

Kewirausahaan Pertanian

Penulis:
Sri Sari Utami



PT. GHANI PRESS GROUP

Kewirausahaan Pertanian

Penulis:

Sri Sari Utami

Desain Cover:

Umar Khasan

Layouter:

Rizki Baehtiar Afandi

Editor Naskah:

Dr. Campina Illa Prihantini

14 x 21 cm, v-207

ISBN: 978-634-97150-7-2

Anggota IKAPI: No. 468/JTI/2026

Diterbitkan oleh: PT GHANI PRESS GROUP



Alamat:

Bumi Permata Raya Blok 8 No. 14 Tanjung, Lamongan
HP. 0896-5710-0105

Email: ptghanipress@gmail.com

Website: <https://ghanipress.com/>

© Hak Cipta 2026 pada penulis

Sanksi Pelanggaran Pasal 113

Undang-Undang No. 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta

- a. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 100.000.000 (seratus juta rupiah).
- b. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).
- c. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan/atau huruf g untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).
- d. Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah).

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga Buku Ajar **Kewirausahaan Pertanian** ini dapat diselesaikan. Materi disajikan secara sistematis agar pembaca mampu mengenali peluang, mengembangkan gagasan usaha, menciptakan nilai tambah, serta membangun usaha yang sesuai dengan kebutuhan pasar.

Buku ini membahas konsep dasar kewirausahaan, identifikasi peluang, bentuk-bentuk usaha, legalitas dan perizinan, literasi digital, penyusunan rencana bisnis, pengelolaan risiko, serta *Business Model Canvas*. Setiap bab dilengkapi dengan contoh, studi kasus, latihan, dan aktivitas pembelajaran berbasis *Outcome-Based Education* agar mahasiswa tidak hanya menguasai pengetahuan, tetapi juga mampu menghasilkan luaran nyata. Pembahasan turut disesuaikan dengan karakteristik usaha pertanian yang dipengaruhi musim, cuaca, proses biologis, perubahan harga, mutu produk, serta dinamika rantai pasok.

Semoga buku ini bermanfaat bagi mahasiswa, dosen, pendamping usaha, calon wirausaha, dan pelaku usaha dalam mengembangkan kewirausahaan pertanian yang inovatif, legal, adaptif terhadap teknologi, berdaya saing, serta berkelanjutan secara ekonomi, sosial, dan lingkungan.

Yogyakarta, Juli 2026

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
BAB I	
PERAN DAN UNSUR KEWIRAUSAHAAN	1
BAB II	
ANALISIS PELUANG USAHA	33
BAB III	
BENTUK-BENTUK USAHA DALAM KEWIRAUSAHAAN	51
BAB IV	
PERIZINAN USAHA	71
BAB V	
LITERASI DIGITAL DALAM KEWIRAUSAHAAN PERTANIAN	93
BAB VI	
<i>BUSINESS PLAN</i> KEWIRAUSAHAAN AGRIBISNIS.....	111
BAB VII	
RISIKO USAHA DALAM KEWIRAUSAHAAN PERTANIAN	137

BAB VIII

BUSINESS MODEL CANVAS (BMC)

(Perancangan Model Bisnis Agribisnis yang Berorientasi Pelanggan, Digital, dan Berkelanjutan) 173

BIODATA PENULIS 207

BAB I

PERAN DAN UNSUR KEWIRAUSAHAAN

Kewirausahaan tidak hanya berkaitan dengan kegiatan membuka usaha, tetapi juga mencakup proses menciptakan nilai yang dapat meningkatkan pendapatan, membuka lapangan kerja, serta mendorong munculnya usaha-usaha baru. Dalam perekonomian, usaha mikro, kecil, dan menengah memiliki peran besar karena jumlahnya banyak dan mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar.

Selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi, kewirausahaan juga mendorong inovasi dan meningkatkan daya saing usaha. Melalui inovasi produk, proses, dan cara kerja yang lebih efisien, kewirausahaan membantu pelaku usaha bertahan dan berkembang di tengah persaingan. Di sisi lain, kewirausahaan juga memiliki peran sosial, seperti membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat, memberdayakan potensi lokal, dan mengurangi pengangguran.

Pemahaman yang menyeluruh mengenai peran kewirausahaan dari aspek ekonomi dan sosial diharapkan dapat diperoleh mahasiswa melalui pembahasan dalam bab ini. Kewirausahaan diharapkan dapat dipahami sebagai salah satu pilihan penting dalam dunia kerja serta sarana untuk memberikan kontribusi nyata terhadap pembangunan ekonomi dan masyarakat.

❖ Pengertian Kewirausahaan

Secara etimologis, istilah kewirausahaan berasal dari kata wirausaha, yang merupakan gabungan dari dua kata dalam bahasa Indonesia, yaitu wira dan usaha. Kata wira bermakna pahlawan, berani, atau manusia unggul, sedangkan usaha berarti upaya atau kegiatan untuk mencapai tujuan tertentu. Dengan demikian, wirausaha secara harfiah dapat diartikan sebagai individu yang berani dan unggul dalam melakukan suatu upaya atau kegiatan produktif (Suryana, 2017).

Istilah wirausaha dalam bahasa Indonesia merupakan padanan dari kata *entrepreneur* yang berasal dari bahasa Prancis *entreprendre*, yang berarti “melaksanakan”, “mengupayakan”, atau “mengambil inisiatif”. Dalam perkembangan ilmu ekonomi, *entrepreneur* digunakan untuk menggambarkan individu yang mengorganisasi sumber daya, menangkap peluang, dan menanggung ketidakpastian dalam kegiatan ekonomi (Kuratko, 2016).

Kewirausahaan merupakan suatu proses menciptakan nilai melalui pengenalan peluang, pengorganisasian sumber daya, serta pengambilan risiko untuk menghasilkan produk atau jasa yang bernilai ekonomi dan sosial. Kewirausahaan tidak hanya terbatas pada aktivitas bisnis, tetapi juga mencerminkan sikap mental dan pola pikir yang inovatif, kreatif, dan berorientasi pada pemecahan masalah.

Drucker (1985), kewirausahaan adalah kemampuan menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda melalui inovasi. Sementara itu, Zimmerer dkk. (2008) kewirausahaan merupakan proses penerapan kreativitas dan inovasi dalam memecahkan masalah dan menemukan peluang untuk meningkatkan kehidupan.

Kewirausahaan secara teoretis dipahami sebagai kekuatan utama yang mendorong pertumbuhan dan transformasi ekonomi melalui inovasi. Schumpeter (1934) memandang wirausaha sebagai *agent of change* yang berperan menciptakan kombinasi-kombinasi baru dalam bentuk produk, metode produksi, pasar, sumber bahan baku, dan struktur organisasi. Melalui proses yang dikenal sebagai *creative destruction*, kewirausahaan memperbaharui sistem ekonomi dengan menggantikan praktik lama yang tidak efisien dengan inovasi yang lebih produktif, sehingga menjadi motor utama pembangunan ekonomi jangka panjang.

Berdasarkan perspektif manajerial, kewirausahaan diposisikan sebagai praktik sistematis yang berorientasi pada penciptaan nilai. Drucker (1985) kewirausahaan bukanlah bakat bawaan, melainkan suatu disiplin yang dapat dipelajari dan diterapkan secara terencana. Peran kewirausahaan terletak pada kemampuan mengidentifikasi peluang yang muncul dari perubahan teknologi, ekonomi, dan sosial, kemudian mengelolanya menjadi inovasi yang bernilai. Dengan demikian, kewirausahaan berfungsi sebagai mekanisme strategis

dalam mengelola perubahan dan ketidakpastian lingkungan bisnis.

