

# Gaharu BMC

*by Admin Mip*

---

**Submission date:** 14-Jun-2023 01:24PM (UTC+0700)

**Submission ID:** 2115772365

**File name:** Artikel\_I\_Gaharu\_BMC\_7\_Desember.pdf (558.84K)

**Word count:** 3372

**Character count:** 22016

## ANALISIS BISNIS MODEL DENGAN PENDEKATAN BUSINESS MODEL CANVAS TERHADAP USAHA TEH GAHARU GAPOKTAN ALAM JAYA LESTARI DI KABUPATEN BANGKA TENGAH

Fournita Agustina\*, Evahelda\*, Iwan Setiawan\*

\*Fakultas Pertanian Perikanan dan Biologi, Program Studi Agribisnis Universitas Bangka Belitung  
[fournitaagustina@gmail.com](mailto:fournitaagustina@gmail.com)

### ABSTRACT

Tujuan dalam penelitian ini adalah mengidentifikasi model bisnis yang selama ini dilakukan oleh pengelola teh gaharu dengan menggunakan *Business Model Canvas* (BMC), dan membuat model bisnis perbaikan bagi pengelola Teh Gaharu Gapoktan Alam Jaya Lestari. Metode yang digunakan dalam penelitian ini bersifat deskriptif dan tipe analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis kualitatif dengan menggunakan *in-depth interview* dalam mengumpulkan data primer. Analisisnya menggunakan *Business Model Canvas* yang setiap *building block* yaitu *Customer Segments, Value Propositions, Channel, Costomer Relation, Revenue Streams, Key Resources, Key activities, Key Patnerships* dan *Cost Structure* juga dianalisis dengan SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gambaran model bisnis pengelolaan teh gaharu saat ini masih cukup tertinggal jika ditinjau dari aspek-aspek *Business Model Canvas*. Saran pada kelompok Alam Jaya Lestari sebaiknya menerapkan model bisnis yang dibuat berdasarkan penelitian yang berpedoman pada teori Osterwalder & Pigneur yakni perubahan dari segi pembentukan segmentasi baru, memperbaiki kualitas produk dan pelayanan kepada pelanggan, pemasaran (saluran baru), infrastruktur, dan perbaikan dari segi pencatatan finansial Gapoktan.

**KEY WORDS:** Teh Gaharu; Model Bisnis; Bisnis Model Kanvas, Analisis SWOT

### PENDAHULUAN

Gaharu merupakan tanaman Hasil Hutan Bukan Kayu (HHBK) yang memiliki nilai ekonomis tinggi untuk bahan industri parfum, dupa, dan obat-obatan. Gaharu tumbuh di hutan tropika dan memiliki genus *Aquilaria*, *Gryinops* dan *Gonystillus* yang semuanya masuk kedalam *Family Thymelaeaceae* (Sumarna, 2012).

Kabupaten Bangka Tengah merupakan sentra gaharu dan lokasi pengembangan klaster gaharu yang ada di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung, berdasarkan Surat Keputusan Direktur Jendral Rehabilitasi dan Perhutanan Sosial Kementerian Kehutanan Nomor: SK.22/V-BPS/2010. Berdasarkan data Dinas Pertanian dan Kehutanan Bangka Tengah tahun 2015, Kecamatan Lubuk Besar memiliki jumlah pohon gaharu terbesar di Kabupaten Bangka tengah dengan jumlah pohon mencapai 327.705 batang pohon gaharu. Data tersebut membuat Kecamatan Lubuk Besar menjadi Sentra gaharu di Kabupaten Bangka Tengah tepatnya Desa Lubuk Pabrik.

Desa Lubuk Pabrik memproduksi turunan gaharu seperti teh gaharu, Teh gaharu ini dihasilkan dari daun gaharu yang berusia 1,5-3 tahun. Proses produksi teh gaharu sendiri memiliki cara yang sama dengan pembuatan teh pada umumnya. Produksi teh gaharu oleh Gabungan Kelompok Tani (GAPOKTAN) Alam Jaya Lestari adalah *Aqilla*.

