

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Sektor pertanian Indonesia memiliki peranan yang cukup penting dalam rangka meningkatkan perekonomian nasional (Nopriyandi & Haryadi, 2017). Pembangunan pertanian harus diarahkan menuju pembangunan pertanian yang berkelanjutan (*sustainable agriculture*) yang berorientasi pada tiga dimensi keberlanjutan, yaitu: keberlanjutan usaha ekonomi (*profit*), keberlanjutan kehidupan sosial manusia (*people*), keberlanjutan ekologi alam (*planet*) (Ginting, Nainggolan, & Siahaan, 2017).

Direktorat Jenderal Perkebunan dalam renstra 2015-2019 menempatkan komoditas kopi menjadi salah satu komoditas yang menjadi sasaran pokok sub agenda prioritas peningkatan agroindustri yaitu peningkatan produksi komoditas andalan dan prospektif ekspor serta mendorong perkembangan agroindustri di pedesaan, selain komoditas kelapa sawit, kakao, teh dan kelapa (Renstra Kementerian Pertanian, 2015-2019). Sebagai produsen kopi keempat terbesar di dunia, Indonesia menempatkan kopi sebagai salah satu komoditas unggulan perkebunan. Tahun 2016, nilai ekspor kopi menempati urutan kelima komoditas terbesar di Indonesia setelah kelapa sawit, karet, kakao dan kelapa dengan nilai perdagangan mencapai 1,01 Milyar US\$ atau berkontribusi 3,94% terhadap nilai perdagangan komoditas perkebunan yang mencapai 25,58 milyar US\$ (Pusat Data Sistem Informasi Pertanian, 2017).

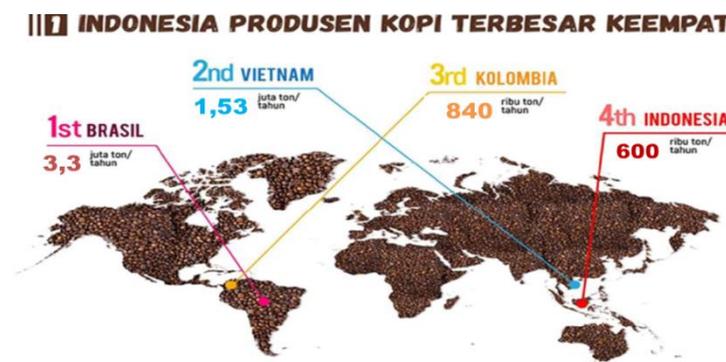
Kopi merupakan salah satu komoditas unggulan pertanian yang mempunyai kontribusi yang cukup nyata dalam perekonomian Indonesia yaitu sebagai penghasil devisa, sumber pendapatan petani, penghasil bahan baku industri, penciptaan lapangan kerja dan pengembangan wilayah (Lestari Baso & Anindita, 2018). Permasalahan yang dihadapi agribisnis kopi Indonesia cukup kompleks mulai dari hulu hingga ke hilir. Di sisi hulu, tingkat produktivitas kopi Indonesia lebih rendah dibandingkan dengan negara produsen utama kopi dunia (Rahmi, Marsudi, & Zaiyah, 2017).

Fanji Wijaya, 2019

**USULAN STRATEGI BISNIS DALAM MENGEMBANGKAN USAHA PADA KELOMPOK TANI KOPI BUNTIS DENGAN MENGGUNAKAN TRIPLE LAYERED BUSINESS MODEL CANVAS**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Salah satu faktor penentu keberhasilan pengembangan kopi ialah adanya dukungan ketersediaan bahan tanam unggul dan bermutu. (Kusumaningsih, Saptaningrum, Maria, & Khalimah, 2018) Pengolahan kopi sangat berperan penting dalam menentukan kualitas dan cita rasa kopi. Berdasarkan data yang dilansir oleh *International Coffee Organization* (ICO), dunia ini telah memproduksi sekitar 9 juta ton kopi pada tahun 2018. Indonesia merupakan negara penghasil kopi terbesar ke-4 dunia setelah Brazil, Vietnam dan Kolombia.