Kewirausahaan juga dipahami sebagai suatu proses penciptaan nilai yang melibatkan pengambilan risiko. Hisrich dkk. (2017) mendefinisikan kewirausahaan sebagai proses menciptakan sesuatu yang baru dan bernilai dengan mencurahkan waktu dan upaya, serta menanggung risiko finansial, psikologis, dan sosial. Peran kewirausahaan tidak hanya terbatas pada penciptaan usaha baru, tetapi juga mencakup kontribusi signifikan terhadap penciptaan lapangan kerja, peningkatan daya saing, dan pertumbuhan ekonomi secara berkelanjutan.

❖ Peran Kewirausahaan dalam Pembangunan

Kewirausahaan dalam perspektif pembangunan sosial-ekonomi dipandang memiliki peran strategis dalam memperkuat struktur ekonomi masyarakat. Kontribusi kewirausahaan, khususnya melalui usaha kecil dan menengah, terhadap pengurangan pengangguran, pemerataan pendapatan, dan peningkatan ketahanan ekonomi lokal dikemukakan oleh Zimmerer dkk. (2008). Sektor kewirausahaan juga dijadikan sebagai salah satu penopang penting dalam menghadapi dinamika ekonomi global dan krisis ekonomi karena didukung oleh fleksibilitas serta kemampuan adaptasi para pelaku usaha.

Kewirausahaan dalam konteks Indonesia dipandang sebagai instrumen penting untuk membangun kemandirian dan daya saing bangsa. Peran kewirausahaan

dalam menumbuhkan karakter mandiri, kreatif, inovatif, dan berani mengambil risiko serta mendorong pengembangan ekonomi kreatif dikemukakan oleh Suryana (2017). Kewirausahaan tidak hanya ditempatkan sebagai aktivitas ekonomi, tetapi juga dimanfaatkan sebagai sarana pembangunan sumber daya manusia dan penguatan ekonomi nasional.

Secara sintesis, kewirausahaan memiliki peran multidimensional yang mencakup aspek ekonomi, manajerial, sosial, dan pendidikan. Kuratko (2016) menjelaskan bahwa kewirausahaan merupakan suatu mindset yang mendorong inovasi, penciptaan nilai, dan adaptasi terhadap perubahan. Berdasarkan uraian tersebut, kewirausahaan dapat dipahami sebagai paradigma pembangunan yang berkelanjutan, tidak hanya dalam konteks bisnis, tetapi juga dalam pembangunan ekonomi dan sosial secara luas. Pemahaman kewirausahaan tidak hanya terbatas pada konsep dan karakteristik, tetapi juga mencakup peran nyata yang ditimbulkannya dalam kehidupan masyarakat.

Memahami Peran Kewirausahaan secara Luas

Pemahaman mengenai kewirausahaan masih sering dipersempit menjadi aktivitas mendirikan perusahaan, bahkan identik dengan perusahaan berbasis teknologi. Padahal, kewirausahaan juga mencakup proses mengenali peluang, memecahkan masalah, mengorganisasi sumber daya, dan menciptakan nilai dalam

beragam konteks. Oleh karena itu, kewirausahaan perlu dipahami sebagai fenomena yang lebih luas daripada sekadar pendirian badan usaha (Kuckertz dkk., 2025; Shane & Venkataraman, 2000).

Pemahaman konseptual mengenai kewirausahaan berperan penting dalam membentuk identitas individu sebagai calon wirausaha dan agen perubahan. Stevenson (1983) mendefinisikan kewirausahaan sebagai upaya mengejar peluang tanpa bergantung pada sumber daya yang saat ini dikuasai. Bygrave dan Hofer (1992) kewirausahaan merupakan proses mengenali peluang dan membentuk organisasi untuk merealisasikannya. Kedua pandangan tersebut menunjukkan bahwa kewirausahaan bukan sekadar tindakan administratif berupa pendirian usaha, melainkan perilaku strategis dalam mengoordinasikan sumber daya untuk menciptakan nilai. Tindakan kewirausahaan berlangsung dalam kondisi ketidak-pastian sehingga menuntut penilaian, keberanian mengambil keputusan, dan kesediaan bertanggung jawab atas konsekuensinya (McMullen & Shepherd, 2006).

Wirausahawan dapat dipandang sebagai agen perubahan yang bertindak secara sadar dan bertanggung jawab dalam merespons dinamika lingkungan. Peluang tidak selalu hadir dalam bentuk yang ideal atau mudah dikenali. Sebuah ungkapan populer yang sering dikaitkan dengan Thomas Edison bahwa peluang kerap hadir menyerupai pekerjaan sehingga tidak segera disadari. Dalam kondisi tersebut, sebagian individu cenderung

mengabaikan potensi yang tersedia, sedangkan wirausahawan berupaya mencermati situasi secara lebih mendalam dan mengenali kemungkinan yang luput dari perhatian orang lain. Kepekaan tersebut menjadi bagian penting dari pola pikir kewirausahaan.

Kewirausahaan lebih tepat dipahami sebagai pola pikir dan pendekatan terhadap kehidupan, bukan sekadar perilaku bisnis atau aktivitas pendirian usaha. Sikap proaktif, kesediaan menghadapi ketidakpastian, serta keberanian untuk mengambil tanggung jawab dalam menciptakan dan mengelola perubahan ditekankan dalam pola pikir kewirausahaan. Relevansi kewirausahaan tidak hanya ditempatkan dalam konteks ekonomi dan bisnis, tetapi juga dalam pengembangan individu serta pelaksanaan peran sosial secara berkelanjutan. Kewirausahaan dapat diwujudkan melalui kegiatan informal untuk memenuhi kebutuhan hidup, usaha kecil berbasis komunitas, usaha sosial, hingga usaha inovatif yang mampu mengubah struktur pasar, kebiasaan, dan perilaku masyarakat.

Kewirausahaan dalam praktiknya kerap dibedakan secara kaku antara kegiatan yang berorientasi pada laba dan kewirausahaan sosial. Pemisahan tersebut dinilai kurang mampu menggambarkan praktik usaha yang sebenarnya karena tujuan ekonomi sering dipadukan dengan kepedulian terhadap permasalahan sosial dan lingkungan oleh berbagai organisasi.

Penciptaan nilai dalam kewirausahaan berada pada suatu spektrum yaitu mulai dari kegiatan nirlaba hingga usaha komersial. Banyak usaha berada di antara kedua titik tersebut dengan menggabungkan misi ekonomi dan misi sosial dalam proporsi yang berbeda. Orientasi tersebut juga dapat berubah mengikuti perkembangan usaha, nilai pendiri, dan kebutuhan para pemangku kepentingan (Stevens dkk., 2015).

Pada aspek pembangunan, kewirausahaan produktif dapat mendukung inovasi, penciptaan lapangan kerja, dan transformasi struktur ekonomi. Namun, kontribusi tersebut tidak muncul secara otomatis karena dipengaruhi oleh kualitas kelembagaan, akses terhadap sumber daya, kemampuan pelaku usaha, dan jenis aktivitas kewirausahaan yang berkembang (Naudé, 2010).

Arah dan dampak kewirausahaan akan bergantung pada masalah yang dipilih, cara usaha dikelola, serta nilai yang dipegang oleh wirausahawan. Kewirausahaan dapat menghasilkan manfaat ekonomi sekaligus sosial apabila penciptaan nilai ditempatkan sebagai tujuan utama dan dampak usaha dikelola secara bertanggung jawab. Secara umum, kewirausahaan memiliki beberapa peran utama dalam pembangunan, yaitu sebagai berikut:

a. Peran dalam Perekonomian

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menempati posisi penting dalam struktur perekonomian. Data pemerintah menunjukkan bahwa UMKM berkontribusi sekitar 61% terhadap produk

domestik bruto dan menyerap sekitar 97% tenaga kerja nasional. Besarnya kontribusi tersebut memperlihatkan bahwa UMKM tidak hanya menopang produksi dan pendapatan masyarakat, tetapi juga menjadi fondasi pertumbuhan ekonomi yang inklusif (Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia, 2024).