Teh Gaharu telah di pasarkan ke berbagai daerah di Indonesia secara *online*, dengan daerah penjualan adalah : pulau Jawa, Kalimantan, NTT, dan Bali. Pada tahn 2016 Gapoktan Alam Jaya Lestari mampu menjual hingga 800 kotak perbulannya atau sekitar 9600 kotak pertahunnya, dengan bantuan promosi dari dinas dengan cara menyuguhkan teh gaharu dalam acara-acara dinas selain itu teh gaharu

juga diikuti sertakan dalam setiap pameran yang ada (Karsiningsih, 2015). Akan tetapi, pada tahun 2017 penjualan teh gaharu sangat menurun tercatat pada data Gapoktan Alam Jaya Lestari teh gaharu hanya mampu terjual sebanyak 250-300 kotak perbulan saja atau sekitar 3600 kotak saja per tahun. Perbandingan tersebut menunjukkan bahwa menurunnya volume penjualan dari teh gaharu,

Usaha pembuatan teh gaharu menghadapi berbagai kendala, sehingga untuk menjaga berlangsung usahanya, menuntut para pengelola gaharu yang kebanyakan merupakan usaha keluarga agar meningkatkan kinerja dengan cara memperbaiki model bisnis yang selama ini digunakan dalam menjalankan bisnisnya. Menurut Sa'id (2010) beberapa sifat yang harus dimiliki oleh seorang wirausaha yang bergerak dalam bidang agribisnis diantaranya mampu bekerja secara terencana atau terorganisasi dengan baik dan mampu menangkap peluang bisnis yang besar dan memiliki kemampuan melakukan tinjauan bisnis ke masa depan dengan menerapkan cara kerja yang efisien, berani mengambil resiko, kreativitas dan inovasi serta kemampuan manajemen untuk mencari dan membaca peluang. Melihat prospek usaha teh gaharu ke depan yang cukup menjanjikan dan tingginya persaingan serta berbagai permasalahan yang dihadapi, maka pengelola teh gaharu perlu memperbaiki model bisnis yang selama ini dijalankan

Model bisnis merupakan salah satu faktor utama yang mampu mempengaruhi kinerja suatu bisnis dan merupakan kunci pada suatu bisnis dalam meningkatkan daya saing dan mencapai tujuannya, model bisnis adalah sebuah model yang mampu memberikan penjelasan tentang bagaimana suatu bisnis mendapatkan atau mencapai keuntungan dan mengetahui siapa pelanggan bisnis tersebut. Salah satu alat yang paling efektif digunakan untuk menilai suatu model bisnis adalah *Business Model Canvas* karena mampu memberikan kontribusi terhadap penggunaan model bisnis pada suatu bisnis. *Business Model Canvas* fokus terhadap ide untuk menciptakan nilai pada suatu bisnis.

Pendekatan model bisnis harus inovatif agar organisasi mampu bertahan ditengah perubahan lingkungan bisnis. Salah satu alat bantu pendekatan yang dapat digunakan adalah *Business Model Canvas* (BMC) yang dikembangkan oleh Osterwalder dan Pigneur (2010) yang memungkinkan untuk mendeskripsikan dan memanipulasi model bisnis dengan mudah dan sederhana untuk kemudian menciptakan alternatif strategi berupa model bisnis baru yang lebih kompetitif.

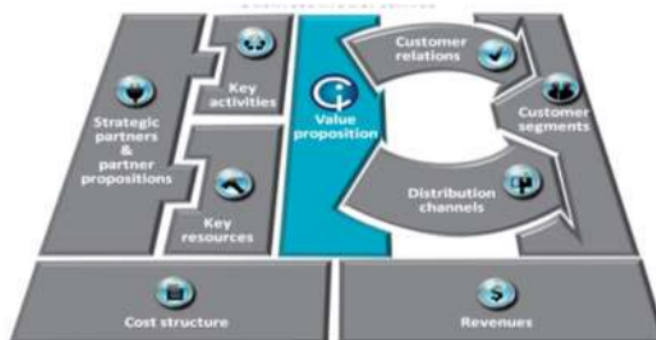


Figure 1. *Business Model Canvas* (BMC)

Berikut ini adalah penjelasan mengenai *The 9 building blocks*:

1. *Customer Segment*  
 Dalam menjalankan roda bisnisnya, pertama-tama organisasi harus menetapkan siapa yang harus dilayani. Organisasi dapat menetapkan untuk melayani satu atau lebih segmen. Penetapan segmen ini akan menentukan komponen-komponen lain dalam model bisnis.
2. *Value Proposition*  
*Value Proposition* adalah manfaat yang ditawarkan organisasi kepada segmen pasar yang dilayani. Tentu saja, *value proposition* akan menentukan segmen pelanggan yang dipilih atau sebaliknya.

