

ANALISIS MODEL BISNIS KOPERASI EPTILU DENGAN PENDEKATAN *BUSINESS MODEL CANVAS*

Study Of The Eptilu Cooperative With The Business Model Canvas Approach

**Muhamad Ridwan^{1*}, Fitri Awaliyah¹, Muhammad Nu'man Adinasa¹
Tintin Febrianti¹**

¹*Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Garut
Jl. Raya Samarang, No. 52A, Tarogong Kaler, Garut, Jawa Barat 44151*

**Email : muhamadridwan120396@gmail.com*

ABSTRAK

Koperasi Eptilu merupakan koperasi pertanian dengan kemitraan *Closed Loop* yang memproduksi produk hortikultura bersifat *sustainable* (berkelanjutan) dengan model bisnis tertentu. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi model bisnis Koperasi Eptilu saat ini, serta untuk memetakan dan mengevaluasi model bisnis Koperasi Eptilu ke dalam pendekatan *Business Model Canvas*. Penelitian ini merupakan studi kasus pada sebuah koperasi pertanian, dilakukan pada bulan Agustus 2023 yang berlokasi di Kecamatan Cikajang, Kabupaten Garut, Jawa Barat. Objek penelitian ini meliputi pemilik, karyawan, maupun aktivitas yang terjadi di Koperasi Eptilu. Pengambilan data dilakukan secara *Focus Group Discussion* (FGD) dengan observasi secara langsung dan melakukan wawancara mendalam terhadap responden dengan panduan kuesioner. Penelitian ini difokuskan pada pemetaan model bisnis Koperasi Eptilu saat ini dengan menggunakan pendekatan *Business Model Canvas*, berisikan sembilan blok elemen utama dalam model bisnis yang mencakup segmentasi konsumen, proporsi nilai, saluran pemasaran, hubungan dengan konsumen, aliran pendapatan, sumber daya kunci, kegiatan kunci, rekanan kunci, dan struktur pembiayaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *prototype business model canvas* menggambarkan model bisnis Koperasi Eptilu saat ini.

Kata Kunci: Koperasi Pertanian, *Closed Loop*, *Bussines Model Canvas*

ABSTRACT

The Eptilu Cooperative is an agricultural cooperative with partnerships (closed loop) that produces horticultural products with a particular business model. This study aims to identify the current Eptilu Cooperative business model as well as map and evaluate the Eptilu Cooperative business model into a business model canvas. This research is a case study of an agricultural cooperative conducted in August 2023 in the district of Cikajang, Garut Regency, West Java. The population and sample in this study include

owners, employees, and activities that occur in the Eptilu Cooperative. Data collection is done by Focus Group Discussion (FGD) with direct observation and conducting in-depth interviews with respondents using a questionnaire guide. This research is focused on mapping the current business model of the Eptilu Cooperative using an approach The Business Model Canvas contains nine main elements in a business model that include customer segment, value proposition channel, customer relationship, revenue stream, key resources, key activities, key partnerships, and cost structure. The research results show that the prototype business model canvas describes the current Eptilu Cooperative business model.

Keyword(s): Agricultural Cooperative, Closed Loop, Business Model Canvas

PENDAHULUAN

Kabupaten Garut salah satu kabupaten di Jawa Barat penghasil komoditas pertanian berupa kentang, tomat, cabai besar, cabai kecil, dan kubis. Data Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan komoditas tersebut menempati 44% dari luas lahan panen di Jawa barat yakni sebesar 23.419 Hektar pada tahun 2018, dengan rincian yaitu 7.158 Hektar komoditas kentang, 5.487 Hektar komoditas kubis, 4.094 Hektar komoditas tomat dan 6.680 Hektar komoditas cabai (BPS, 2021). Terkait hasil produksi tanaman sayuran Jawa Barat, Kabupaten Garut menjadi provinsi yang menyumbang hasil panen tertinggi untuk komoditas-komoditas tersebut yang tertera pada Tabel 1.