**Gambar 1. 1** 4 Negara Penghasil Kopi Terbesar di Dunia  
*Sumber: International Coffee Organization (ICO), 2018*

Berdasarkan data pada gambar 1.1(ICO, 2018) sekitar 36% atau sekitar 3,3 juta ton merupakan hasil produksi dari Brasil yang saat ini merupakan negara penghasil kopi terbanyak di dunia. Berada di urutan kedua adalah Vietnam dengan jumlah produksinya sebesar 1,53 juta ton kopi, diposisi ketiga adalah Kolombia dengan jumlah produksi sebanyak 840 ribu ton dan Indonesia menduduki urutan keempat dengan jumlah produksi sebanyak 600 ribu ton kopi. Menurut (Jamil, 2019) Indonesia memiliki pangsa ekspor kopi terendah dibandingkan dengan negara eksportir utama lainnya, *indeks revealed comparative advantage* (RCA) dan *constant market share* (CMS) menunjukkan bahwa Indonesia relatif memiliki daya saing, meskipun masih relatif lebih rendah dibandingkan dengan negara lainnya. Upaya yang dapat ditempuh dalam rangka untuk meningkatkan daya saing kopi Indonesia adalah peningkatan produktivitas dan kualitas berbasis kekhasan kopi tertentu.

Perkembangan kopi secara nasional berdampak positif terhadap peningkatan perekonomian masyarakat Indonesia yang melibatkan sekitar 1,96 juta rumah

Fanji Wijaya, 2019

**USULAN STRATEGI BISNIS DALAM MENGEMBANGKAN USAHA PADA KELOMPOK TANI KOPI BUNTIS DENGAN MENGGUNAKAN TRIPLE LAYERED BUSINESS MODEL CANVAS**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

tangga (RT) petani (Badan Pusat Statistik, 2013). Menurut data Direktorat Jenderal Perkebunan 2017 produksi nasional kopi pada tahun 2015 adalah 639 ribu ton. Kementerian Pertanian menargetkan produksi kopi pada tahun 2019 sebesar 778 ribu ton. Namun, dalam periode 2010–2014 produksi kopi tidak mengalami kenaikan yang cukup signifikan, hanya rata – rata pertumbuhan 1.03 % per tahun (Renstra Kementerian Pertanian, 2015-2019).

Luas perkebunan kopi di Indonesia dibedakan menjadi Perkebunan Besar Negara (PBN), Perkebunan Besar Swasta (PBS) dan Perkebunan Rakyat (PR). Perkembangan luas area kopi Indonesia didominasi Perkebunan Rakyat (PR) mencapai 96%. Hal ini dapat dilihat pada Tabel 1.1 (Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian, 2018).

**Tabel 1. 1** Luas Area dan produksi Kopi Di Indonesia (Ha) Tahun 1980 – 2018

Tahun	Perkebunan Besar Negara		Perkebunan Besar Swasta		Perkebunan Besar Rakyat		Total Area	
	Luas Area	Produksi	Luas Area	Produksi	Luas Area	Produksi	Luas Area	Produksi
1980	20,925	13,212	22,938	5,466	663,601	276,295	707,464	294,973
1990	25,834	15,566	29,889	12,737	1,014,125	384,464	1,069,848	412,767
2000	40,645	29,754	27,720	9,924	1,192,322	514,896	1,260,687	554,574
2010	22,681	14,065	24,873	14,947	1,162,810	657,909	1,210,364	686,921
2015	22,366	19,703	24,391	17,281	1,183,043	602,371	1,229,800	639,355
2016	23,366	14,628	24,391	17,238	1,198,900	632,005	1,246,657	663,871
2017	23,509	14,672	25,405	17,300	1,204,882	636,705	1,253,797	668,677
2018	23,525	14,755	25,445	17,715	1,210,166	642,165	1,259,136	674,635

