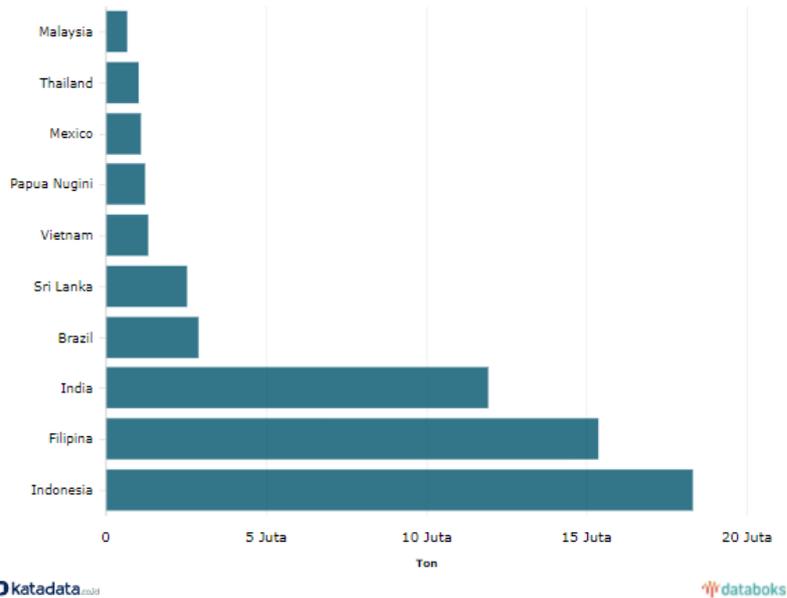


BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

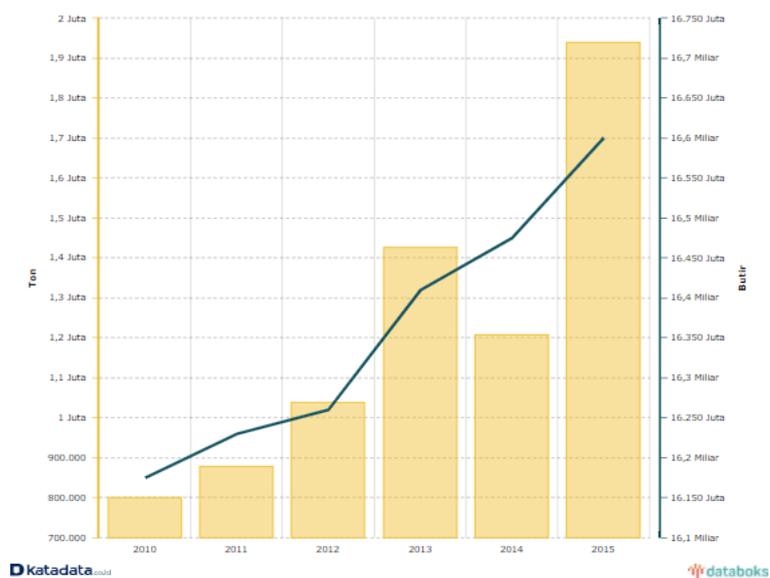
Indonesia merupakan sebuah negara kepulauan yang memiliki kekayaan sumber daya alam yang melimpah, baik sumber daya alam hayati, maupun sumber daya alam non hayati. Potensi kekayaan alamnya mulai dari kekayaan laut, darat, bumi dan kekayaan alam lainnya yang terkandung di dalam bumi Indonesia. Salah satunya adalah kekayaan akan luas tanah yang cukup luas dan subur, Indonesia selalu kaya dengan hasil dari pertanian seperti padi, kedelai, jagung, kelapa (*coconut*), kelapa sawit, kacang tanah, ketela pohon, ubi jalar dan yang lainnya. Selain itu, ada juga hasil dari pertanian yang disebut sebagai hasil pertanian tanaman perdagangan yaitu teh, kopi, kelapa, kina, cengkeh, tebu, karet dan yang lainnya. Untuk itu, agrobisnis merupakan salah usaha yang sangat menjanjikan untuk masyarakat Indonesia.