*Value proposition* juga akan mempengaruhi komponen lain seperti *Channel* dan *Customer Relationship*.

3. **Channels**

*Channels* merupakan sarana bagi organisasi untuk menyampaikan *Value Proposition* kepada *Customer Segment* yang dilayani. *Channel* berfungsi dalam beberapa tahapan mulai dari kesadaran pelanggan sampai ke pelayanan purna jual. Dua elemen lain yang harus diperhitungkan secara cermat dalam membuat model *Channel* adalah *Value Proposition* dan *Customer Segment*.

4. **Revenue Stream**

*Revenue Stream* merupakan komponen yang dianggap paling vital. Umumnya organisasi memperoleh pendapatan dari pelanggan. Meskipun demikian banyak organisasi bisa membuka aliran masuk pendapatan dari kantong bukan pelanggan langsung.

5. **Customer Relationship,**

*Customer Relationship* yaitu cara organisasi menjalin ikatan dengan pelanggannya.

6. **Key Activities**

*Key Activities* adalah kegiatan utama organisasi untuk dapat menciptakan Proposisi Nilai.

7. **Key Resources**

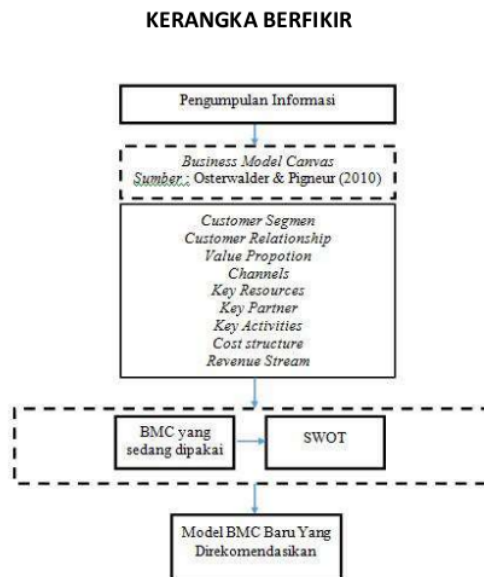
*Key Resources* adalah sumber daya milik organisasi yang digunakan untuk mewujudkan proposisi nilai. Sumber daya umumnya berwujud manusia, teknologi, peralatan, *channel* maupun *brand*.

8. **Key Partnership**

*Key Partnership* merupakan sumber daya yang diperlukan oleh organisasi untuk mewujudkan proposisi nilai, tetapi tidak dimiliki oleh organisasi tersebut. Pemanfaatan *Key Partnership* oleh perusahaan dapat berbentuk *outsourcing*, *joint venture*, *joint operation*, atau aliansi strategis.

9. **Cost Structure**

*Cost Structure* adalah komposisi biaya untuk mengoperasikan organisasi mewujudkan proposisi nilai yang diberikan kepada pelanggan. Struktur biaya yang efisien, menjadi kunci besarnya laba yang diperoleh organisasi.



Gambar. Kerangka pemikiran

## METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bertujuan untuk memahami suatu fenomena mengenai apa yang dialami oleh subjek penelitian secara holistik, dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai macam metode ilmiah (Moleong, 2010). Metode penarikan contoh dilakukan secara *purposive sampling* (secara sengaja). *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara sengaja sesuai dengan persyaratan sampel yang diperlukan (Umar, 2011).

Data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder (Anwar, 2011). Dalam penelitian ini, data primer di peroleh dari hasil wawancara 1) identitas responden, 2) faktor-faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman) yang mempengaruhi pengembangan produk turunan gaharu. Sedangkan data sekunder diperoleh dari kantor Desa Lubuk Pabrik, kantor BAPPEDA, kepustakaan buku, laporan penelitian, karya ilmiah yang berkaitan dengan penelitian, internet.