Tabel 1. Produksi Komoditas Hortikultura Menurut Kabupaten/Kota Provinsi Jawa Barat Tahun 2018

No	Kabupaten/ Kota	Produksi Kentang (kw)	Produksi Kubis (kw)	Produksi Cabai Besar (kw)	Produksi Cabai Kecil (kw)	Produksi Tomat (kw)
1	Garut	1.730.476	1.471.739	911.354	1.302.658	1.144.262
2	Bandung	857.834	917.671	496.546	685.457	618.774
3	Cianjur	910	122.452	365.500	588.600	305.728
4	Majalengka	36.005	35.172	130.489	211.566	39.130
Total Produksi Jawa Barat		2.655.359	2.804.483	2.740.374	4.054.526	2.684.480

Sumber : Badan Pusat Statistik (2021).

Potensi pengembangan pertanian hortikultura ini tidak terlepas dari permasalahan, karena produk hortikultura cenderung cepat rusak sehingga memerlukan suatu sistem dan wadah yang memadai sehingga produk ini mendapatkan penanganan khusus untuk menjaga kualitasnya. Koperasi merupakan bagian dari struktur perekonomian, artinya segala kegiatan koperasi ditujukan untuk mencapai kehidupan perekonomian yang sejahtera baik bagi anggota perkumpulan maupun masyarakat sekitar. (Mawarzani, S. 2020). Oleh karena itu, keberadaan koperasi harus kuat, tidak hanya dari segi sistem tetapi

juga sumber daya manusianya. Artinya, anggota dan pengelola koperasi harus mempunyai keterampilan manajemen serta banyak keterampilan lain yang diperlukan untuk pengembangan koperasi.

Koperasi pertanian adalah koperasi yang beranggotakan petani pemilik atau pekerja pertanian yang mempunyai kepentingan dan berkaitan dengan agribisnis. Koperasi pertanian membantu dalam meningkatkan kesejahteraan petani, peran koperasi yaitu mampu memfasilitasi kegiatan pertanian, terutama melalui pembelian pupuk, peminjaman modal, benih, pestisida, dan peralatan pertanian. Selain itu, koperasi juga dapat berperan sebagai pemilik atau pemegang saham. Koperasi merupakan jembatan antar petani untuk mengakses input produksi, memberikan modal, memberi nasihat, dan memasarkan hasil pertanian kepada anggota koperasi. (Koib & Simamora, 2022).

Koperasi Eptilu merupakan koperasi yang bergerak di bidang pertanian di Kabupaten Garut, secara prinsip memiliki kesamaan dengan koperasi pertanian yang lain, perbedaannya yaitu banyaknya keterlibatan pihak dalam setiap kegiatan koperasi. Koperasi Eptilu banyak melibatkan pemangku kepentingan (*multi-stakeholder*) yang dikembangkan dalam ekosistem berbasis digital, teknik budidaya *Good Agricultural Practices* (GAP), sistem logistik yang terstruktur serta jaminan pemasaran/harga bersaing pada *off-taker*. Khusus untuk pemasaran produk pertanian, kontrak terpisah dibuat antara petani yang disebut agregator dalam bentuk organisasi koperasi dan pembeli. (Yanuar, R. 2022).

Koperasi Eptilu dihadapkan pada berbagai perubahan lingkungan, seperti peningkatan persaingan, perubahan regulasi, dan permintaan pasar yang berubah. Untuk menghadapi tantangan ini, koperasi Eptilu perlu melakukan evaluasi mendalam terhadap model bisnis yang sedang dijalankan. Untuk penggambaran hasil yang sederhana namun berpotensi, dapat memanfaatkan pendekatan analisis yang sistematis dan terstruktur, seperti Business Model Canvas (BMC).