Agrobisnis merupakan usaha yang berhubungan dengan (tanah) pertanian (KBBI, 2018). Salah satu objek agrobisnis yang menjanjikan di Indonesia adalah kelapa (*coconut*). Pada tahun 2016, produksi kelapa Indonesia mencapai 18,3 juta ton dan ini merupakan yang tertinggi di dunia. Filipina dan India menjadi produsen terbesar kedua dan ketiga dengan masing-masing produksi mencapai 15,4 dan 11,9 juta ton kelapa. Sepuluh produsen terbesar didominasi negara-negara dari wilayah Asia dengan iklim tropis, hanya Brazil dan Meksiko yang berasal dari luar Asia yang memproduksi kelapa dengan jumlah yang besar (Databoks1, 2016). Berikut merupakan data produksi kelapa terbesar di dunia tahun 2016.



Gambar I. 1 Data Produksi Kelapa Terbesar di Dunia Tahun 2016

Ekspor kelapa Indonesia menunjukkan peningkatan pada periode 2010-2015. Pada 2010, ekspor kelapa dan sabut Indonesia baru mencapai 850 ribu ton, namun pada 2015 telah meningkat dua kali lipat menjadi 1,7 juta ton. Ekspor kelapa Indonesia rata-rata mengalami kenaikan sekitar 15,14 persen per tahun (Databoks2, 2016). Berdasarkan faktor dan data di atas, menjadi alasan yang kuat untuk Grand Coco Village berkecimpung dalam bisnis tanaman kelapa. Berikut merupakan data ekspor kelapa di Indonesia pada tahun 2010-2015.



Gambar I. 2 Data Ekspor Kelapa di Indonesia Tahun 2010-2015

Salah satu usaha yang memanfaatkan kekayaan alam Indonesia adalah GCV (Grand Coco Village). Grand Coco Village adalah usaha *kavling* produktif perkebunan kelapa yang terintegrasi dengan agro industri dan wisata yang merupakan salah satu investasi jangka panjang yang aman. *Kavling* produktif ini satu bagian di hulu untuk berkontribusi bagaimana cara pengembangan kelapa dan industri kelapa sebagai bahan baku. Indonesia memiliki luasan 3,6 juta hektar perkebunan kelapa di dunia. Namun sayangnya, kondisi kelapa itu kebanyakan tua akibat pola penanaman yang tidak teratur. Oleh sebab itu, Grand Coco Village hadir dalam peluang bisnis kelapa dengan sistem pola penanaman yang menghasilkan populasi produksi lebih banyak ketimbang penanaman secara tradisional tersebut (Suarakarya, 2019).

Gambar I. 3 Iklan Bisnis Perkebunan Grand Coco Village

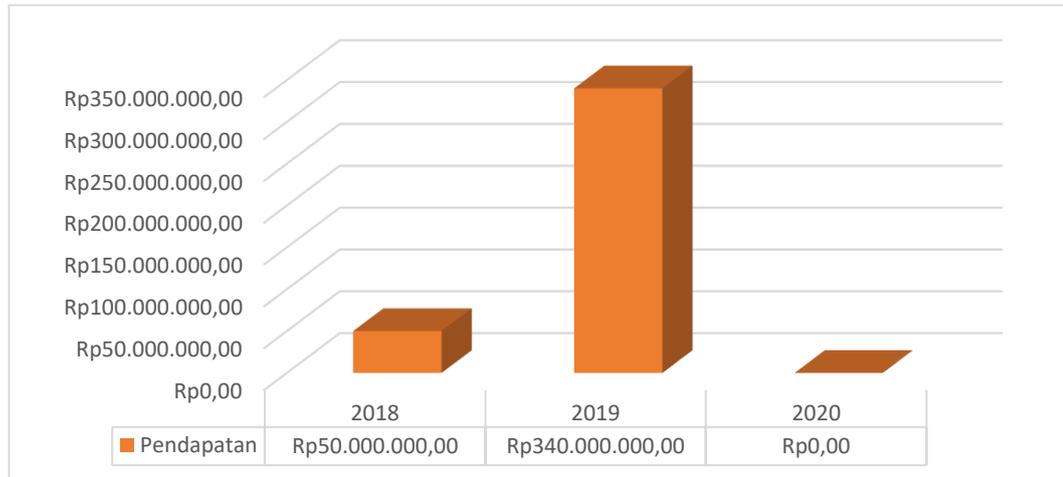
Grand Coco Village merintis bisnis nya pada tahun 2018. Langkah-langkah yang dilakukan perusahaan pun cukup baik untuk menarik pelanggan berinvestasi dalam bisnis perkebunan kelapa dengan penawaran yang cukup menarik seperti pada Gambar I.3 di atas. Grand Coco Village juga memiliki tim manajemen operasi yang terdiri dari para professional di bidang properti, pertanian,