Data dan informasi yang telah diperoleh dilapangan dianalisis secara deskriptif dan tipe analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis kualitatif dengan menggunakan *in-depth interview* dalam mengumpulkan data primer yang dibutuhkan pada penelitian ini. Hasil dari penelitian ini adalah sebuah evaluasi model bisnis dari pengolahan teh gaharu oleh Gapoktan Alam Jaya Lestari di Kabupaten Bangka Tengah yang didapatkan berdasarkan analisis SWOT pada setiap elemen *business model canvas* yang sudah dilakukan untuk memperbaiki kualitas produk dan pelayanan kepada pelanggan, pemasaran, infrastruktur, dan kemampuan finansial pengolah teh gaharu di Kabupaten Bangka Tengah. Tahapan pertama dari penelitian ini adalah menganalisis model bisnis yang selama ini dijalankan di Gapoktan Alam Jaya Lestari, dan kemudian memetakannya pada Business Model Canvas (BMC)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan penelitian, hasil wawancara, dan observasi yang telah dilakukan dapat dilihat bahwa pengelola teh gaharu Gapoktan Alam Jaya Lestari telah menerapkan konsep model bisnis dalam usahanya dengan menggunakan pendekatan *Business model canvas*. Namun dalam penerapannya, perlu ada beberapa aspek yang dievaluasi berdasarkan hasil analisis SWOT, berikut ini adalah pembahasan dari hasil penelitian yang telah dilakukan:

### 1. Customer Segments

Segmen pelanggan dari Teh Gaharu “Agilla” adalah masyarakat umum yang berada di sekitar kawasan dan luar kawasan seperti kota Pangkalpinang. Jenis hubungan yang dibangun oleh pengelola teh dengan para pelanggann Tidak ada kontrak khusus diantara pembelian dan penjualan dimana hanya mengandalkan kepercayaan satu sama lain. Dengan melihat hasil analisis SWOT yang telah dilakukan, menjelaskan bahwa :

Customer Segments merupakan peluang untuk dikembangkan. Gapoktan masih dapat memperluas pelanggannya dengan memberikan informasi mengenai kandungan gizi dan manfaat teh gaharu itu sendiri. Tetapi ancaman juga datang dari pesaing yaitu pengelola teh herbal lain dalam hal ini teh jati yang juga memperebutkan konsumen utama bisnis teh di kawasan ini. Berdasarkan hal tersebut maka sebaiknya pengelola teh gaharu lebih fokus untuk menetapkan segmen pasarnya

### 2. Value Proposition (keunggulan yang ditawarkan):

Menjelaskan mengenai penawaran produk dan jasa/layanan yang mempunyai keunggulan/nilai lebih (*value*) yang akan diberikan kepada segmen konsumen baik bersifat kuantitatif (harga dan efisiensi) maupun kualitatif (pengalaman konsumen). Keunggulan/nilai lebih (*value*) yang ditawarkan dapat berupa produk baru, mutu produk/ jasa yang lebih baik, desain yang

unik, status atau *brand*, harga yang lebih murah/kompetitif, kemudahan akses dan lain-lain (Osterwalder & Pigneur, 2012). Beberapa *Value Proposition* baru yang bisa ditawarkan kepada pelanggan yang lebih luas antara lain :

1. **Newness**, elemen ini berarti suatu nilai yang belum pernah ada sebelumnya, pengelola teh gaharu menyediakan berbagai inovasi pengolahan hasil hutan bukan kayu (HHBK) yang unik dan belum ada didaerah lain, olahan ini tidak biasa ditemui ditempat-tempat lain sehingga dapat menghadirkan nilai lebih di mata pelanggan.
2. **Performance**, elemen ini terlihat dari pelayanan maksimal dari pengelola yang selalu siap memberikan pelayanan maksimal bagi konsumen. Kenyamanan yang diberikan serta peningkatan kinerja layanan tersebut diharapkan dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan yang berkunjung. Hal ini juga tentunya mampu memberikan nilai lebih bagi pelanggan
3. **Costumization**, pada elemen ini pengelolah teh gaharu hanya memberikan pilihan hasil pengolahan gaharu berupa, teh celup gaharu
4. **Price**, untuk elemen ini strategi dari harga yang ditawarkan pengelolah yang cukup murah dan bervariasi yaitu dengan rata-rata harga Rp 15,000 per kotak sehingga sangat terjangkau bagi konsumen.
5. **Risk Reduction**, elemen ini ditunjukan dengan penggantian produk jika terdapat kesalahan pada produk yang disajikan. Dan akan diganti dengan produk yang baru.
6. **Accesibility**, adalah kemudahan konsumen untuk mengakses atau menjangkau lokasi pengolahan teh Tempat pengolahan sendiri berada di lokasi yang strategis yaitu di kawasan yang dekat dengan sumber bahan baku dan transportasi cukup lancar.
7. **Convenienc/usability**, adalah kenyamanan yang diberikan pengelola bagi pelanggannya. Pengelola teh disini belum menyediakan fasilitas lengkap seperti *free hotspot wi-fi*, TV LCD, music, pendingin ruangan, toilet, dan mushola untuk memberikan rasa nyaman bagi pengunjung.