Secara global, usaha kecil dan wirausahawan berperan dalam penciptaan lapangan kerja, inovasi, serta transisi digital dan hijau. Namun, kontribusi tersebut perlu didukung oleh akses terhadap keterampilan, pembiayaan, teknologi, jaringan usaha, dan kebijakan yang sesuai dengan karakteristik usaha kecil (OECD, 2023).

b. Peran dalam Penciptaan Lapangan Kerja

Kontribusi UMKM terhadap penciptaan lapangan kerja di Indonesia sangat signifikan karena sektor ini menyerap hampir 97% tenaga kerja nasional. Peran tersebut terlihat di wilayah perkotaan maupun perdesaan, termasuk pada usaha perdagangan, jasa, pengolahan pangan, pertanian, dan kegiatan ekonomi berbasis sumber daya lokal (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, 2024).

c. Peran dalam Inovasi dan Daya Saing

Kewirausahaan mendorong perubahan ekonomi melalui pengembangan produk, proses, teknologi, dan model bisnis baru. Inovasi yang dihasilkan wirausaha dapat meningkatkan produktivitas, memperkuat daya saing, dan membuka pasar baru. Peran tersebut sejalan dengan pandangan Schumpeter mengenai wirausaha sebagai penggerak pembaruan ekonomi dan didukung

oleh kajian kontemporer mengenai hubungan inovasi, kewirausahaan, dan pertumbuhan (Schumpeter, 1934; Andrews dkk., 2022; OECD, 2023).

d. Peran Sosial dan Pembangunan masyarakat

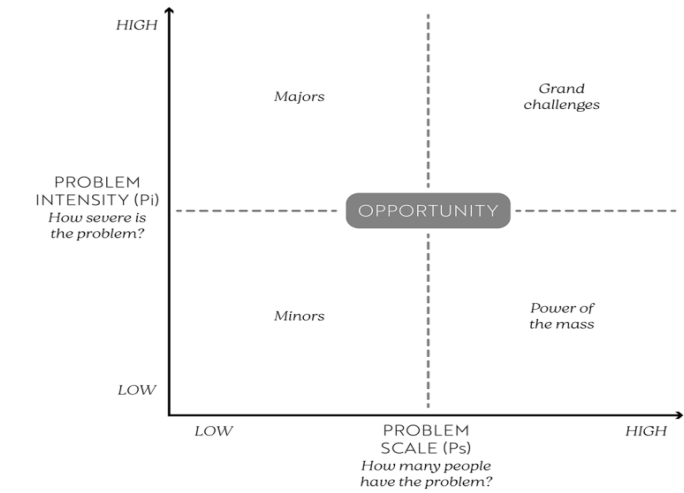
Peran kewirausahaan tidak hanya bersifat ekonomi, tetapi juga mencakup pembangunan masyarakat. Usaha yang beroperasi dekat dengan komunitas dapat memanfaatkan potensi lokal, menciptakan kesempatan kerja, memperkuat jaringan ekonomi daerah, dan menyediakan solusi atas kebutuhan masyarakat. Aktivitas usaha juga dapat menggabungkan penciptaan nilai ekonomi dengan manfaat sosial dan perhatian terhadap keberlanjutan lingkungan (Stevens dkk., 2015; OECD, 2023).

Berdasarkan penjelasan tersebut, aktivitas kewirausahaan berada pada suatu kontinum yang luas, mulai dari kegiatan sosial nirlaba hingga usaha yang sepenuhnya berorientasi pada laba. Sebagian besar usaha mapan dan usaha rintisan berada di antara kedua titik tersebut dengan menghasilkan manfaat ekonomi sekaligus sosial (Stevens dkk., 2015). Wirausahawan juga memiliki peluang untuk mengembangkan solusi terhadap persoalan yang dampaknya melampaui kepentingan pribadi dan organisasi (Markman dkk., 2019).

Tiap individu mungkin bertanya mengenai bentuk aktivitas kewirausahaan yang sebaiknya dipilih atau dikembangkan. Pertanyaan tersebut tidak memiliki jawaban tunggal karena pilihan usaha dipengaruhi oleh minat, nilai, kompetensi, sumber daya, dan konteks

masing-masing individu. Salah satu pendekatan yang dapat digunakan adalah memulai dari masalah yang benar-benar dialami atau dipandang penting untuk diselesaikan.

Permasalahan dapat berasal dari aspek sosial, ekonomi, lingkungan, teknologi, maupun agribisnis. Dengan menjadikan masalah sebagai titik awal, mahasiswa didorong untuk mengidentifikasi pihak yang terdampak, menilai tingkat urgensi masalah, serta merumuskan bentuk nilai yang dapat diciptakan. Kanvas peluang pada Gambar 1 membantu mengelompokkan gagasan kewirausahaan berdasarkan intensitas dan skala masalah.



Gambar 1. Kanvas Peluang Berdasarkan Intensitas dan Skala Masalah

Sumber: Kuckertz dkk. (2025), berlisensi CC BY 4.0.

Peluang kewirausahaan dapat dipahami sebagai hasil interaksi antara tingkat keparahan masalah yang dirasakan oleh pihak terdampak (*problem intensity*) dan luasnya kelompok yang mengalami masalah tersebut (*problem scale*). Semakin besar dampak masalah dan semakin banyak pihak yang terdampak, semakin besar pula potensi penciptaan nilai. Kewirausahaan juga dapat berkontribusi pada penanganan tantangan besar (*grand challenges*), yaitu persoalan sosial dan lingkungan yang melampaui batas organisasi, pasar, dan negara, seperti perubahan iklim, kemiskinan, ketimpangan, dan keterbatasan akses terhadap sumber daya dasar (George dkk., 2016; Markman dkk., 2019). Wirausahawan pemula tidak harus langsung menangani persoalan berskala besar, tetapi dapat memulai dari masalah yang lebih sederhana dan dekat dengan pengalaman mereka. Kontribusi kecil yang dilakukan secara konsisten dan kolektif tetap berpotensi menghasilkan dampak ekonomi, sosial, dan lingkungan yang berarti.

Tabel 1. Klasifikasi Masalah dan Peluang Usaha pada Sektor Budidaya Pertanian Berdasarkan Intensitas dan Skala Masalah

Kuadran	Contoh Masalah Budidaya	Peluang usaha yang dapat dikembangkan
Minors	Sejumlah kecil petani mengalami kesulitan memperoleh benih varietas tertentu untuk lahan dan pasar khusus.	Penangkaran benih lokal, penyediaan bibit khusus, atau layanan pemesanan benih berdasarkan kebutuhan petani.
Majors	Serangan organisme pengganggu tanaman pada komoditas tertentu menyebabkan penurunan hasil yang besar, tetapi hanya terjadi pada wilayah terbatas.	Jasa pengendalian hama terpadu, penyediaan agens hayati, pemantauan hama berbasis sensor, dan konsultasi budidaya.
<i>Power of the mass</i>	Banyak petani masih melakukan pencatatan biaya, penggunaan pupuk, dan hasil panen secara manual. Dampaknya bagi satu	Aplikasi pencatatan usaha tani, layanan rekomendasi pemupukan sederhana, atau platform

Kuadran	Contoh Masalah Budidaya	Peluang usaha yang dapat dikembangkan
	petani relatif kecil, tetapi dialami oleh banyak petani.	manajemen budidaya dengan biaya terjangkau.
<i>Grand challenges</i>	Perubahan cuaca, kekurangan air, kenaikan harga input, dan rendahnya produktivitas dialami banyak petani serta memberikan dampak ekonomi yang besar.	Irigasi hemat air, pertanian presisi, layanan informasi cuaca, pupuk alternatif, varietas tahan cekaman, dan sistem budidaya adaptif iklim.