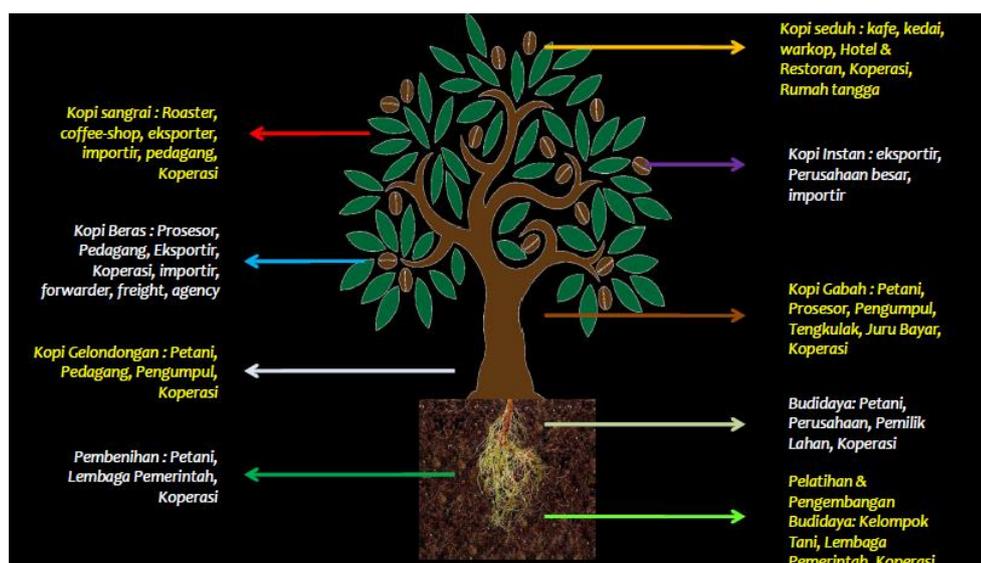
*Sumber: Statistik Perkebunan Indonesia Komoditas Kopi 2016-2018*

Luas area kopi di Indonesia pada periode 1980-2018 mengalami peningkatan sebesar 551,672 ha. Dengan rata-rata laju pertumbuhan luas area kopi sebesar 2,28% per tahun atau bertambah 14,51 ribu ha per tahun. Hal ini sangat mendukung dalam meningkatkan kapasitas produksi kopi di Indonesia (Renstra Kementerian Pertanian, 2015-2019).

Sejalan dengan pola perkembangan luas area, produksi kopi Indonesia juga mengalami kecenderungan peningkatan produksi pada periode 1980–2018 produksi kopi dilahan perkebunan rakyat (PR) mencapai share 95,18% atau

mencapai rata-rata produksi 149,483 ton pertahun, sementara produksi kopi milik kebun negara (PBN) dan kebun milik swasta relatif kecil (PBS) yaitu berkontribusi kurang dari 5% atau mencapai share hanya 2.18% dan 2.62% atau produksi kopi beras rata-rata 4,812 ton dan 3,741 ton pertahun. Fluktuasi produksi kopi sangat terlihat terutama pada perkebunan besar swasta dan perkebunan besar Negara, hal ini menunjukkan bahwa potensi produksi kopi di Indonesia masih dapat ditingkatkan. Rendahnya produktivitas kopi Indonesia disebabkan karena 95% kopi Indonesia merupakan perkebunan rakyat yang umumnya belum menggunakan bibit kopi unggul, teknik budidaya yang masih sederhana serta lambat melakukan peremajaan tanaman, minimnya sarana dan prasarana pendukung mengakibatkan rendahnya mutu kopi Indonesia (Rahmi et al., 2017).

Pencapaian target produksi kopi harus didukung oleh berbagai faktor pendukung seperti peningkatan luas area tanam, penggunaan bibit/benih varietas unggul, penerapan teknologi budi daya yang tepat, intervensi pemerintah melalui kegiatan rehabilitasi, dan pemberdayaan petani (M. Syakir dan E. Surmaini, 2017). Guna memacu industri kopi Kementerian Perindustrian telah memfasilitasi melalui beberapa kebijakan yaitu kopi masuk dalam jenis industri pangan dalam tahapan pembangunan industri prioritas untuk dikembangkan (PP No.14, 2015 Rencana Induk Pembangunan Nasional, 2015-2035).



**Gambar 1. 2** Pohon Industri Kopi  
Sumber: Koperasi Mitra Malabar, 2019

Fanji Wijaya, 2019

**USULAN STRATEGI BISNIS DALAM MENGEMBANGKAN USAHA PADA KELOMPOK TANI KOPI BUNTIS DENGAN MENGGUNAKAN TRIPLE LAYERED BUSINESS MODEL CANVAS**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Tidak ada akar maka tidak ada kopi, petani merupakan akar dari industri kopi, berperan penting dalam mengembangkan serta melestarikan industri kopi (Faqih, 2019). Petani kopi merupakan bagian awal dari perjalanan cita rasa sebuah kopi dan memiliki porsi yang cukup besar dengan asumsi secara persentatif yaitu 60%, pengelolaan di kebun (oleh petani) memberi dampak rasa pada kopi hingga 60%, kemudian tahapan penyangraian memiliki persentase penentuan kualitas cita rasa kopi sebesar 30%, posisi barista dan juga brewer hanya memiliki porsi dalam penentuan kualitas cita rasa kopi sebesar 10% (Wikikopi, 2016).