manajemen, dan keuangan serta tim ahli dari alumni IPB (Institut Pertanian Bogor). Ada beberapa faktor tanaman kelapa menjadi produk utama dari Grand Coco Village yaitu bahan baku tanaman kelapa di Indonesia yang melimpah, tidak bisa disubstitusi, minim kompetitor, pasar luas dan bebas, serta nilai ekonomi yang tinggi. Produk kelapa juga dapat diolah semua bagiannya seperti sabut kelapa, batok kelapa, daging kelapa, dan air kelapa yang nantinya dapat dijual kepada mitra atau pihak yang ingin bekerja sama dengan Grand Coco Village.



Gambar I. 4 Bisnis Grand Coco Village

Akan tetapi, akibat dari pandemi corona (Covid-19) ekonomi Indonesia menjadi lesu dan berdampak pada seluruh sektor industri di Indonesia. Grand Coco Village juga menjadi salah satu bisnis yang merasakan kerugian akibat pandemi ini. Dampak yang dialami oleh perusahaan antara lain yaitu terhentinya perluasan kebun karena investor berhenti mengeluarkan dana dan pembeli produk yang melakukan pemutusan transaksi. Selain itu, kegiatan pemasaran secara *offline* juga terhenti akibat pandemi ini. Sebelumnya, perusahaan giat mengikuti kegiatan *stand bazaar* dan *event-event* untuk mempromosikan produknya. Untuk itu, pandemi ini sangat mempengaruhi pendapatan dari perusahaan. Padahal, pada tahun 2019 terjadi peningkatan baik dalam sisi penjualan maupun keuntungan pada bisnis Grand Coco Village. Berikut merupakan datanya.



Gambar I. 5 Pendapatan Grand Coco Village Tahun 2018-2020

(Sumber: Grand Coco Village)

Pada Gambar I.5 di atas merupakan proyeksi pendapatan dari tahun 2018 hingga tahun 2020. Pada tahun 2018 hingga tahun 2019 terjadi peningkatan pendapatan karena adanya peningkatan jumlah pelanggan Grand Coco Village. Namun, pada tahun 2020, pendapatan berada pada titik nol rupiah karena tidak ada pelanggan yang berinvestasi pada tahun ini. Untuk melihat lebih jelas pelanggan yang berinvestasi pada Grand Coco Village, berikut merupakan data pelanggannya.

Tabel I. 1 Data Pelanggan Grand Coco Village Tahun 2018-2020

Pelanggan	Luas Tanah (m ²)	Lokasi	Metode Pembayaran	Biaya yang harus dibayar
A	1000	Banjarmasin	Kredit	Rp50.000.000,00
B	3000	Palembang	Kredit	Rp150.000.000,00
C	2000	Sukabumi	Cash	Rp90.000.000,00
D	2000	Sibolga	Kredit	Rp100.000.000,00

(Sumber: Grand Coco Village)

Berdasarkan pada Tabel I.1 di atas, terdapat empat pelanggan yang sampai saat ini telah berinvestasi dengan Grand Coco Village. Melalui informasi yang didapatkan dari pihak Grand Coco Village, biaya yang harus dibayar pelanggan untuk membuat 1000 m² perkebunan kelapa adalah sebesar Rp50.000.000. Metode pembayaran yang diberikan oleh perusahaan terbagi atas dua metode yaitu kredit

atau *cash* (tunai). Jika pelanggan melakukan pembayaran melalui *cash*, maka perusahaan akan memberikan potongan biaya sebesar Rp10.000.000 dari biaya yang harus dibayarkan oleh pelanggan.

