi produk Keuntungan pembelian secara langsung 	<ol style="list-style-type: none"> Intansi Pertanian dibawah Kementan RI Konsumen akhir
			<p><i>Channels</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <i>WhatsApp</i>: 082220647400 <i>Instagram</i>: @wahyutaniputra <i>Youtube</i>: CV Wahyu Tani Putra <i>Toko Pedia</i>: CV Wahyu Tani Putra <i>Web</i>: www.wahyutaniputra <i>Facebook</i>: CV Wahyu Tani Putra Penjualan secara langsung 	
<p><i>Cost Structure</i></p> <p>Biaya Tetap</p> <ol style="list-style-type: none"> Pajak Sewa tempat usaha Gaji karyawan <p>Biaya <i>Variabel</i></p> <ol style="list-style-type: none"> Biaya pupuk Biaya obat-obatan Biaya media tanam tanah Biaya arang sekam 		<p><i>Revenue Streams</i></p> <p>Penjualan bibit buah-buahan</p>		

Sumber: Analisis Data Primer (2024)

1. *Key Partners*

Key partners merupakan semua pihak yang bekerja sama dengan CV Wahyu Tani Putra dalam bisnis pembibitan. Mitra tersebut adalah pemasok bahan baku (biji buah-buahan untuk memproduksi *seedling* atau batang bawah untuk okulasi), pemasok media tanam, penggilingan padi sebagai pemasok sekam, toko pertanian sebagai penyedia obat pertanian, pupuk, *polybag*, dan berbagai perlengkapan alat penunjang produksi, Balai Pengawasan dan Sertifikasi Benih Jawa Tengah sebagai pengawas peredaran bibit, uji *varietas* dan evaluasi terhadap pelaksanaan pembibitan di CV Wahyu Tani Putra. CV Mitra Bibit dan CV Tata Lestari sebagai penyedia indukan tanaman jeruk, kelengkeng, durian dan jambu kristal yang tidak dimiliki CV Wahyu Tani Putra. CV Mitra Bibit dan CV Tata Lestari juga sebagai mitra dalam pengadaan bibit dalam jumlah besar ketika CV Wahyu Tani Putra mendapatkan proyek besar. Instansi pemerintah yang menjadi mitra adalah Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian Kabupaten Purworejo, Dinas Pertanian dan Perkebunan Provinsi Jawa Tengah, Balai Benih

Tanaman Pangan dan Hortikultura (BBTPH) Semarang, BBTPH Surakarta, dan BBTPH Banyumas.

2. *Key Activities*

Kegiatan utama yang dilakukan CV Wahyu Tani Putra yaitu pembelian bahan baku, memproduksi bibit, *quality control* dan perawatan berkala, penyiangan, pemupukan, penyemprotan dan uji kelayakan bibit yang sesuai dengan permintaan konsumen. Kegiatan selanjutnya yaitu promosi melalui media *whatsapp*: 082220647400, *Instagram*: @wahyutaniputra, *youtube*: CV. Wahyu Tani Putra, *Tokopedia*: CV Wahyu Tani Putra, *web*: www.wahyutaniputra.com, *facebook*: CV Wahyu Tani Putra dan penjualan secara langsung.

3. *Value Proposition*

Value Proposition adalah aspek dorongan tertentu agar konsumen memilih produk dibandingkan produk kompetitor (Osterwalder dan Pigneur, 2014). *Value Proposition* dari CV Wahyu Tani Putra adalah:

- a. Bibit berasal dari pohon induk yang jelas
- b. Pelayanan prima kepada pelanggan
- c. Bibit bersertifikat unggul

4. *Customer Relationship*

Untuk membangun loyalitas pelanggan CV Wahyu Tani Putra memberikan bonus, garansi dan keuntungan ketika membeli bibit langsung ke lokasi pembibitan. Bonus berupa pengiriman gratis kepada konsumen yang baru membeli pertama kali di CV Wahyu Tani Putra dengan syarat membeli minimal 20-30 bibit dan daerah pengiriman kecamatan Kemiri. Keuntungan konsumen melakukan pembelian bibit secara langsung ke kebun adalah negosiasi harga sehingga konsumen bisa mendapatkan harga lebih murah.

5. *Customer Segments*

- a. Instansi pertanian dibawah Kementrian Pertanian RI adalah pihak yang berperan dalam penyaluran bibit sekala Nasional diantaranya yaitu Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian Kabupaten Purworejo, Dinas Pertanian dan Perkebunan Provinsi Jawa Tengah, Balai Benih Tanaman Pangan dan

Hortikultura (BBTPH), Balai Pengawasan Tanaman Pangan dan Hortikultura (BPTPH), Kebun Benih Hortikultura (KBH).

- b. Konsumen akhir adalah masyarakat umum yang membeli bibit untuk kepentingan perseorangan maupun kepentingan kelompok, seperti masyarakat umum dan kelompok tani.

6. *Channels*

Channel merupakan sarana yang digunakan CV Wahyu Tani Putra untuk memperkenalkan dan mempromosikan produk bibit dengan menggunakan media sosial.

Tabel 1. Media Sosial CV Wahyu Tani Putra

No	Jenis Media	Nama Channel
1.	<i>WhatsApp</i>	082220647400
2.	<i>Instagram</i>	@wahyutaniputra
3.	<i>Youtube</i>	CV.Wahyu Tani Putra
4.	<i>Toko Pedia</i>	CV Wahyu Tani Putra
5.	<i>Web</i>	www.wahyutaniputra.com
6.	<i>Facebook</i>	CV Wahyu Tani Putra
7.	Penjualan secara langsung	Lapak CV Wahyu Tani Putra

Sumber: CV Wahyu Tani Putra (2024)

7. *Cost Structure*

Biaya yang dibutuhkan untuk menjalankan kegiatan usaha CV Wahyu Tani Putra terdiri dari biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap meliputi sewa tempat usaha, gaji tenaga kerja, dan pajak. CV Wahyu Tani Putra menyewa dua tempat yaitu sawah dan lahan. Sawah digunakan untuk produksi bibit kelengkeng dan lahan digunakan untuk tempat pemasaran karena lokasinya strategis dekat dengan jalan raya.