Di Kabupaten Bandung sendiri terdapat 93 Kelompok Tani yang sudah terdaftar dalam Dinas Pertanian Provinsi Jawa Barat (Disbun Jabar 2019). Dengan jumlah luas perkebunan seluas 31.892 Ha (Dinas Pertanian Kabupaten Bandung, 2018).



**Gambar 1.3** Luas Lahan dan Penyebaran Kelompok Tani Kopi di Kabupaten Bandung, 2018

Sumber: *Dinas Perkebunan Prov Jawa Barat, digambar ulang oleh penulis, 2019*

Berdasarkan data pada gambar 1.3 Kopi Kabupaten Bandung ditanam di atas 1.000 mdpl sehingga dapat menghasilkan kopi bercita rasa dan berkualitas tinggi, Luas lahan Lahan Kopi Perkebunan Rakyat di kabupaten Bandung tahun 2016 adalah 10.273 Ha dengan produksi 7.023 ton berasan, pengolahan kopi Kabupaten Bandung sudah disajikan dengan sangat baik sehingga mampu memberikan nilai tambah yang cukup tinggi kopi yang diproduksi di Kabupaten

Fanji Wijaya, 2019

**USULAN STRATEGI BISNIS DALAM MENGEMBANGKAN USAHA PADA KELOMPOK TANI KOPI BUNTIS DENGAN MENGGUNAKAN TRIPLE LAYERED BUSINESS MODEL CANVAS**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Bandung terkenal dengan sebutan kopi *Arabika Java Preanger* (Dinas Pertanian Kab Bandung, 2018). Untuk itu merupakan potensi yang besar untuk meningkatkan produksi serta kualitas kopi di Kabupaten Bandung. Dalam perjalanannya Kelompok Tani Kopi yang berada di Kabupaten Bandung telah mempunyai beberapa prestasi tingkat Nasional maupun Internasional diantaranya:

**Tabel 1. 2** Prestasi Kelompok Tani Kopi di Kabupaten Bandung

No	Kelompok Tani	Prestasi
1	Kopi Gunung Puntang Kecamatan Banjaran	Juara Dunia dalam Specialty Coffee Association of America Expo di Atlanta, Amerika Serikat, 14-17 April 2016, Juara Pertama untuk Latte, Brewer dan Steampunk Pada kompetisi Roaster's Choice Award di Thailand
2	Kelompok Tani Wanoja Kecamatan Ibum	Memenangkan Kontes Kopi Specialty Indonesia Ke- 7 Tahun 2015 yang diselenggarakan oleh AEKI (Asosiasi Eksportir dan Industri Kopi Indonesia bekerjasama dengan Pusat Penelitian Kopi dan Kakao Indonesia yang dimenangkan oleh Ibu Hj. Eti Sumiati dari kelompok taniWanoja kecamatan Ibum kabupaten Bandung dan pada kontes kopi specialty ke-8 pada tahun 2016, 10 besar kopi terbaik se-Indonesia sebagian besar di dominasi kopi dari Kabupaten Bandung.
3	Kopi Malabar Kecamatan Pangalengan	Meraih Penghargaan dari Australian International Coffee Award 2015-2016
4	Kelompok Tani Rahayu di Kecamatan Pangalengan	Penghargaan kepada Kelompok Kopi Tani Rahayu di Kecamatan Pangalengan oleh Pusat Penelitian Kopi dan Kakao Indonesia dalam rangka Festival Kopi Nusantara Tahun 2011 sebagai Fovorit III untuk Kopi Jenis Arabika Meraih Penghargaan dari Menteri Pertanian Pada Tahun 2009 Atas prakarya kelompok Tani Kopi Rahayu Kecamatan Pangalengan, Pada festival kopi di Dublin, Irlandia bahkan mengalahkan kopi Afrika. Natanael menuturkan “Selama ini, kopi yang diakui berkualitas unggul berasal dariAfrika Selatan. Namun, kopi dari Kabupaten Bandung ternyatamendapatkan skor lebih tinggi pada festival kopi di Dublin”(Sumber: Koran Sindo, 6 November 2014).