Tabel I. 2 Estimasi Pendapatan Pelanggan Sekali Panen

Pelanggan	Jumlah Pohon Kelapa per 1000 m ²	Panen kelapa per pohon	Harga kelapa per butir	Total Pendapatan sekali panen	Bagi hasil untuk GCV (60%)	Bagi hasil untuk pelanggan (40%)
A	32	640	Rp3.000,00	Rp1.920.000,00	Rp1.152.000,00	Rp768.000,00
B	96	1920		Rp5.760.000,00	Rp3.456.000,00	Rp2.304.000,00
C	64	1280		Rp3.840.000,00	Rp2.304.000,00	Rp1.536.000,00
D	64	1280		Rp3.840.000,00	Rp2.304.000,00	Rp1.536.000,00

(Sumber: Grand Coco Village)

Pada Tabel I.2 di atas dapat kita lihat estimasi pendapatan pelanggan yang telah berinvestasi dengan Grand Coco Village. Untuk diketahui, masa panen kelapa memerlukan waktu sekitar tiga tahun dan dalam jangka waktu tersebut pihak perusahaan akan bertanggung jawab dalam melakukan pemeliharaan hingga waktu panen tiba. Setelah pohon kelapa dapat menghasilkan, dalam kurun waktu satu tahun tidak dapat dipastikan panen hanya terjadi dalam sekali setahun namun bisa lebih dari sekali. Akan tetapi, pihak perusahaan mengestimasi jumlah kelapa yang dihasilkan dari satu pohon kelapa sebanyak ± 20 buah. Untuk 1000 m² tanah akan ditanam sebanyak 32 pohon kelapa oleh pihak perusahaan. Jadi, untuk 1000 m² tanah diestimasikan pelanggan akan mendapatkan sebanyak 640 butir kelapa sehingga akan didapatkan pendapatan pelanggan sekali panennya (sebelum bagi hasil) dengan mengalikan jumlah butir sekali panen dengan harga satu butir kelapa. Berdasarkan informasi yang telah didapatkan dari pihak Grand Coco Village, bagi hasil yang dilakukan sebesar 60:40, 60% untuk pihak perusahaan dan 40% untuk pihak pelanggan yang dibayarkan oleh pelanggan setiap tahunnya. Pelanggan yang berinvestasi dengan Grand Coco Village menjalin kontrak maksimal selama 50 tahun (dapat diperpanjang) dan selama itu pula pelanggan

diharuskan membayar bagi hasil kepada pihak perusahaan.

Menurut informasi yang didapatkan dari perusahaan, selain faktor pandemi, menurunnya pendapatan juga disebabkan oleh kurangnya strategi pemasaran yang dilakukan oleh Grand Coco Village. Lahan tanah yang digunakan oleh *customer* tidak seluruhnya digunakan untuk kavling produktif kelapa, sebagian lahan digunakan untuk pembangunan perumahan subsidi. Ini disebabkan pandangan *customer* yang melihat keuntungan yang didapatkan melalui kavling produktif kelapa perlu waktu yang cukup lama, harus menunggu waktu panen kurang lebih tiga tahun dan pada saat panen sudah tiba maka pohon kelapa panen setiap tahun, sedangkan perumahan per bulan nya sudah mendapatkan keuntungan. Kelemahan GCV terdapat pada *value proposition* dan *key resources*, kurangnya pemberian nilai tambah untuk menutupi waktu tunggu panen dan media pemasaran yang belum mendapat respon yang cukup khususnya dikala pandemi ini.