BMC adalah alat analisis model bisnis yang menyajikan data sederhana namun komprehensif mengenai sembilan komponen penting bisnis. (Jamira, dkk, 2021). Metode ini sangat populer dan banyak digunakan dalam banyak studi kasus yang berbeda. Metode BMC dapat menjadi pendekatan mendasar untuk menghasilkan ide bisnis, mengujinya bahkan digunakan untuk menganalisis model bisnis suatu perusahaan yang sudah berjalan. Produksi hortikultura di Kabupaten Garut sangatlah tinggi, seperti yang ditunjukkan pada data Produksi Komoditas Hortikultura (tabel 1), tingginya kontribusi produksi hortikultura di Kabupaten Garut, secara tidak langsung mengharuskan petani untuk memiliki stabilitas finansial demi menjamin kesejahteraan hidup. Oleh karena itu, petani diharapkan dapat bekerjasama dengan koperasi untuk mencapai tujuan tersebut, dengan adanya koperasi, dapat membantu memfasilitasi seluruh kebutuhan para petani.

Koperasi Eptilu merupakan koperasi yang memiliki program kemitraan *Closed Loop* yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan petani melalui pendampingan proses budidaya dan kepastian akses pasar. Model kemitraan *Closed Loop* merupakan bentuk kemitraan jenis baru dalam kemitraan Agribisnis hulu hingga hilir yang dikembangkan pada ekosistem digital, dengan teknik budidaya GAP, sistem logistik dan jaminan pasar yang baik, serta harga yang kompetitif bagi pembeli.

Besaran produksi hortikultura di Kabupaten Garut tentunya menuntut pasar yang luas, hal ini pula berlaku menjadi salah satu permasalahan yang dihadapi oleh Koperasi Eptilu yakni pemasaran. Selain itu tantangan lainnya berupa persaingan usaha dengan pelaku usaha produk yang sama dari daerah lain untuk memasarkan produknya. Permasalahan di atas memerlukan model ekonomi yang menggambarkan pemikiran mendasar tentang bagaimana organisasi menciptakan, mendistribusikan, dan menambah nilai. (Osterwalder dan Pigneur, 2012).

Maka dengan mengetahui bentuk bisnis saat ini, koperasi dapat mengevaluasinya untuk diperbaiki dan disempurnakan di masa depan. Inovasi model bisnis dapat mengisi kesenjangan ini dengan menyediakan sejumlah alternatif model bisnis yang dapat dijabarkan sebagai program masa depan. (Tian, 2014). Metode pemetaan bentuk bisnis yang sangat populer adalah pemetaan bentuk bisnis dengan menggunakan metode *Business Model Canvas*. Menurut Osterwalder dan Pigneur (2019), *Business Model Canvas* adalah alat yang dirancang untuk membantu perusahaan dalam memahami rencana bisnis perusahaannya secara sederhana dan mendalam. *Business Model Canvas* dibutuhkan untuk menjelaskan elemen penting sebuah bisnis menjadi lebih mudah hanya dengan satu kanvas dengan menggambarkan bisnis menggunakan sembilan blok elemen yaitu (segmentasi konsumen, proporsi nilai, saluran pemasaran, hubungan dengan konsumen, aliran pendapatan, sumber daya kunci, kegiatan kunci, rekanan kunci, dan struktur pembiayaan). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui model bisnis Koperasi Eptilu, memetakan dan mengevaluasi model bisnis Koperasi Eptilu ke dalam pendekatan *Business Model Canvas*.

Penelitian ini fokus pada pemetaan bentuk bisnis koperasi Eptilu saat ini dengan menggunakan metode pendekatan *Business Model Canvas*. Model bisnis ini digambarkan pada kanvas yang berisikan pemetaan sembilan blok elemen utama pada model bisnis yang mencakup segmentasi konsumen, proporsi nilai, saluran pemasaran, hubungan dengan konsumen, aliran pendapatan, sumber daya kunci, kegiatan kunci, rekanan kunci, dan struktur pembiayaan.