Berdasarkan analisis SWOT yang telah dilakukan, Kekuatan dari pengelolaan teh gaharu adalah telah berhasil menjalankan sebagian besar elemen yang bertujuan dalam menciptakan nilai bagi pelanggan dan juga memiliki beragam jenis pilihan hasil olahan dan inovasi produk yang belum dimiliki daerah lain, sedangkan kelemahan dari pengelola teh gaharu di Gapoktan Alam Jaya Lestari Kabupaten Bangka tengah adalah pengelola ini masih belum baik dalam pemasarannya

Berdasarkan pembahasan tersebut hasil analisis dari segi *Value Propositions* adalah dengan menyediakan inovasi hasil pengolahan teh baru agar konsumen tidak dan penasaran sehingga ingin kembali untuk mencoba menu baru yang ditawarkan. Selain itu, dengan melihat kelemahan pada pengelolah teh yang belum baik dalam pemasarannya, maka perlu untuk memperbaiki cara pemasarannya sehingga dapat meningkatkan pendapatan pengelolah.

### 3. Channels adalah

Saluran yang digunakan pengelola teh untuk menjangkau pelanggannya. Pelanggan utama adalah penampung yang kemudian memasarkan melalui toko yang menjual makanan khas Bangka untuk oleh-oleh , sehingga saluran yang digunakan hanya sebatas kontak beli putus. yang telah dilakukan Promosi melalui *word of mouth* , Promosi dipegang langsung owner

### 4. Customer Relationships

Tujuan dari adanya *customer relationship* ini adalah untuk *customer acquisition* atau mencari pelanggan baru dan *customer retention* yaitu menjaga hubungan dengan pelanggan lama agar kembali. Dari hasil penelitian yang dilakukan, untuk mencapai tujuan customer acquisition, pengelola teh gaharu akan berinteraksi langsung dengan pelanggan sejak mereka pertama bertegur sapa, setelah itu akan memberikan informasi lengkap mengenai produk dan akan memberikan penawaran dan rekomendasi kepada pelanggan. Jenis hubungan yang dibangun oleh pengelola dengan para pelanggan

tidak ada kontrak khusus diantara pembelian dan penjualan dimana hanya mengandalkan kepercayaan satu sama lain.

Berdasarkan analisis tersebut pengelola dapat menggunakan lebih banyak media sosial lagi seperti membuat *website* atau *line official* untuk berinteraksi dengan pelanggan dan mencari pelanggan baru. sedangkan untuk tujuan menambah hubungan baik dengan konsumen dan juga untuk menunjukkan kelebihan pelayanan dari pengelola ini selain dengan cara langsung seperti memberikan salam, rekomendasi, dan mengganti jika ada kesalahan produk, dapat dilakukan dengan cara memberikan cinderamata seperti sticker dan voucher potongan harga untuk pembelian selanjutnya agar konsumen kembali lagi.

#### 5. *Revenue Streams*

Sumber pendapatan. Pendapatan utama dari penjualan teh gaharu dibayarkan setiap ada transaksi. Aliran pendapatan pengelola didapatkan dari penjualan produk teh celup, yang ditawarkan pengelola. Aliran pendapatan hanya didapatkan dari transaksi atau berdasarkan produk yang dijual, dalam hal ini bergantung pada jenis olahan dan jumlah olahan yang dipesan oleh pelanggan. Jika dikaitkan dengan hasil evaluasi elemen-elemen lain terkait *business model canvas* pengolahan teh gaharu, terdapat beberapa hal yang dapat meningkatkan aliran pendapatan pengelola. Diantaranya program sistem *voucher* agar menciptakan aliran pendapatan yang berulang dan disarankan untuk diterapkan pada pengelola teh gaharu agar dapat meningkatkan pendapatan.