Tabel 1 mengelompokkan masalah budidaya pertanian berdasarkan tingkat keparahan masalah dan jumlah petani yang terdampak. Semakin tinggi intensitas dan semakin luas skala masalah, semakin besar peluang usaha untuk menawarkan solusi berupa produk, teknologi, atau jasa yang sesuai dengan kebutuhan petani.

❖ Unsur-unsur Kewirausahaan

Unsur kewirausahaan merupakan komponen utama yang membentuk karakter, pola pikir, dan kemampuan seorang wirausaha. Unsur-unsur tersebut mencakup aspek sikap, pengetahuan, dan keterampilan yang saling berkaitan dan berperan penting dalam keberhasilan usaha.

a. Kreativitas

Kreativitas merupakan kemampuan untuk menghasilkan gagasan baru atau mengombinasikan ide yang telah ada menjadi sesuatu yang bernilai. Dalam kewirausahaan, kreativitas menjadi dasar munculnya peluang dan solusi atas berbagai permasalahan usaha. Kreativitas memungkinkan wirausaha menciptakan keunikan produk atau jasa yang membedakannya dari pesaing (Zimmerer dkk., 2008).

b. Inovasi

Inovasi adalah penerapan ide kreatif ke dalam bentuk produk, jasa, atau proses kerja yang memberikan nilai tambah. Inovasi tidak selalu berarti menciptakan sesuatu yang sepenuhnya baru, tetapi juga dapat berupa penyempurnaan atau cara baru dalam memanfaatkan sumber daya yang ada. Inovasi

merupakan alat utama kewirausahaan untuk menciptakan peluang dan nilai ekonomi melalui perubahan yang terencana (Drucker, 1985).

c. Keberanian Mengambil Risiko

Keberanian mengambil risiko merupakan karakter penting dalam kewirausahaan. Risiko yang dihadapi wirausaha meliputi risiko finansial, operasional, dan pasar. Namun, risiko tersebut bukanlah risiko spekulatif, melainkan risiko yang telah diperhitungkan melalui analisis dan perencanaan yang matang. Pengambilan risiko yang terukur merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari proses kewirausahaan (Hisrich dkk., 2017).

d. Kepemimpinan

Kepemimpinan adalah kemampuan untuk memengaruhi dan mengarahkan orang lain guna mencapai tujuan bersama. Dalam konteks kewirausahaan, kepemimpinan diperlukan untuk mengelola sumber daya manusia, mengambil keputusan strategis, serta menjaga motivasi dan kinerja tim. Wirausaha yang efektif dituntut memiliki visi serta kemampuan memimpin organisasi usaha secara adaptif (Kuratko, 2016).

e. Kemandirian dan Tanggung Jawab

Kemandirian mencerminkan kemampuan wirausaha untuk bertindak dan mengambil keputusan tanpa ketergantungan yang berlebihan pada pihak lain. Sikap ini harus diiringi dengan tanggung jawab atas setiap keputusan dan tindakan yang diambil.

Kemandirian dan tanggung jawab merupakan karakter dasar yang membentuk integritas dan keberlanjutan usaha (Suryana, 2017).

f. Orientasi pada Peluang

Orientasi pada peluang merupakan kemampuan wirausaha dalam mengenali dan memanfaatkan kesempatan usaha, terutama di balik permasalahan yang dihadapi masyarakat. Kewirausahaan dipahami sebagai upaya mengejar peluang tanpa terlalu dibatasi oleh sumber daya yang saat ini dimiliki, sehingga menuntut kepekaan dan inisiatif yang tinggi (Stevenson, 1983).

g. Ketekunan dan Disiplin

Ketekunan dan disiplin diperlukan agar wirausaha mampu bertahan menghadapi berbagai tantangan usaha. Ketekunan menunjukkan sikap pantang menyerah, sedangkan disiplin mencerminkan konsistensi dalam menjalankan rencana dan mengelola usaha. Keberhasilan kewirausahaan sangat dipengaruhi oleh komitmen jangka panjang, kerja keras, dan kedisiplinan dalam pengelolaan usaha (Zimmerer dkk., 2008).

❖ Hubungan Peran dan Unsur Kewirausahaan

Pelaksanaan peran kewirausahaan memerlukan dukungan berbagai unsur yang melekat pada diri wirausahawan. Kreativitas dan inovasi membantu wirausahawan menemukan serta mengembangkan ide dan peluang usaha. Kreativitas mendorong

wirausahawan untuk mengenali potensi yang terdapat di lingkungan sekitar. Inovasi memungkinkan wirausahawan mengubah potensi tersebut menjadi produk, jasa, atau proses kerja yang memiliki nilai tambah (Drucker, 1985).

Keberanian mengambil risiko dan kemampuan kepemimpinan juga mendukung keberhasilan pelaksanaan usaha. Setiap kegiatan usaha mengandung ketidakpastian sehingga wirausahawan perlu mengambil keputusan secara berani, rasional, dan terukur. Kemampuan kepemimpinan membantu wirausahawan mengelola sumber daya, membangun kerja sama, mengarahkan anggota organisasi, serta menjaga motivasi kerja untuk mencapai tujuan usaha (Hisrich et al., 2017; Kuratko, 2016).

Unsur-unsur kewirausahaan tersebut saling melengkapi dan membentuk wirausaha yang tangguh dan adaptif. Kreativitas dan inovasi tanpa keberanian bertindak tidak akan menghasilkan usaha, sedangkan keberanian tanpa perencanaan dan kepemimpinan dapat menimbulkan kegagalan. Oleh karena itu, wirausaha yang memiliki unsur kewirausahaan secara seimbang akan lebih mampu menjalankan perannya, baik sebagai pencipta lapangan kerja, penggerak ekonomi, maupun pendukung pembangunan masyarakat (Zimmerer dkk., 2008; Suryana, 2017).

❖ Contoh Penerapan Peran dan Unsur Kewirausahaan

Wirausaha di bidang pertanian tidak hanya berperan sebagai penghasil bahan pangan, tetapi juga sebagai pelaku ekonomi yang menciptakan nilai tambah, membuka lapangan kerja, dan memberdayakan masyarakat sekitar. Pengembangan produk, perbaikan proses, dan pemanfaatan teknologi dapat membantu pelaku agribisnis meningkatkan efisiensi serta merespons perubahan pasar. Transformasi tersebut menjadi bagian penting dalam pembangunan sistem pangan yang produktif, inklusif, dan berkelanjutan (FAO, 2022). Peran tersebut dapat dijalankan secara optimal apabila didukung oleh kreativitas, inovasi, keberanian mengambil risiko, kepemimpinan, dan ketekunan.

Seorang wirausahawan pertanian yang mengelola usaha sayuran hortikultura dapat menghadapi penurunan harga jual pada saat panen raya. Kondisi tersebut mendorong munculnya gagasan kreatif untuk mengolah sayuran menjadi produk bernilai tambah, seperti sayuran kemasan siap masak atau produk olahan sederhana. Wirausahawan kemudian mewujudkan gagasan tersebut melalui inovasi dalam bentuk produk yang lebih tahan lama, praktis, dan memiliki harga jual yang lebih stabil.

Wirausaha pertanian harus memiliki keberanian mengambil risiko, misalnya risiko kerugian akibat produk tidak laku atau perubahan permintaan pasar. Risiko ini dihadapi dengan perencanaan sederhana, seperti produksi dalam jumlah terbatas dan menyesuaikan

dengan kebutuhan konsumen. Selain itu, unsur kepemimpinan diperlukan ketika wirausaha bekerja sama dengan anggota keluarga, kelompok tani, atau tenaga kerja lain dalam proses produksi dan pemasaran.