Untuk itu, berdasarkan permasalahan yang ada perlu dilakukan analisis pengembangan bisnis pada Grand Coco Village dengan menggunakan *Business Model Canvas* (BMC). Model Bisnis Canvas merupakan salah satu alat strategi yang digunakan untuk mendeskripsikan bagaimana bentuk yang diciptakan sebuah organisasi, menyampaikan, dan menggambarkan sebuah nilai (Osterwalder, 2010). Secara teoritis, manfaat yang didapatkan melalui metode ini yaitu dengan sembilan elemen yang ada, perusahaan dapat melakukan validasi potensial atau tidaknya terhadap suatu ide atau strategi bisnis dalam mengembangkan bisnis perusahaan. Secara praktis, melalui model bisnis canvas ini Grand Coco Village akan lebih mudah dalam menggambarkan masalah-masalah yang akan dihadapi pada setiap bagiannya serta dapat melakukan penanggulangan dan adaptasi dari masalah tersebut sehingga dapat mempertahankan bisnisnya.

I.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, penulis tertarik untuk melakukan pengembangan Perencanaan Bisnis pada perusahaan Grand Coco Village yang melakukan usaha *kavling* produktif perkebunan kelapa. Pertanyaan penelitian yang diajukan dalam penelitian ini yaitu.

1. Bagaimana pemetaan *Business Model Canvas existing* pada Grand Coco Village?
2. Bagaimana analisis SWOT pada Grand Coco Village?
3. Bagaimana menentukan strategi yang digunakan Grand Coco Village berdasarkan matriks SWOT?
4. Bagaimana pengembangan Business Model Canvas usulan pada Grand Coco Village?

I.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Menentukan pemetaan *Business Model Canvas existing* pada Grand Coco Village.
2. Menganalisis SWOT pada Grand Coco Village.
3. Menentukan strategi yang digunakan Grand Coco Village berdasarkan matriks SWOT.
4. Menentukan pengembangan Business Model Canvas usulan pada Grand Coco Village.

I.4 Batasan Penelitian

Batasan dilakukan untuk memfokuskan penelitian pada tujuan yang ingin dicapai, maka penelitian ini memiliki beberapa batasan penelitian yaitu:

1. Penelitian hanya sampai pada tahap usulan, tidak sampai ke tahap validasi.
2. Penelitian berdasarkan data historis pada tahun 2018-2020.

I.5 Manfaat

Manfaat dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai kinerja bisnis dari Grand Coco Village dan peluang untuk meningkatkan kinerja bisnisnya.

I.6 Sistematika Penulisan

Bab I Pendahuluan

Bab ini membahas mengenai latar belakang masalah yang mendasari dilakukannya penelitian. Selain latar belakang, bagian ini juga membahas

perumusan masalah yang diselesaikan, tujuan dari penelitian, batasan dari penelitian, manfaat dari penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II Landasan Teori

Bab ini membahas mengenai literatur studi tentang teori serta metode yang mendukung dan relevan dalam permasalahan yang dikaji. Teori dan metode yang dibahas pada bagian ini digunakan dalam penelitian ini untuk menjadi acuan dan kerangka berpikir bagi peneliti dalam melakukan penelitian. Beberapa teori dan metode yang dibahas pada penelitian ini antara lain penjelasan mengenai metode *Business Model Canvas*.

Bab III Metodologi Penelitian

Bab ini membahas mengenai sistematika dan tahap – tahap pemecahan masalah yang dilakukan peneliti dalam melakukan penelitian ini. Secara garis besar terbagi atas lima tahapan, yaitu tahap identifikasi awal, tahap pengumpulan data, tahap pengolahan data, tahap analisis dan kesimpulan.

Bab IV Pengumpulan dan Pengolahan Data

Bab ini membahas mengenai pengumpulan data dan pengolahan data yang digunakan pada penelitian ini.

Bab V Analisis

Bab ini membahas mengenai analisis dari pengolahan data yang telah didapatkan melalui hasil perhitungan yang akan dibandingkan dengan perhitungan aktual dan dilakukan analisis sensitivitas untuk mengetahui parameter yang berpengaruh terhadap keputusan persediaan.

Bab VI Kesimpulan dan Saran

Bab ini merupakan bagian penutup yang membahas mengenai kesimpulan akhir dari penelitian. Kesimpulan ini merupakan hasil akhir yang mencakup keseluruhan penelitian yang telah dilakukan peneliti dan juga berisi saran yang dapat digunakan sebagai perbaikan penelitian kedepannya.