#### 6. *Key Resources*

Berdasarkan hasil analisis SWOT yang telah dilakukan, kekuatan pengelola teh gaharu adalah pada aset fisik yang sudah cukup lengkap dan status bangunan yang milik sendiri dengan segala fasilitas didalamnya guna menunjang berjalannya bisnis pengolahan ini serta aset intelektual dari keunikan produk yang ditawarkan kepada pelanggan sehingga dapat menciptakan loyalitas bagi pelanggan. Sedangkan kelemahan dari pengelolaan teh gaharu ini berasal dari segi sumber daya manusia yang sangat terbatas sehingga sering terjadi penumpukan pesanan. Ditambah juga dengan tidak adanya peningkatan sumber daya Manusia yang dapat meningkatkan pelayanan dan jumlah produksi. Berdasarkan analisis di atas, perlu bagi pengelola untuk menambah tenaga kerja untuk memenuhi pesanan pelanggan.

#### 7. *Key Activities*

Aktivitas produksi dari pengolahan sendiri meliputi kegiatan pengumpulan dan pengolahan bahan baku, pelayanan, penyajian produk, dan pengantaran produk kepada pelanggan. Aktivitas pemecahan masalah pada pengelola teh gaharu adalah akan mengganti jika ada kesalahan produk dengan produk yang baru, merespon keluhan dan komplain, serta meminta evaluasi dari pelanggan baik secara langsung maupun melalui media sosial. Sedangkan aktivitas promosi saat ini hanya dilakukan melalui akun media sosial seperti instagram, facebook, twitter dan email serta informasi mulut ke mulut.

#### 8. *Key Partners*

Mitra utama yang dimiliki pengelola teh gaharu adalah Mitra yang dimiliki tidak terikat kontrak sebatas kondisional antar kerabat keluarga sesama penjual. Untuk pasokan bahan baku rata-rata diambil dari kebun gaharu sendiri. Gapoktan Alam Jaya Lestari menyediakan teh gaharu tersebut di stokist dan di gerai khusus penjualan produk-produk unggulan Kabupaten Bangka Tengah. Selain itu, pemasaran teh gaharu juga dibantu oleh Dinas Perkebunan dan Kehutanan Kabupaten Bangka Tengah serta Dinas Perindustrian Perdagangan dan Koperasi Kabupaten Bangka Tengah, melalui berbagai pameran.

### 9. Cost Structure

Biaya yang dikeluarkan oleh pengelola dalam mengoperasikan model bisnisnya di antaranya adalah untuk biaya operasional yang terdiri dari Biaya operasional seperti pembayaran tagihan listrik, air, dan gaji pegawai. Selain itu terdapat juga biaya Bahan baku seperti Tenaga Kerja, Kotak Kemasan Teh Gaharu, Kemasan Metalize, Kemasan Osmofilter, Tali Teh Celup, Gantungan Teh Celup, Plastik Besar. Selain itu ada juga biaya tak terduga seperti untuk memperbaiki kerusakan peralatan maupun bangunan tempat penjemuran. Struktur biaya dalam pengelolaan teh gaharu termasuk dalam kelas *cost-driven* karena pengelola ini lebih terfokus kepada minimalisasi biaya seminimal mungkin agar struktur biaya yang dikeluarkan cenderung murah.