Biaya variabel meliputi biaya pupuk kandang, pupuk Urea, TSP, ZA, NPK Phonska Plus 15-15-15. Biaya pembelian pestisida meliputi Curacorn, Decis, Fostin dan kapur dolomit. Biaya variabel selanjutnya adalah biaya pembelian media tanam tanah dan arang sekam.

8. *Revenue Streams*

Aliran pendapatan CV Wahyu Tani Putra berasal dari penjualan bibit tanaman jeruk, kelengkeng, durian, alpukat, dan rambutan binjai. Berikut adalah pendapatan CV Wahyu Tani Putra pada tahun 2023.

Tabel 2. Pendapatan CV Wahyu Tani Putra Pada Tahun 2023

No	Jenis Bibit	Total Penjualan (Batang)	Harga / Batang (Rp)	Pendapatan (Rp)
1	Jeruk	20.000	8000	160.000.000
2	Kelengkeng	75.000	16.000	1.200.000.000
3	Durian	25.000	17.000	425.000.000
4	Alpukat	10.000	15.000	150.000.000
5	Jambu Kristal	-	-	-
6	Rambutan Binjai	2000	25.000	50.000.000
Total				1.985.000.000

Sumber: Analisis Data Primer 2024

9. Key Resources

Sumber daya yang dimiliki CV Wahyu Tani Putra meliputi sumber daya fisik dan non fisik. Sumber daya fisik terdiri dari peralatan untuk proses pembibitan, lahan untuk pembibitan, tempat untuk penjualan bibit, tenaga kerja yang terampil sebanyak 15 orang, dan pohon induk sebagai sumber entres. Terdapat 4 blok yang terdiri dari 1 blok induk untuk memproduksi bibit alpukat dan kelengkeng. Blok induk 2 memproduksi bibit durian, alpukat dan kelengkeng. Blok induk 3 untuk memproduksi bibit kelengkeng dan durian. Blok induk 4 untuk memproduksi bibit jeruk. Sumber daya non fisik terdiri dari sertifikasi dari BPSB Jawa Tengah, logo dan brand CV Wahyu Tani Putra. Berikut adalah logo CV Wahyu Tani Putra.



Gambar 1. Logo CV Wahyu Tani Putra

IV. PENUTUP

CV Wahyu Tani Putra dalam menjalankan bisnis pembibitan sudah dilaksanakan dengan baik. Sembilan elemen dalam *Business Model Canvas* (BMC) sudah terisi, walaupun ada beberapa elemen yang bisa ditingkatkan lagi kinerjanya.

Elemen yang bisa ditingkatkan kinerjanya adalah *channel* terutama dalam pengelolaan media sosial untuk promosi dan penjualan. CV Wahyu Tani Putra masih memaksimalkan penjualan secara *offline*. Sementara CV Wahyu tani Putra memiliki media sosial cukup banyak, bahkan telah memasuki marketplace di Toko Pedia. *Customer segment* masih bisa diperluas lagi dengan menambah jangkauan wilayah pemasaran. Dengan *value proposition* bibit bersertifikat unggul dan sumber pohon indukan yang jelas merupakan kekuatan yang dapat digunakan untuk memaksimalkan promosi dan perluasan pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- Bungin, B. (2004). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Chan, S.R.O.S., 2021. Industri Perbenihan Dan Pembibitan Tanaman Hortikultura Di Indonesia : Kondisi Terkini Dan Peluang Bisnis. *Jurnal Hortuscoler Volume 2 Nomor 1* Halaman 26-31
<https://jurnalpolitanipky.ac.id/index.php/JH/article/view/390>
- Moelong, L. J. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Novia, C., Pasaribu, R., D., Sutjipto, M., R., & Bustomi, D. 2022. Analisis Business Model canvas (BMC) CV Munjul Jaya Karawang. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Akuntansi) Volume 6 Nomor 3* Halaman: 943-956.
<https://journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/2445>
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2014). *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. Hoboken: Jhon Wiley and Sons.
- Prasetyo, B.B., Baga, L.M., & Yuliati, L.N. (2018). Strategi Pengembangan Bisnis Rhythm of Empowerment dengan Pendekatan Model Bisnis Kanvas. *Jurnal Aplikasi Manajemen dan Bisnis, 4(2)*, 296-307.
<https://journal.ipb.ac.id/index.php/jabm/article/view/18096/14735>
- Saptaria, L., Shobirin, R.A., Astuti, R., Habibi, I., & Handayati, P. 2022. Implementasi Business Model Canvas Terintegrasi Dalam Pengembangan Usaha Pupuk Organik. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri) Volume 6 Nomor 2*, Halaman 925-942.
<https://journal.ummat.ac.id/index.php/jmm/article/view/6883/pdf>

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R and D*. Bandung: Alfabeta

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2010 tentang *Hortikultura*. Jakarta

Wijaya, L. E. & Indriyani, R. 2016. Analisis *Business Model Canvas* Pada CV. Kayu Murni Surabaya. *Jurnal AGORA Volume 4 Nomor 2* Halaman 304-313
<https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/4821/4430>