Unsur kemandirian dan tanggung jawab tercermin dari kemampuan wirausaha pertanian dalam mengelola usaha secara mandiri, mulai dari pengadaan bahan baku, proses produksi, hingga pemasaran, serta bertanggung jawab atas kualitas produk yang dihasilkan. Sementara itu, ketekunan dan disiplin sangat dibutuhkan karena usaha pertanian menuntut konsistensi, baik dalam proses budidaya, perawatan tanaman, maupun pengolahan hasil panen.

Penerapan berbagai unsur kewirausahaan memungkinkan wirausaha pertanian menjalankan perannya secara nyata. Peran tersebut terwujud melalui peningkatan pendapatan petani, penciptaan lapangan kerja di lingkungan sekitar, serta penguatan ketahanan pangan dan pembangunan ekonomi lokal. Keberhasilan kewirausahaan pertanian tidak hanya ditentukan oleh hasil panen, tetapi juga dipengaruhi oleh kemampuan wirausaha dalam menerapkan unsur-unsur kewirausahaan secara seimbang, terpadu, dan berkelanjutan.

❖ Kriteria Wirausaha yang Berhasil

Wirausaha yang berhasil umumnya menunjukkan seperangkat karakter dan kemampuan yang mendukung keberlangsungan serta perkembangan usahanya. Ber-

bagai literatur kewirausahaan menyebutkan beberapa kriteria utama sebagai berikut.

a. Memiliki Visi dan Tujuan yang Jelas

Visi dan tujuan yang jelas memberikan arah bagi wirausaha dalam menjalankan dan mengembangkan usaha. Visi membantu wirausaha menentukan langkah strategis, sedangkan tujuan berfungsi sebagai tolok ukur pencapaian. Kuratko (2016) visi merupakan elemen penting kepemimpinan kewirausahaan yang membedakan wirausaha yang berkembang dengan yang stagnan.

b. Kreatif dan Inovatif

Kreativitas dan inovasi memungkinkan wirausaha menciptakan produk, jasa, atau cara kerja yang berbeda dan bernilai tambah. Kreativitas menjadi sumber ide, sementara inovasi merupakan penerapan ide tersebut dalam praktik usaha. Inovasi adalah alat utama kewirausahaan untuk menciptakan peluang dan keunggulan bersaing (Drucker, 1985).

c. Berani Mengambil Risiko Terukur

Keberhasilan wirausaha tidak lepas dari keberanian dalam mengambil risiko yang telah diperhitungkan. Risiko merupakan bagian dari proses kewirausahaan, namun harus dikelola melalui perencanaan dan analisis yang matang. Hisrich, Peters, dan Shepherd (2017) wirausaha yang berhasil adalah mereka yang mampu menyeimbangkan keberanian mengambil risiko dengan kemampuan mengelolanya secara rasional.

- d. Mampu Bekerja Keras dan Disiplin
Kerja keras dan disiplin merupakan kunci keberlanjutan usaha. Wirausaha yang berhasil menunjukkan ketekunan, konsistensi, dan komitmen dalam menjalankan usahanya, terutama saat menghadapi hambatan. Zimmerer dkk. (2008) keberhasilan usaha kecil sangat dipengaruhi oleh etos kerja, disiplin, dan komitmen jangka panjang wirausaha.
- e. Mampu Beradaptasi terhadap Perubahan
Lingkungan usaha bersifat dinamis dan penuh perubahan. Oleh karena itu, wirausaha yang berhasil harus mampu beradaptasi terhadap perubahan pasar, teknologi, dan kebutuhan konsumen. Kuratko (2016) kemampuan beradaptasi dan belajar dari pengalaman merupakan karakter penting dalam kewirausahaan modern.
- f. Bertanggung Jawab dan Beretika
Tanggung jawab dan etika menjadi dasar kepercayaan dalam hubungan usaha dengan konsumen, mitra, dan masyarakat. Wirausaha yang bertanggung jawab menjaga kualitas produk, mematuhi aturan, serta mempertimbangkan dampak sosial dari usahanya. Suryana (2017) etika dan tanggung jawab merupakan bagian dari karakter kewirausahaan yang berkelanjutan.

❖ Rangkuman Bab

Bab ini membahas kewirausahaan sebagai proses penciptaan nilai yang berperan penting dalam pembangunan ekonomi dan sosial. Kewirausahaan tidak hanya berkaitan dengan pendirian usaha, tetapi juga berkontribusi dalam pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, peningkatan inovasi dan daya saing, serta pemberdayaan masyarakat, termasuk dalam sektor pertanian.

Selain itu, bab ini menguraikan unsur-unsur kewirausahaan dan kriteria wirausaha yang berhasil, seperti kreativitas, inovasi, keberanian mengambil risiko, kepemimpinan, ketekunan, disiplin, dan tanggung jawab. Unsur dan kriteria tersebut saling berkaitan dan membentuk wirausaha yang tangguh, adaptif, dan mampu menjalankan perannya secara berkelanjutan dalam menghadapi tantangan usaha.

❖ Latihan dan Evaluasi

👉 Pertanyaan Pemahaman

- Jelaskan pengertian kewirausahaan menurut para ahli.
- Sebutkan peran kewirausahaan dalam pembangunan ekonomi.
- Jelaskan unsur-unsur utama kewirausahaan.
- Mengapa kreativitas dan inovasi penting dalam kewirausahaan?
- Jelaskan hubungan antara peran dan unsur kewirausahaan.

Tugas Praktik

- a. Identifikasilah satu contoh wirausaha di lingkungan sekitar Anda.
- b. Jelaskan peran wirausaha tersebut bagi masyarakat.
- c. Analisis unsur kewirausahaan yang dimiliki.
- d. Buat kesimpulan mengenai faktor keberhasilan usahanya.

❖ Daftar Pustaka

- Andrews, M. J., Chatterji, A. K., Lerner, J., & Stern, S. (Eds.). (2022). The role of innovation and entrepreneurship in economic growth. University of Chicago Press.
<https://doi.org/10.7208/chicago/9780226810645.001.0001>
- Bygrave, W. D., & Hofer, C. W. (1992). Theorizing about entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(2), 13–22.
<https://doi.org/10.1177/104225879201600203>
- Drucker, P. F. (1985). *Innovation and entrepreneurship: Practice and principles*. Harper & Row.
- George, G., Howard-Grenville, J., Joshi, A., & Tihanyi, L. (2016). Understanding and tackling societal grand challenges through management research. *Academy of Management Journal*, 59(6), 1880–1895.
<https://doi.org/10.5465/amj.2016.4007>

- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2017). *Entrepreneurship* (10th ed.). McGraw-Hill Education.
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2024). Inovasi membentuk UMKM dan koperasi masa depan. Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia.
- Food and Agriculture Organization of the United Nations. (2022). The state of food and agriculture 2022: Leveraging automation in agriculture for transforming *agrifood* systems. <https://doi.org/10.4060/cb9479en>
- Kuckertz, A., Leicht, T., Scheu, M., da Silva Wagner, I., & Ebersberger, B. (2025). Mastering your *entrepreneurial* journey: From vision to venture. Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-031-71064-3>
- Kuratko, D. F. (2016). *Entrepreneurship: Theory, process, practice* (10th ed.). Cengage Learning.
- Markman, G. D., Waldron, T. L., Gianiodis, P. T., & Espina, M. I. (2019). E pluribus unum: Impact *entrepreneurship* as a solution to grand challenges. *Academy of Management Perspectives*, 33(4), 371–382. <https://doi.org/10.5465/amp.2019.0130>
- McMullen, J. S., & Shepherd, D. A. (2006). *Entrepreneurial* action and the role of uncertainty in the theory of the *entrepreneur*. *Academy of Management Review*, 31(1), 132–152. <https://doi.org/10.5465/amr.2006.19379628>