*Sumber: Dinas Perkebunan Provinsi Jawa Barat, 2019*

Kabupaten Bandung *is Specialty Coffee*, memperhatikan prestasi-prestasi kopi dari Kabupaten Bandung hingga menjadi Juara Dunia dalam *Specialty Coffee Association of America Expo* di Atlanta, Amerika Serikat, 14-17 April 2016 menjadikan kopi Kabupaten Bandung semakin terkenal dikancah Intenasional. Namun dalam perjalanan industri kopi di Kabupaten Bandung terdapat Kelompok Tani kopi yang masih belum maksimal pengelolaannya maupun pemasarannya yaitu Kelompok Tani Kopi Buntis yang belum tercatat di Dinas Perkebunan

Fanji Wijaya, 2019

**USULAN STRATEGI BISNIS DALAM MENGEMBANGKAN USAHA PADA KELOMPOK TANI KOPI BUNTIS DENGAN MENGGUNAKAN TRIPLE LAYERED BUSINESS MODEL CANVAS**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

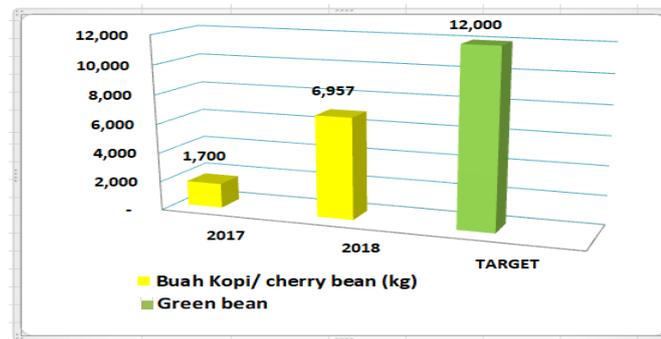
Provinsi Jawa Barat sejak berdiri tahun 2017 kelompok tani ini termuda.

Kelompok Tani Kopi Buntis adalah merupakan wadah berkumpulnya segenap petani yang memiliki lahan pertanian perkebunan yang masih belum maksimal pengolahannya, kelompok swadaya masyarakat petani yang bergabung dan tumbuh berdasarkan keakraban, keselarasan serta kesamaan kepentingan dalam pemanfaatan sumber daya pertanian untuk bekerja sama dalam meningkatkan produktivitas usaha dibidang pertanian dengan kesadaran dan keinginan yang kuat sekaligus sebagai upaya membantu pemerintah dalam mengentaskan kemiskinan dan menekan angka pengangguran diwilayah Dusun Buntis Desa Cimenyan Kabupaten Bandung.



**Gambar 1. 4** Potret Tani Kopi Buntis  
*Sumber: Kelompok Tani Kopi Buntis, 2019*

Kelompok Tani Buntis dibentuk pada tanggal 04 Desember 2016 sesuai dengan SK Kemenkumham No.AHU.0004414.AH.01.07 Tahun 2017 SK perkumpulan “Kelompok Tani Kopi Buntis”, dengan harapan yaitu melakukan kegiatan pertemuan rutin bulanan. Selain itu juga berusaha tertib dalam administrasi baik pembukuan maupun keuangan. Perkumpulan Petani Kopi Buntis sedang membutuhkan bantuan pengolahan pasca panen dan marketing menjelang panen (Odesa Indonesia, 2017). Setelah dibentuk kopi buntis telah menjalani 2 kali panen data dapat dilihat pada gambar 1.5:



**Gambar 1.5** Produksi Kopi Kelompok Tani Kopi Buntis  
*Sumber: Bendahara Kelompok Tani Kopi Buntis, 2019*

Sesuai data pada gambar 1.5 hasil panen kopi di kampung Buntis masih belum maksimal, panen pertama tahun 2017 sebanyak 1.700 cherry bean (biji yang baru dipetik) dan yang kedua sebanyak 6.957 cherry bean. Sedangkan permintaan pasar khususnya kedai-kedai kopi di Kota Bandung sebanyak 12.000 green bean (biji kopi yang sudah mengelupas dari kulitnya dan dijemur kering sampai kadar air 10-12%). Sedangkan proses produksi yang dilakukan oleh petani kopi Buntis masih membuat para petani mengeluarkan biaya yang cukup tinggi untuk proses pengolahan biji kopi. Potensi pengembangan kelompok tani kopi Buntis harus terus ditingkatkan mengingat konsumsi Nasional kopi di Indonesia terus menaik namun produksi menurun