METODOLOGI

Penelitian ini dilakukan di Koperasi Eptilu yang berlokasi di Kecamatan Cikajang, Kabupaten Garut, Jawa Barat. Penelitian ini dilakukan pada bulan Agustus 2023. Pemilihan koperasi dilakukan secara sengaja (*purposive*) karena Koperasi Eptilu merupakan salah satu perusahaan yang memiliki program kemitraan *closed loop*.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Sumber data primer dalam penelitian ini dikumpulkan melalui wawancara secara langsung dengan Koperasi Eptilu menggunakan instrumen kuesioner yang telah disesuaikan dengan permasalahan penelitian. Sumber data sekunder dikumpulkan dari data pembukuan Koperasi Eptilu, dokumen instansi terkait seperti Badan Pusat Statistik, Dinas Pertanian Jawa Barat, dan beberapa literatur dari penelitian terdahulu yang sejalan dengan penelitian.

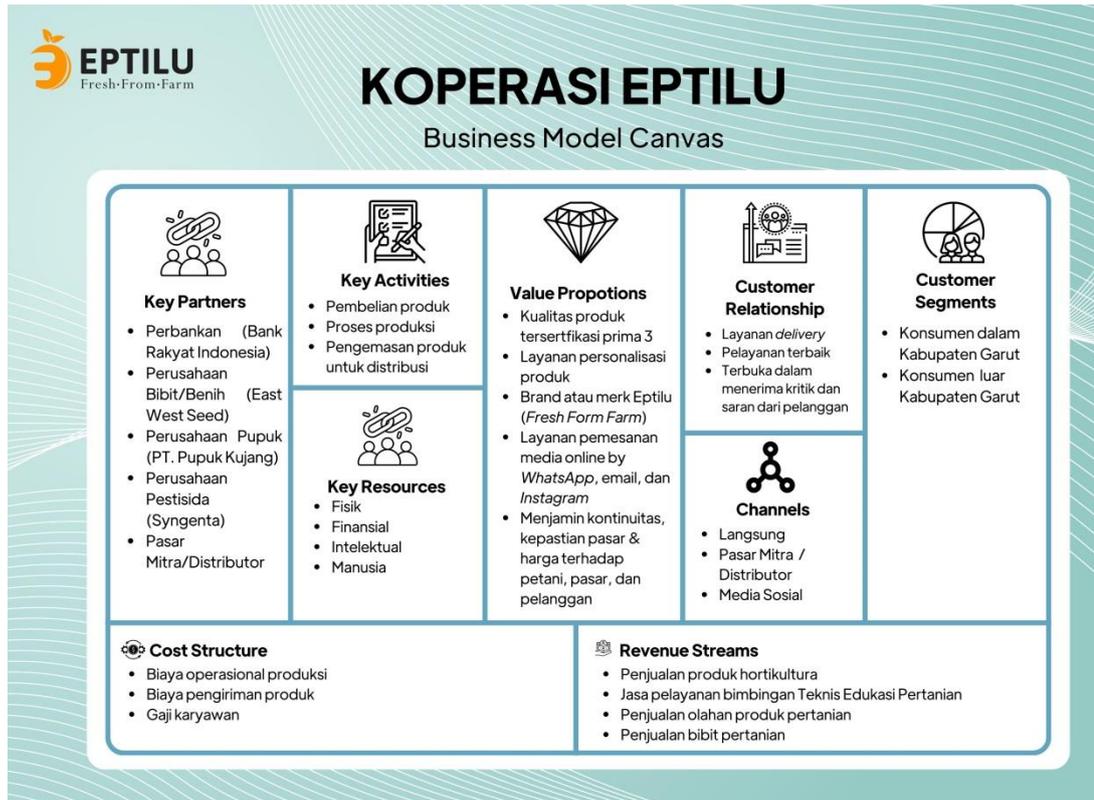
Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode *Focus Group Discussion* (FGD) dengan observasi secara langsung dan wawancara mendalam terhadap responden dengan menggunakan panduan kuesioner. Responden yang dipilih yaitu Manajer sekaligus pengelola Koperasi Eptilu dan karyawan sehingga dapat mewakili keseluruhan objek penelitian yang merupakan bagian dari perusahaan, serta mengetahui kondisi dari Koperasi Eptilu.

Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dengan metode studi kasus di Koperasi Eptilu menggunakan analisis pendekatan *Business Model Canvas* (BMC). Analisis data deskriptif dilakukan secara interaktif dan berhubungan pada setiap blok elemen dalam *business model canvas*. Data yang telah dikumpulkan akan ditampilkan dengan bentuk peta yang disesuaikan dengan pendekatan *Business Model Canvas* yang sebelumnya telah dievaluasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menciptakan model bisnis alternatif bagi koperasi. *Prototype* model bisnis alternatif dirancang berdasarkan analisis metode *Business Model Canvas*. Berikut adalah beberapa ide yang mendasari pembuatan *prototype* model bisnis bagi Koperasi Eptilu:

1. Penambahan proporsi nilai yang ditawarkan oleh perusahaan.
2. Klasifikasi segmentasi konsumen secara lebih detail.
3. Mengoptimalkan pemanfaatan teknologi informasi dalam setiap kegiatan pemasaran koperasi.



Gambar 1. Matriks Bussines Model Kanvas Koperasi Eptilu

Business Model Canvas (BMC) menunjukkan bagaimana elemen-elemen tersebut saling berhubungan dalam menciptakan dan menangkap nilai yang disampaikan oleh bisnis sehingga dapat dilakukan perencanaan strategis bisnis yang baik secara terus menerus dengan menggunakan teknik visualisasi untuk menggambarkan elemen-elemen yang dibutuhkan dalam perancangan model bisnis perusahaan. Bertujuan untuk memfasilitasi pemahaman dan diskusi model bisnis di antara seluruh pemangku kepentingan dalam menciptakan strategi alternatif strategi.

Business Model Canvas (BMC), merupakan suatu alat yang dapat digunakan untuk memetakan suatu bisnis dengan sembilan petak agar mudah mendeteksi permasalahan dan dapat memberikan solusi kepada bisnis pada aktivitas bisnis utama seperti Segmentasi Konsumen, merupakan berbagai kelompok orang atau organisasi yang ingin dijangkau dan dilayani oleh organisasi bisnis. Proporsi Nilai, merupakan gabungan antara produk dan layanan yang dapat menciptakan sebuah nilai untuk segmen pelanggan tertentu. Saluran Pemasaran, merupakan cara bagaimana sebuah organisasi bisnis dalam berkomunikasi dan menjangkau segmen pelanggannya untuk menyampaikan proposi nilai dari sebuah produk yang ingin ditawarkan, yang terdiri dari komunikasi, distribusi, serta penjualan yang digunakan sebagai penghubung antara organisasi dengan pelanggan. Hubungan dengan Konsumen, merupakan hubungan yang ingin dijalin oleh sebuah organisasi bisnis dengan segmen pelanggan. Aliran Pendapatan, adalah

arus pendapatan yang diterima perusahaan dari setiap target pasar, yang harus dikurangkan dari pendapatan untuk mendapatkan keuntungan. Kegiatan Kunci, merupakan hal-hal terpenting yang harus dilakukan oleh organisasi bisnis agar model bisnisnya dapat berfungsi dengan baik. Sumber daya Kunci, merupakan penjelasan mengenai aset-aset terpenting yang dibutuhkan untuk membuat model bisnis agar dapat berfungsi dengan baik. Rekanan Kunci, merupakan jaringan pemasok dan mitra yang membuat model bisnis sebuah organisasi bisnis dapat berfungsi dengan baik. Struktur Pembiayaan, menggambarkan tentang aktivitas keuangan mengenai seluruh biaya yang dikeluarkan oleh organisasi bisnis dalam mengoperasikan model bisnis (Osterwalder & Pigneur, 2020). Pemaparan dari sembilan blok elemen bentuk bisnis yang saat ini ditetapkan oleh Koperasi Eptilu dan pemetaannya dalam *Business Model Canvas* dibahas pada poin-poin berikut:

Segmentasi Konsumen

Target segmen pelanggan dari Koperasi Eptilu adalah semua kelas ekonomi di masyarakat. Koperasi Eptilu memiliki target pelanggan di Kabupaten Garut dan target pelanggan di luar Kabupaten Garut. Target Konsumen Koperasi Eptilu dari luar Kabupaten Garut, terbagi ke dalam lima pasar mitra, diantaranya Pasar Tradisional (Pasar Rawu Serang Banten, Pasar Tanah Tinggi Tangerang, Pasar Keramat Jati Jakarta, Pasar Cibitung Bekasi, Pasar Caringin Bandung) dengan presentase penjualan sebesar 38%, Pasar Premium (Eden Farm, Tani Hub, Segari) dengan presentase penjualan sebesar 25%, PASKOMNAS (Hotel, Resto, Kafe) dengan presentase penjualan 15%, Partnership (Garut Fresh, Sayuran Frozen, Sumedang Fresh) dengan presentase penjualan sebesar 13%, dan Reseller dengan presentase penjualan sebesar 9%.

Proporsi Nilai

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang dilakukan oleh peneliti, berikut adalah beberapa Proporsi Nilai yang dimiliki oleh Koperasi Eptilu yaitu:

1. Kualitas sayuran hasil produksi anggota petani koperasi Eptilu sudah mendapat sertifikasi prima 3 yang menyatakan produk ini aman dikonsumsi dengan level residu pestisida dibawah ambang batas, segar & berkualitas. Komoditas yang telah tersertifikasi diantaranya, cabai, jeruk, kubis, dan tomat. Sertifikasi prima 3 ini digunakan agar produk koperasi eptilu bisa masuk ke pasar premium seperti supermarket, hotel dan *star up*.
2. Koperasi Eptilu memberikan pelayanan yang terbaik bagi konsumen, karena koperasi Eptilu menjembatani atau memberikan solusi atas kendala yang dihadapi petani, sehingga produk yang dihasilkan dapat memenuhi kebutuhan konsumen.
3. Memiliki brand atau merek sendiri yaitu Eptilu "*Fresh From Farm*" (segar dari kebun). Kepemilikan brand atau merek Eptilu "*Fresh From Farm*"

membawa nilai tambah berupa kepercayaan konsumen, karena produk Eptilu sendiri telah tersertifikasi prima 3 yang menjamin produk berkualitas dan aman untuk dikonsumsi.

4. Memberikan kemudahan bagi pelanggan untuk memesan produk dengan menggunakan media online *by WhatsApp* untuk melakukan pemesanan.
5. Pembayaran bisa dilakukan melalui via transfer & cash.
6. Koperasi Eptilu berkomitmen menjamin kepastian pasar, harga dan pembayaran kepada anggota petani mitra.
7. Koperasi Eptilu menjamin kontinuitas dan kualitas terhadap pelanggan pasar.

Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran yang digunakan oleh Koperasi Eptilu dalam mendistribusikan produknya menggunakan tiga saluran pemasaran, diantaranya:

1. Penjualan Langsung, Koperasi Eptilu menjual secara langsung produk hortikultura kepada konsumen akhir.
2. Pasar mitra, Koperasi Eptilu menjual produknya kepada konsumen melalui perantara (pasar mitra). Koperasi Eptilu akan menyediakan produk ke pasar untuk tujuan dijual ke konsumen akhir.
3. Koperasi eptilu juga mempromosikan produknya melalui sosial media seperti Instagram (@eptilu.id dan @koperasieptilu), tiktok (@eptilu) dan Facebook (@eptilu)

Hubungan dengan Konsumen

Eptilu menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan, koperasi Eptilu melakukan komunikasi secara langsung dengan pelanggan, terbuka dalam menerima kritik dan saran, serta menjaga kualitas produk yang dijual agar pelanggan selalu merasa puas. Selain itu, Koperasi Eptilu juga melayani pengiriman produk pesanan di Kabupaten Garut dan sekitarnya dengan tetap menjaga komitmen kerjasama. Koperasi Eptilu memiliki komitmen terhadap konsumen sebagai berikut:

1. Menjamin kualitas produk yang terkirim sesuai spek yang telah disepakati bersama
2. Pelayanan cepat & mengoptimalkan ketepatan waktu
3. Memberikan pelayanan *delivery* langsung ke tempat konsumen
4. Responsif apabila ada produk yang kurang dan stoknya tidak tersedia
5. Pembayaran bisa via *online* transfer
6. Menerima kritik & saran dari konsumen

Aliran Pendapatan

Sumber pendapatan berasal dari penjualan tiap masing-masing produk hortikultura yang dijualnya. Pendapatan Koperasi Eptilu berasal dari penjualan produk hortikultura seperti tomat, cabai, kentang, kubis, wortel, labu siam, sawi putih, bawang merah. Untuk total pendapatan penjualan produk hortikultura selama satu tahun terakhir yaitu pada tahun 2022 ± sebesar Rp2.112.506.200,00 dan Koperasi Eptilu memperoleh keuntungan ± sebesar 10% per tahun 2022 sebesar Rp211.250.620,00.

Aktivitas Kunci

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, Aktifitas Kunci dari Koperasi Eptilu sebagai berikut:

1. Aktivitas pemasaran dimulai dari pembelian produk hortikultura dari petani mitra, lalu dilakukan sortir dan *grading* yang bertujuan untuk memisahkan dan mengelompokkan hasil panen sesuai dengan kualitas yang telah ditentukan Eptilu sehingga dilakukan pengemasan menjadi produk hortikultura yang siap jual dan siap untuk didistribusikan ke pasar mitra. Sedangkan, untuk pesanan online dilakukan dengan cara pemesanan terlebih dahulu atau *system pre-order*.
2. Kegiatan produksi, Koperasi Eptilu melakukan sistem pola tanam dengan mengikuti permintaan pasar, seperti kebutuhan tomat, cabai, kentang dan kubis.

Permasalahan yang dihadapi pelanggan terkait dengan produk disampaikan kepada pemilik, selanjutnya akan dicarikan solusi terkait masalah tersebut.

Sumber Daya Kunci

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang dilakukan oleh peneliti, didapatkan data sebagai berikut:

1. Sumber daya fisik, yang dimiliki oleh koperasi eptilu adalah lahan, ruang pengolahan hasil panen, gudang, *green house*, *solar dryer*, kendaraan traktor, mobil truk, sepeda motor, serta alat mesin lainnya.
2. Sumber daya finansial, sebagai modal yang diperlukan dalam menjalankan kegiatan usaha berasal dari pinjaman bank dan keuntungan dari hasil penjualan produk hortikultura. Pengelolaan keuangan diatur sendiri oleh Koperasi Eptilu dengan mencatat aliran dana masuk dan aliran dana yang dikeluarkan selama kegiatan operasional berjalan.
3. Sumber daya intelektual, seperti pengetahuan budidaya, merek dagang yang dilindungi oleh hak cipta.
4. Sumber Daya Manusia, Koperasi Eptilu memiliki tenaga kerja tetap sebanyak 15 orang, dengan rincian struktur tenaga kerja Koperasi Eptilu yaitu, ketua, sekretaris, bendahara, divisi pembelian produk, divisi

pengembangan produksi, 8 orang karyawan gudang (*warehouse*) dan 2 orang divisi distribusi.

Rekanan Kunci

Koperasi Eptilu memiliki beberapa Rekanan Kunci, yang terdiri dari perbankan (BRI) sebagai kerjasama permodalan, perusahaan bibit/benih (*East West Seed Indonesia*), perusahaan pupuk (PT Pupuk Kujang), perusahaan pestisida (*Syngenta*), mitra pasar seperti Pasar Induk terbagi menjadi (Pasar Rawu Serang Banten, Pasar Tanah Tinggi Tangerang, Pasar Keramat Jati Jakarta, Pasar Cibitung Bekasi, Pasar Caringin Bandung) dan Pasar Premium terbagi menjadi (Eden Farm, Tani Hub, Segari, Paskomnas).