- OECD. (2023). OECD SME and *entrepreneurship* outlook 2023. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/342b8564-en>
- Schumpeter, J. A. (1934). The theory of economic development: An inquiry into profits, capital, credit, interest, and the business cycle (R. Opie, Trans.). Harvard University Press.
- Stevens, R., Moray, N., & Bruneel, J. (2015). The social and economic mission of social enterprises: Dimensions, measurement, validation, and relation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39(5), 1051–1082. <https://doi.org/10.1111/etap.12091>
- Stevenson, H. H. (1983). A perspective on *entrepreneurship* (Harvard Business School Background Note No. 384-131). Harvard Business School.
- Suryana. (2017). Kewirausahaan: Kiat dan proses menuju sukses (4th ed.). Salemba Empat.
- Zimmerer, T. W., Scarborough, N. M., & Wilson, D. (2008). Essentials of *entrepreneurship* and small business management (5th ed.). Pearson Prentice Hall.

❖ Glosarium

Istilah

Pengertian

Adaptasi

Kemampuan wirausaha menyesuaikan produk, proses produksi, pemasaran, dan pengelolaan usaha terhadap perubahan lingkungan, teknologi,

Istilah**Pengertian*****Agent of Change*****Agribisnis*****Creative
Destruction*****Daya Saing*****Entrepreneur***

kebutuhan konsumen, dan kondisi pasar.

Individu atau pelaku usaha yang menjadi penggerak perubahan dengan menghadirkan cara, produk, pelayanan, atau sistem usaha yang lebih baik.

Keseluruhan kegiatan usaha yang berkaitan dengan pertanian, mulai dari penyediaan sarana produksi, budidaya, pengolahan hasil, distribusi, hingga pemasaran produk pertanian.

Proses ketika inovasi baru menggantikan produk, teknologi, metode produksi, atau model usaha lama yang kurang efektif.

Kemampuan suatu usaha menghasilkan produk atau jasa yang mampu bertahan dan bersaing berdasarkan kualitas, harga, pelayanan, inovasi, atau keunggulan lainnya.

Seseorang yang mampu mengenali peluang, mengorganisasikan sumber daya, melakukan inovasi, dan mengambil risiko untuk menciptakan

Istilah**Pengertian**

serta mengembangkan usaha. Istilah ini berasal dari kata bahasa Prancis *entreprendre*, yang berarti melakukan atau mengambil inisiatif.

Inovasi

Penerapan ide, metode, teknologi, produk, atau pelayanan baru maupun hasil pengembangan yang memberikan manfaat dan nilai tambah.

Kepemimpinan

Kemampuan mengarahkan, memengaruhi, memotivasi, dan mengoordinasikan orang lain untuk mencapai tujuan usaha.

Ketekunan

Sikap terus berusaha secara konsisten meskipun menghadapi kesulitan, kegagalan, atau hambatan dalam menjalankan usaha.

Kewirausahaan

Proses menciptakan nilai melalui pengenalan peluang, pengorganisasian sumber daya, penerapan kreativitas dan inovasi, serta pengambilan risiko untuk menghasilkan manfaat ekonomi dan sosial.

Kreativitas

Kemampuan menghasilkan gagasan baru atau menemukan cara yang berbeda dalam menyelesaikan

Istilah	Pengertian
	masalah dan memenuhi kebutuhan konsumen.
Nilai Ekonomi	Manfaat suatu produk atau jasa yang dapat diukur melalui harga, pendapatan, keuntungan, efisiensi, atau peningkatan kesejahteraan.
Nilai Sosial	Manfaat usaha bagi masyarakat, seperti penciptaan lapangan kerja, pemberdayaan petani, peningkatan keterampilan, dan penyelesaian masalah sosial.
Nilai Tambah	Peningkatan nilai ekonomi suatu produk setelah melalui proses pengolahan, pengemasan, penyimpanan, pelayanan, atau pemasaran. Contohnya adalah sayuran segar yang diolah menjadi sayuran kemasan siap masak.
Peluang Usaha	Kesempatan yang dapat dimanfaatkan untuk menghasilkan produk atau jasa berdasarkan kebutuhan konsumen, masalah pasar, potensi sumber daya, atau perubahan lingkungan.
Pemberdayaan Potensi Lokal	Pemanfaatan sumber daya alam, tenaga kerja, keterampilan, budaya, dan komoditas unggulan suatu

Istilah	Pengertian wilayah untuk menciptakan kegiatan usaha yang produktif.
Pemecahan Masalah	Proses mengenali permasalahan, menemukan penyebabnya, memilih alternatif penyelesaian, dan menerapkan solusi yang tepat.
Pengangguran	Kondisi seseorang yang mampu dan bersedia bekerja, tetapi belum memperoleh pekerjaan. Kegiatan kewirausahaan dapat membantu mengurangi pengangguran melalui penciptaan usaha dan lapangan kerja.
Pengorganisasian Sumber Daya	Kegiatan mengatur dan memadukan modal, tenaga kerja, bahan baku, teknologi, informasi, dan jaringan usaha untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.
Risiko	Kemungkinan terjadinya kondisi yang berbeda dari rencana dan dapat menimbulkan kerugian atau menghambat pencapaian tujuan usaha.
Risiko Terukur	Risiko yang diambil setelah mempertimbangkan kemungkinan terjadinya, besarnya dampak, kemampuan usaha, dan alternatif penanganannya.

Istilah	Pengertian
Semangat Kejuangan	Sikap pantang menyerah, bekerja keras, berani menghadapi tantangan, dan terus berusaha mencapai tujuan usaha.
Visi Usaha	Gambaran mengenai kondisi atau pencapaian usaha yang ingin diwujudkan pada masa mendatang.
Wirausaha	Individu yang memiliki keberanian, kreativitas, kemandirian, dan kemampuan mengembangkan kegiatan usaha untuk menghasilkan nilai ekonomi maupun sosial. Kata “wira” bermakna berani atau unggul, sedangkan “usaha” berarti upaya atau kegiatan untuk mencapai tujuan.

BAB II

ANALISIS PELUANG USAHA

Analisis peluang usaha merupakan tahapan krusial dalam proses kewirausahaan yang menjembatani antara ide bisnis dan implementasi usaha secara nyata. Pada level perguruan tinggi, analisis peluang usaha dipahami sebagai proses ilmiah dan sistematis untuk mengidentifikasi, mengevaluasi, dan memvalidasi peluang berdasarkan kebutuhan pasar, kelayakan sumber daya, serta potensi keberlanjutan usaha.

Zimmerer & Scarborough (2008) peluang usaha muncul ketika wirausahawan mampu menciptakan nilai baru atau meningkatkan nilai yang telah ada melalui inovasi produk, jasa, maupun proses bisnis. Barringer dan Ireland (2016) peluang usaha harus dianalisis secara objektif agar dapat dibedakan dari ide bisnis yang bersifat spekulatif. Sementara itu, Hisrich, Peters, & Shepherd (2017) peluang usaha berkaitan erat dengan kemampuan mengenali perubahan lingkungan dan mengubahnya menjadi nilai ekonomi.

Melalui bab ini, mahasiswa diharapkan mampu memahami konsep peluang usaha secara komprehensif, menguasai tahapan analisis peluang usaha, serta menerapkannya pada konteks kewirausahaan, khususnya di bidang pertanian.