**Gambar 1.6** Konsumsi Kopi Nasional 2016-2021  
*Sumber: Pusat Data & Sistem Informasi Pertanian Kementerian Pertanian, 2016*

Sesuai pada gambar 1.6 Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian Kementerian Pertanian konsumsi kopi nasional pada 2016 mencapai sekitar 250 ribu ton dan tumbuh 10,54% menjadi 276 ribu ton. Konsumsi kopi Indonesia  
**Fanji Wijaya, 2019**

sepanjang periode 2016-2021 diprediksi tumbuh rata-rata 8,22%/tahun. Pada 2021 pasokan kopi diprediksi mencapai 795 ribu ton dengan konsumsi 370 ribu ton, sehingga terjadi surplus 425 ribu ton. Sekitar 94,5% produksi kopi di Indonesia dipasok dari pengusaha kopi perkebunan rakyat. Adapun 72,84% produksi kopi nasional merupakan jenis robusta yang berasal dari sentra kopi di Sumatera Selatan, Lampung, Bengkulu, Jawa Timur dan Jawa Tengah. Kopi yang ditanam oleh Kelompok Tani Buntis berjenis Arabika karena memiliki ketinggian tanah dari 1.200 s/d 1.400 m dpl ini sangat baik untuk kopi berjenis arabika, sedangkan komposisi kopi Indonesia ialah



**Gambar 1. 7** Komposisi Kopi Yang Dihasilkan Indonesia  
*Sumber: International Coffee Organization (ICO), 2018*

Memperhatikan gambar 1.7 peluang yang besar untuk Kelompok tani Kopi Buntis dalam mengembangkan kopi berjenis arabika mengingat masih sedikitnya produksi kopi arabika di Indonesia. Pemilihan strategi sebagai pendorong keberhasilan suatu organisasi mencapai tujuan menjadi penting, Pemilihan strategi tepat jika pada tahap awal dilakukan identifikasi dan pemetaan kondisi organisasi. Selain itu, sinergitas strategi terhadap tujuan atau sasaran lembaga juga penting dibangun supaya strategi yang dipilih dapat mendukung pencapaian tujuan organisasi (Widianti, 2016).

Dalam penelitian ini menggunakan *The Triple Layered Business Model Canvas* (TLBMC) dengan analisis yang dikombinasikan memakai analisis SWOT yang dapat diukur dari indikator kelemahan dan kekuatan faktor eksternal dan internal yang ada pada industri kopi. Analisis ini dibuat berdasarkan masing-masing elemen yang terkait dalam melihat bisnis di masa depan.

Analisis SWOT didasarkan pada premis bahwa strategi yang efektif memaksimalkan kekuatan dan peluang, dan meminimalkan kelemahan dan ancaman. premis sederhana ini akan memiliki pengaruh besar pada pemilihan dan perumusan strategi yang efektif dalam hal implementasi yang tepat. Metode ini,

yang digunakan untuk sebagian besar dalam pengembangan strategis, mengidentifikasi semua faktor yang mempengaruhi lingkungan operasi organisasi dan mencerminkan strategi yang disesuaikan dengan situasi saat ini (Shafieyan & Homayounfar, 2017).

Setelah melakukan analisis SWOT maka selanjutnya membuat langkah-langkah analisis alternative strategi yaitu: langkah 1 mengidentifikasi komponen faktor - faktor internal dan eksternal; langkah 2 melakukan analisis faktor internal (Internal Factor Analysis Summary (IFAS)) dan analisis faktor eksternal (External Factor Analysis Summary (EFAS)) berdasarkan bobot dan rating masing - masing komponen dan langkah 3 melakukan tahap pencocokan antara hasil analisis IFAS dan EFAS untuk memperoleh matriks grand strategy dan matriks IE atau Internal – Eksternal (Fred R & David, 2017).