Struktur Pembiayaan

Koperasi Eptilu menganggung biaya yang dibagi menjadi biaya tetap dan biaya variable. Biaya tetap terdiri dari biaya gaji karyawan, listrik, air, perawatan mesin dan peralatan produksi. Sedangkan, biaya variable meliputi biaya produksi (pembelian bibit, plastik mulsa, ajir bambu, dan saprotan) biaya pembelian produk hortikultura, biaya penanganan pasca panen, biaya pengiriman, biaya pengolahan, serta biaya gaji karyawan lepas.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pada penelitian ini, menunjukkan bahwa saat ini Koperasi Eptilu dalam kegiatan bisnis sehari-harinya telah menerapkan sebuah konsep model bisnis yang telah memenuhi syarat ketentuan dari kesembilan elemen yang ada di dalam konsep *Business Model Canvas* yaitu segmentasi konsumen dimana koperasi eptilu lebih banyak melakukan penjualan kepada konsumen diluar Kabupaten Garut, proporsi nilai yang menjadi daya tarik produk Koperasi Eptilu karena kualitas produk yang tersertifikasi juga jaminan kontinuitas dan kepastian pasar, saluran pemasaran yang menjadi tujuan utama pemasaran eptilu adalah pasar mitra, hubungan dengan konsumen dimana Eptilu sangat menerima kritik dan saran baik dari konsumen ataupun petani, aliran pendapatan utama bagi Koperasi Eptilu adalah penjualan produk hortikultura dan penjualan bibit, sumber daya kunci yang diutamakan eptilu adalah peningkatan kualitas sumber daya manusia melalui bimbingan secara langsung terhadap petani, kegiatan kunci Koperasi Eptilu bergerak pada proses produksi dan distribusi produk hortikultura, rekanan kunci Koperasi Eptilu yaitu para pihak yang berkepentingan dalam peningkatan hasil peroduk pertanian seperti instansi pemerintah dan perusahaan benih, obat, pupuk, dan pasar mitra, dan yang terakhir struktur pembiayaan Eptilu berfokus pada biaya produksi dan beban gaji karyawan.

Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian ini, maka peneliti menyarankan Koperasi Eptilu untuk melakukan penelitian lanjutan yang memerlukan analisis pengembangan Koperasi Eptilu untuk langkah strategis di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. (2021). *Produksi Tanaman Sayuran Menurut Kabupaten/Kota, 2015-2019*. Jawa Barat. Indonesia
- Jamira, A., Agustiningih, N., & Febriani, Y. (2021). The Implementation Of Business Model Canvas (Bmc) To Improve Students' entrepreneurship Mindset. *Dinasti International Journal of Education Management and Social Science*, 2(3), 395-403.
- Koib, Y., & Simamora, L. (2022). Persepsi Petani Tentang Pentingnya Koperasi Pertanian. *Jambura Agribusiness Journal*, 3(2), 56-68.
- Mawarzani S dan Marazaenal A. (2020). Pengembangan Koperasi Berorientasi Bisnis. *Jurnal Tirai Edukasi*. 1(4).
- Osterwalder A, Pigneur Y. (2012). *Business Model Generation*. Jakarta (ID): PT Elex Media Komputindo.
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., Smith, A., & Etienneble, F. (2020). *The Inevitable Company: How To Constantly reinvent your organization with inspiration from the world's best business models* (Vol. 4). John Wiley & Sons.
- Tian X, Martin B. (2014). Business Models For Higher Education: An Australian Perspective. *Journal of Management Development* 33 (10): 932-948.
- Yanuar, R., Tinaprilla, N., Rachmania, M., & Harti, H. (2022). Dampak Kemitraan *Closed Loop* Terhadap Pendapatan dan Efisiensi Usahatani Cabai. *Jurnal Agribisnis Indonesia (Journal of Indonesian Agribusiness)*, 10(1), 180-199.