❖ Konsep Dasar Peluang Usaha

Peluang usaha dapat dipahami sebagai situasi atau kondisi yang memungkinkan seseorang menciptakan nilai (*value*) melalui produk atau jasa yang dibutuhkan pasar dan memiliki potensi menghasilkan keuntungan. Peluang usaha berbeda dengan ide usaha. Ide usaha adalah gagasan awal yang masih bersifat umum, sedangkan peluang usaha telah menunjukkan adanya kebutuhan nyata, target pasar yang jelas, serta potensi model bisnis yang dapat dijalankan. Peluang usaha juga diartikan sebagai situasi di mana terdapat kebutuhan atau masalah pasar yang dapat diselesaikan melalui produk atau jasa tertentu dan memberikan manfaat ekonomi. Suatu peluang usaha memiliki karakteristik utama berupa adanya permintaan pasar, nilai tambah bagi konsumen, keunggulan kompetitif, serta potensi menghasilkan keuntungan.

Pada tahap awal kewirausahaan, wirausahawan umumnya berangkat dari pengamatan terhadap masalah, kesenjangan layanan, perubahan preferensi konsumen, atau tren yang berkembang. Peluang usaha yang baik umumnya tidak hanya “menarik”, tetapi juga “teruji” melalui bukti sederhana, misalnya respons pelanggan, tren permintaan, ataupun hasil observasi penjualan pesaing. Kuratko (2016), peluang usaha tidak hanya berkaitan dengan ide inovatif, tetapi juga dengan waktu yang tepat, kondisi pasar yang mendukung, serta kesiapan sumber daya yang dimiliki wirausahawan.

❖ Perbedaan Ide Bisnis dan Peluang Usaha

Ide bisnis dipahami sebagai gagasan awal yang bersifat subjektif dan kreatif. Tidak semua ide bisnis dapat diwujudkan menjadi usaha karena kelayakannya perlu dinilai terlebih dahulu. Peluang usaha dapat diartikan sebagai ide bisnis yang telah dianalisis dan dinyatakan memenuhi kriteria kelayakan untuk dikembangkan.

Barringer & Ireland (2016) suatu peluang usaha yang layak harus memenuhi beberapa kriteria utama berikut, yang masing-masing perlu dianalisis secara mendalam sebelum sebuah ide bisnis dikembangkan lebih lanjut.

- a. Menyelesaikan masalah atau memenuhi kebutuhan nyata konsumen

Peluang usaha harus berangkat dari permasalahan nyata atau kebutuhan riil yang dialami konsumen. Kebutuhan nyata ini dapat berupa kebutuhan fungsional (misalnya ketersediaan pangan, efisiensi distribusi, kualitas produk), kebutuhan emosional (rasa aman, nyaman, atau kepuasan), maupun kebutuhan sosial (status, keberlanjutan lingkungan, dan tanggung jawab sosial). Barringer dan Ireland menekankan bahwa banyak ide bisnis gagal karena hanya didasarkan pada asumsi wirausahawan tanpa validasi pasar. Oleh karena itu, identifikasi masalah konsumen harus dilakukan melalui observasi, survei, wawancara, maupun studi pasar agar solusi yang ditawarkan benar-benar relevan.

- b. Memiliki target pasar yang jelas

Setiap peluang usaha harus memiliki target pasar yang terdefinisi dengan baik. Target pasar mencakup kelompok konsumen tertentu yang memiliki kebutuhan, karakteristik, dan perilaku yang relatif homogen. Kejelasan target pasar memungkinkan wirausahawan memahami siapa yang akan membeli produk, mengapa mereka membeli, serta bagaimana cara terbaik menjangkau mereka. Peluang usaha dengan target pasar yang terlalu luas atau tidak spesifik cenderung sulit berkembang karena strategi pemasaran dan pengembangan produknya menjadi tidak fokus dan tidak efisien.
- c. Menawarkan nilai tambah yang berbeda (*value proposition*)

Nilai tambah merupakan inti dari sebuah peluang usaha. Peluang usaha harus mampu menawarkan keunikan atau keunggulan tertentu dibandingkan produk atau jasa yang sudah ada di pasar. Nilai tambah ini dapat berupa inovasi produk, peningkatan kualitas, harga yang lebih kompetitif, kemudahan akses, kecepatan layanan, maupun aspek keberlanjutan lingkungan. Tanpa adanya diferensiasi yang jelas, konsumen tidak memiliki alasan kuat untuk beralih dari produk pesaing ke produk baru yang ditawarkan.
- d. Layak secara teknis dan ekonomi

Kelayakan teknis berkaitan dengan kemampuan wirausahawan untuk memproduksi dan men-

distribusikan produk atau jasa secara konsisten dengan teknologi, keterampilan, dan sumber daya yang tersedia. Sementara itu, kelayakan ekonomis berkaitan dengan potensi keuntungan usaha, struktur biaya, serta kemampuan usaha untuk bertahan secara finansial. Peluang usaha yang menarik secara ide namun tidak didukung oleh kelayakan teknis dan finansial yang memadai akan berisiko tinggi mengalami kegagalan dalam tahap implementasi.

Tanpa analisis yang memadai terhadap keempat aspek tersebut, ide bisnis berpotensi besar gagal ketika dihadapkan pada realitas pasar, seperti rendahnya permintaan, persaingan yang ketat, atau ketidaksesuaian antara produk yang ditawarkan dan kebutuhan konsumen.

Sumber-sumber Peluang Usaha

Barringer dan Ireland (2016), setelah suatu ide bisnis dinilai memenuhi kriteria peluang usaha maka selanjutnya adalah memahami dari mana peluang usaha tersebut berasal. Peluang usaha tidak muncul secara kebetulan, melainkan dapat diidentifikasi melalui pengamatan sistematis terhadap lingkungan internal dan eksternal usaha. Peluang usaha dapat berasal dari berbagai sumber berikut.

a. Kebutuhan konsumen yang belum terpenuhi

Salah satu sumber peluang usaha yang paling utama adalah kebutuhan konsumen yang belum terpenuhi secara optimal oleh produk atau jasa yang ada.

Kebutuhan ini dapat berupa keterbatasan akses, kualitas yang belum memadai, harga yang tidak terjangkau, atau layanan yang kurang sesuai dengan harapan konsumen. Wirausahawan yang mampu mengenali kesenjangan antara harapan konsumen dan kondisi pasar saat ini memiliki peluang besar untuk menciptakan usaha yang bernilai.

b. Masalah yang sering dihadapi Masyarakat

Masalah sosial dan ekonomi yang dihadapi masyarakat sehari-hari juga merupakan sumber peluang usaha yang potensial. Permasalahan seperti distribusi pangan yang tidak efisien, limbah pertanian, keterbatasan lapangan kerja, atau rendahnya nilai tambah produk lokal dapat diubah menjadi peluang usaha apabila didekati dengan solusi bisnis yang inovatif. Dalam konteks ini, kewirausahaan tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga pada penciptaan dampak sosial.

c. Perubahan teknologi dan inovasi

Perkembangan teknologi menjadi salah satu pendorong utama munculnya peluang usaha baru. Inovasi di bidang digital, bioteknologi, mekanisasi pertanian, dan sistem informasi telah membuka cara-cara baru dalam memproduksi, memasarkan, dan mendistribusikan produk. Wirausahawan yang adaptif terhadap teknologi memiliki keunggulan dalam menciptakan efisiensi, meningkatkan kualitas produk, serta menjangkau pasar yang lebih luas.

d. Perubahan gaya hidup dan tren konsumsi

Perubahan preferensi dan pola konsumsi masyarakat juga melahirkan peluang usaha baru. Meningkatnya kesadaran terhadap kesehatan, lingkungan, dan keberlanjutan mendorong permintaan terhadap produk organik, ramah lingkungan, dan berbasis lokal. Wirausahawan perlu memahami tren ini agar dapat menyesuaikan penawaran produknya dengan nilai dan gaya hidup konsumen modern.

e. Kelemahan produk atau layanan pesaing

Peluang usaha sering kali muncul dari kelemahan yang dimiliki oleh produk atau layanan pesaing. Kelemahan tersebut dapat berupa kualitas yang tidak konsisten, layanan purna jual yang buruk, harga yang terlalu tinggi, atau kurangnya inovasi. Dengan melakukan analisis pesaing secara sistematis, wirausahawan dapat merancang produk atau jasa yang mampu menawarkan solusi yang lebih baik.

f. Perubahan kebijakan dan regulasi

Kebijakan dan regulasi pemerintah dapat menciptakan peluang usaha baru, baik secara langsung maupun tidak langsung. Program subsidi, insentif usaha, regulasi lingkungan, serta kebijakan pangan dan pertanian sering membuka ruang bagi lahirnya usaha baru. Namun demikian, wirausahawan juga perlu memahami risiko dan batasan yang ditimbulkan oleh regulasi tersebut.