*The Triple Layered Business Model Canvas (TLBMC)* adalah alat yang praktis dan mudah digunakan yang mendukung dalam mengembangkan, memvisualisasikan, dan mengkomunikasikan inovasi model bisnis yang berkelanjutan (Stubbs & Cocklin, 2008b). TLBMC mengikuti pendekatan *triple-bottom line* tentang keberlanjutan organisasi (Elkington, 1994), membahas secara eksplisit dan mengintegrasikan penciptaan nilai ekonomi, lingkungan, dan social sebagai inti dari model bisnis organisasi. Khususnya TLBMC memanfaatkan analisis siklus hidup dan perspektif manajemen dan pemangku kepentingan dalam *canvas* lingkungan dan sosial yang baru dibuat untuk membuat konsep dan menghubungkan beberapa jenis penciptaan nilai dalam perspektif model bisnis (Joyce & Paquin, 2016).

Dalam penelitian ini melibatkan keterlibatan masyarakat. *Community engagement* ialah proses kerjasama dari bekerja dengan kelompok untuk mengatasi kehidupan yang lebih baik, melintasi batas-batas disiplin ilmu dan menggunakan beberapa pengetahuan dari dalam dan luar kelompok (Tiwari & Pandya, 2014). Tahap pelibatan masyarakat merupakan tahap yang kritis dalam pengembangan komunitas. Tahap ini memerlukan usaha yang lebih untuk membangun pondasi yang kuat di kelompok agar siap menuju tahap selanjutnya

(pra kondisi). Dari pengalaman di lapangan, terdapat 3 (tiga) indikator yang menjadi ukuran keberhasilan dalam melakukan pelibatan masyarakat. 1) terbangunnya hubungan dengan kelompok sasaran 2) terbangunnya kepercayaan 3) terbangunnya isu bersama dan adanya aksi kolektif (Veriasa, 2017).

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk mengkaji permasalahan tersebut dengan judul penelitian **“Usulan Strategi Bisnis Dalam Mengembangkan Usaha Pada Kelompok Tani Kopi Buntis Dengan Menggunakan *Triple Layered Business Model Canvas*”**

## **1.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah**

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

Fokus masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah agar memperkuat ekonomi kaum tani yang tertinggal di Kawasan Kabupaten Bandung Khususnya Kelompok Tani Kopi Buntis

### **1.2.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah, maka pertanyaan yang ingin dijawab dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana gambaran usaha pada kelompok tani kopi Buntis menggunakan analisis SWOT?
2. Bagaimana formulasi strategi yang harus diterapkan dalam TLBMC (*Triple Layered Business Model Canvas*)?
3. Bagaimana bagian-bagian TLBMC (*Triple Layered Business Model Canvas*) saling berhubungan dalam organisasi dan di seluruh rantai pasokan dan jaringan pemangku kepentingan?
4. Bagaimana kelompok menghasilkan nilai, atau menciptakan laba, melalui interkoneksi tersebut?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Gambaran kemampuan kondisi bisnis pada kelompok tani Buntis dengan menggunakan analisis SWOT.

2. Bagaimana formulasi yang tepat dalam menerapkan strategi TLBMC (*Triple Layered Business Model Canvas*)?
3. Bagaimana menciptakan bagian-bagian TLBMC (*Triple Layered Business Model Canvas*) saling berhubungan dalam organisasi dan di seluruh rantai pasokan dan jaringan pemangku kepentingan
4. Bagaimana membangun kelompok menghasilkan nilai, atau menciptakan laba, melalui interkoneksi tersebut.

#### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Kegunaan penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu kegunaan teoritis dan kegunaan praktis.

##### **1.4.1 Kegunaan Teoritis**

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu manajemen, khususnya dalam bidang kewirausahaan yang berkaitan dengan kemampuan *entrepreneur*, pengembangan kelompok, inovasi, dan keberhasilan usaha.

##### **1.4.2 Kegunaan Praktis**

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan juga manfaat secara praktis, yakni:

- a. Wirausahawan (petani kopi) : studi kelayakan bisnis bermanfaat bagi para wirausahawan sebagai pedoman dalam mengembangkan usaha untuk lebih menjamin, langkah-langkah strategis dalam meningkatkan produksi hasil panen petani
- b. Pemerintah: studi kelayakan bisnis bermamfaat bagi pemerintah dan masyarakat (petani kopi) sebagai kajian pemerintah mencakup kelayakan suatu usaha kopi yang dilakukan sehingga mampu memberikan kontribusi terhadap pendapatan daerah.
- c. Bagi pihak lain, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan wawasan, pengetahuan, dan informasi.