Key Partner	Key Activities	Nilai	Customer Relationship	Customer Segment
		keunggulan (Value Proposition)		
Dinas Perkebunan dan Kehutanan Kabupaten Bangka Tengah, Dinas Perindustrian Perdagangan dan Koperasi Kabupaten Bangka Tengah, melalui berbagai pameran. Ada Stokist	kegiatan pengumpulan dan pengolahan bahan baku, pelayanan, penyajian produk, dan pengantaran produk kepada pelanggan.  <b>Hasil Evaluasi:</b> Membuat brosur, mengelola sistim IT/media sosial	Produknya khas/ unik tidak ada di daerah lain, Tehnya sudah berbentuk teh celup, Harga relatif murah  Lokasi strategis sehingga mudah dijangkau	pengelola dengan para pelanggan tidak ada kontrak khusus diantara pembelian dan penjualan hanya mengandalkan kepercayaan satu sama lain.	masyarakat umum yang berada di sekitar kawasan dan luar kawasan seperti kota Pangkalpinang
<b>Hasil Evaluasi:</b> Pemasok bahan baku, Bappeda. Tempat oleh-oleh, Hotel dan rumah makan	<b>Key Resources</b>  Aset fisik yang sudah cukup lengkap : Mesin Pengering, mesin pencacah, Mesin Pengukur Kadar Air, Mesin Continue Sealer, Gedung Produksi, Gedung Steril SDM terbatas  <b>Hasil Evaluasi:</b> Menambah SDM pegawai Memperluas bangunan produksi	<b>Hasil evaluasi:</b> Memberikan promo dan potongan harga, membuat teh celup dengan aroma, Meningkatkan kualitas layanan.	<b>Hasil Evaluasi :</b> Menggunakan lebih banyak media sosial,  <b>Channel</b>  Pemasaran melalui toko oleh-oleh, Stokis Promosi dari mulut ke mulut  <b>Hasil Evaluasi:</b>  Bekerjasama dengan event, membuat website, membuat brosur	<b>Hasil Evaluasi:</b> Fokus pada segment pasar
<b>Cost Structure</b>		<b>Revenue Stream</b>		
Biaya operasional seperti pembayaran tagihan listrik, air, dan gaji pegawai. Selain itu terdapat juga biaya Bahan baku seperti Kotak Kemasan Teh Gaharu, Kemasan Metalize, Kemasan Osmofilter, Tali Teh Celup, Gantungan Teh Celup, Plastik Besar. Serta memperbaiki kerusakan peralatan maupun bangunan jemur		Penjualan produk teh celup  <b>Hasil Evaluasi :</b> Membuat sistem voucher agar pembelian berulang dan memberikan potongan harga untuk pembelian dalam jumlah besar		
<b>Hasil Evaluasi:</b> Merubah cost driven menjadi value driven				

**Gambar 3. Perbaikan Business Model Canvas Teh Gaharu di Kabupaten Bangka Tengah**



### KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan sebelumnya, maka dapat disimpulkan:

1. Gambaran model bisnis pengelolaan teh gaharu oleh Gapoktan Jaya Alam Lestari dalam bisnisnya saat ini masih cukup tertinggal jika ditinjau dari aspek-aspek *Business Model Canvas*. Sudah seharusnya pembaharuan dilakukan pada model bisnis di hampir semua elemen.
2. Setelah dilakukan analisis terhadap model bisnis teh gaharu dengan menggunakan analisis SWOT, terdapat beberapa hal yang menjadi kekuatan dari usaha ini seperti memiliki inovasi produk yang belum dimiliki pesaing, pelayanan yang baik, telah mempunyai media sosial sebagai saluran, serta memiliki aset dan fasilitas yang cukup lengkap. Namun usaha ini juga mempunyai kelemahan seperti segmen pelanggan yang kurang spesifik, belum banyak dikenal orang karena masih baru, kurangnya saluran, , serta kurangnya jumlah karyawan. Selain itu terdapat peluang yang dapat dimanfaatkan oleh gapoktan untuk mengembangkan bisnisnya seperti letak yang strategis, tetapi semua ini tentunya memiliki ancaman yang datang dari produk-produk herbal serupa yang merupakan pesaing.
3. Berdasarkan analisis dan evaluasi yang dilakukan menggunakan teori *business model canvas* serta analisis SWOT, terdapat beberapa hal yang perlu untuk dievaluasi terkait model bisnis dari Gapoktan Alam Jaya Lestari, di antaranya adalah lebih memperluas segmen pasar agar tidak terfokus pada masyarakat sekitar, menambah nilai yang diberikan bagi pelanggan, menambah saluran, meningkatkan hubungan dengan pelanggan, pembuatan sistem *voucher* untuk menambah pemasukan, memperluas bangunan, menambah karyawan, menambah aktifitas bisnis, memperbanyak mitra usaha, serta merubah cara pengelolaan biaya dari *cost-driven* menjadi *value-driven*.

Dari kesimpulan penelitian yang telah dilakukan, penulis telah menyusun saran-saran terkait penelitian ini yang diharapkan dapat bermanfaat dan diimplementasikan. Saran-saran tersebut adalah:

1. Usaha teh gaharu Gapoktan Alam Jaya Lestari kedepannya diharapkan dapat meningkatkan kualitas produk, pelayanan, dan fasilitas bagi pelanggan demi memberikan kenyamanan bagi pelanggan serta untuk meningkatkan penjualan dan pendapatan.
2. Usaha teh gaharu Gapoktan Alam Jaya Lestari diharapkan dapat mengelola manajemen yang ada dengan baik terlebih lagi pada operasional teh gaharu agar bisnis dapat terus berjalan dengan baik.
3. Diharapkan bagi penelitian selanjutnya untuk menggunakan teori penyusunan strategi yang lebih lengkap dengan penggunaan metode penelitian kuantitatif atau metode campuran kualitatif dengan kuantitatif sehingga rekomendasi model bisnis yang baru dari penelitian yang dilakukan dapat lebih baik lagi.

### DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, 2011. *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta. Salemba Empat
- Karsinginsih Eni, 2015. Analisis Kelayakan Finansial dan Strategi Pengembangan Teh Gaharu di Kabupaten Bangka Tengah (Studi Kasus: Teh Gaharu “Aqilla” Gapoktan Alam Jaya Lestari). Bangka Tengah
- Moleong, L. J. (2010). *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Osterwalder, A., Pigneur, Y. (2010). *Business model generation*. Jakarta : Elex Media Komputindo.
- Sumarna, Y. 2012. *Budidaya Jenis Pohon Penghasil Gaharu*. Badan Penelitian dan pengembangan Kehutanan Pusat Litbang Produktifitas Hutan Bogor. Bogor
- Towaha. 2013. Kandungan Senyawa Kimia pada Daun Teg (*Camellia Sinensis*). Wara Penelitian dan Pengembangan Tanaman Industri Vo. 19 no. 3

Umar. 2011. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Thesis Bisnis*. Jakarta. PT. Rajagrafindo Persada.

Sumaliani dan Wiyono, 1998. *Penyakit Tropis: Epidemiologi, Penularan, Pencegahan dan Pemberantasannya*. Jakarta. Penerbit Erlangga.

# Gaharu BMC

## ORIGINALITY REPORT

10%

SIMILARITY INDEX

12%

INTERNET SOURCES

4%

PUBLICATIONS

%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

1	<a href="http://fe.universitassuryadarma.ac.id">fe.universitassuryadarma.ac.id</a> Internet Source	1%
2	<a href="http://repository.unmuhjember.ac.id">repository.unmuhjember.ac.id</a> Internet Source	1%
3	Ahmad Riyadh U. Balahmar. "167 IMPLEMENTASI KEBIJAKAN PARKIR BERLANGGANAN DALAM MENUNJANG PENDAPATAN ASLI DAERAH (PAD) KABUPATEN SIDOARJO", JKMP (Jurnal Kebijakan dan Manajemen Publik), 2016 Publication	1%
4	<a href="http://repository.ubharajaya.ac.id">repository.ubharajaya.ac.id</a> Internet Source	1%
5	<a href="http://www.e-jurnal.com">www.e-jurnal.com</a> Internet Source	1%
6	<a href="http://repo.iain-tulungagung.ac.id">repo.iain-tulungagung.ac.id</a> Internet Source	1%
7	<a href="http://theoputri.wordpress.com">theoputri.wordpress.com</a> Internet Source	1%

8	<a href="http://jurnal.univ45sby.ac.id">jurnal.univ45sby.ac.id</a> Internet Source	1 %
9	<a href="http://jurnal.unej.ac.id">jurnal.unej.ac.id</a> Internet Source	1 %
10	<a href="http://www.ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id">www.ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id</a> Internet Source	1 %
11	<a href="http://ejournal.forda-mof.org">ejournal.forda-mof.org</a> Internet Source	1 %
12	<a href="http://ejurnal.litbang.pertanian.go.id">ejurnal.litbang.pertanian.go.id</a> Internet Source	1 %

Exclude quotes  On

Exclude matches  < 1%

Exclude bibliography  On