Hisrich, Peters, & Shepherd (2017) pentingnya pengamatan lingkungan atau *environmental scanning* dipandang sebagai kemampuan penting bagi wirausahawan. Perubahan ekonomi, sosial, teknologi, dan kebijakan perlu diamati secara sistematis. Hasil pengamatan dapat digunakan untuk mengenali peluang usaha dan membangun usaha yang adaptif serta berdaya saing.

❖ Langkah-Langkah Analisis Peluang Usaha

Analisis peluang usaha dilakukan untuk meminimalkan risiko kegagalan dan meningkatkan probabilitas keberhasilan usaha sebelum memasuki tahap perencanaan dan implementasi bisnis. Tahapan analisis ini bersifat awal (*early-stage analysis*), namun sangat menentukan kualitas keputusan kewirausahaan yang diambil. Barringer dan Ireland (2016), analisis peluang usaha membantu wirausahawan menyaring ide bisnis agar hanya peluang yang paling layak yang dikembangkan. Tahapan analisis peluang usaha meliputi beberapa aspek berikut.

a. Analisis Pasar

Analisis pasar bertujuan untuk memahami kebutuhan dan perilaku konsumen secara mendalam. Pada tahap ini, wirausahawan mengkaji siapa target konsumen yang akan dilayani, apa kebutuhan dan masalah yang mereka hadapi, serta bagaimana pola konsumsi mereka. Selain itu, analisis pasar juga mencakup pengukuran ukuran pasar (*market size*), tingkat

permintaan, serta potensi pertumbuhan pasar di masa depan. Analisis pasar yang baik membantu memastikan bahwa peluang usaha memiliki permintaan yang cukup besar dan berkelanjutan.

b. Analisis Industri dan Persaingan

Analisis industri dan persaingan dilakukan untuk menilai tingkat daya tarik suatu industri. Wirausahawan perlu memahami struktur industri, jumlah dan kekuatan pesaing, hambatan masuk bagi pelaku baru, serta ancaman dari produk substitusi. Melalui analisis ini, wirausahawan dapat menentukan posisi usahanya di tengah persaingan dan merancang strategi yang tepat untuk bertahan dan berkembang. Tanpa pemahaman terhadap kondisi industri, peluang usaha berisiko terjebak dalam persaingan yang terlalu ketat atau tidak menguntungkan.

c. Analisis Nilai (*Value Proposition*)

Analisis nilai bertujuan untuk mengidentifikasi keunikan produk atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen. Nilai tersebut dapat berupa manfaat fungsional, ekonomis, emosional, maupun sosial yang dirasakan konsumen. Wirausahawan perlu menjawab pertanyaan mengapa konsumen harus memilih produk ini dibandingkan produk pesaing. Value proposition yang kuat menjadi dasar keunggulan kompetitif dan faktor utama dalam menarik serta mempertahankan konsumen.

d. Analisis Kelayakan Awal

Analisis kelayakan awal merupakan penilaian sederhana terhadap kemampuan usaha untuk dijalankan secara realistis. Kelayakan teknis berkaitan dengan ketersediaan teknologi, bahan baku, tenaga kerja, dan keterampilan yang dibutuhkan. Sementara itu, kelayakan finansial mencakup estimasi biaya awal, potensi pendapatan, serta kemungkinan memperoleh keuntungan. Analisis ini tidak bersifat mendalam seperti studi kelayakan penuh, namun cukup untuk menilai apakah peluang usaha layak dilanjutkan ke tahap perencanaan bisnis yang lebih komprehensif.

Secara keseluruhan, tahapan analisis peluang usaha berfungsi sebagai alat pengambilan keputusan awal yang rasional, sehingga wirausahawan dapat mengalokasikan sumber daya secara lebih efektif dan menghindari risiko kegagalan yang tidak perlu.

❖ Contoh Analisis Peluang Usaha di Bidang Pertanian

Contoh: Usaha Pertanian Hortikultura Organik

Salah satu peluang kewirausahaan di bidang pertanian adalah pengembangan usaha sayuran organik.

a. Analisis Pasar

Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap gaya hidup sehat mendorong permintaan produk pangan organik, khususnya di wilayah perkotaan.

b. Analisis Industri dan Persaingan

Jumlah produsen sayuran organik masih terbatas dibandingkan permintaan pasar. Persaingan relatif

moderat dengan peluang diferensiasi kualitas dan layanan distribusi.

c. Analisis Nilai Produk

Produk ditawarkan dengan keunggulan bebas pestisida kimia, kualitas segar, serta sistem distribusi langsung dari petani ke konsumen.

d. Analisis Kelayakan Awal

Secara teknis, usaha dapat dijalankan dengan lahan terbatas menggunakan metode pertanian organik. Secara finansial, harga jual relatif lebih tinggi dibandingkan produk konvensional sehingga memberikan margin keuntungan yang menarik.

❖ Peluang Usaha Sektor Agribisnis

Peluang usaha di sektor agribisnis memiliki karakteristik yang khas karena berkaitan langsung dengan pemanfaatan sumber daya alam, proses biologis, serta keterkaitan antara kegiatan produksi, pengolahan, dan pemasaran hasil pertanian. Pasaribu (2012) agribisnis merupakan suatu sistem usaha yang mencakup subsistem penyediaan sarana produksi, subsistem produksi pertanian, subsistem pengolahan hasil, subsistem pemasaran, serta subsistem jasa penunjang. Peluang usaha agribisnis sangat terbuka luas, terutama di negara berkembang yang memiliki potensi sumber daya alam dan keanekaragaman hayati yang besar. Peluang tersebut tidak hanya terbatas pada kegiatan budidaya pertanian, tetapi juga mencakup pengolahan hasil dan pengembangan nilai tambah produk pertanian. Secara

rinci, peluang usaha sektor agribisnis dapat dijelaskan sebagai berikut.

a. Peluang Usaha pada Subsistem Produksi Pertanian

Subsistem produksi pertanian mencakup kegiatan budidaya tanaman pangan, hortikultura, perkebunan, dan peternakan. Menurut Pasaribu, peluang usaha pada subsistem ini muncul dari peningkatan permintaan pangan, pertumbuhan penduduk, serta kebutuhan akan produk pertanian yang berkualitas dan berkelanjutan. Inovasi teknologi budidaya, pertanian organik, dan pertanian presisi menjadi faktor penting dalam meningkatkan produktivitas dan efisiensi usaha.

b. Peluang Usaha pada Subsistem Pengolahan Hasil Pertanian

Pasaribu menekankan bahwa pengolahan hasil pertanian merupakan kunci utama dalam meningkatkan nilai tambah produk agribisnis. Banyak komoditas pertanian memiliki nilai jual yang rendah apabila dijual dalam bentuk bahan mentah. Oleh karena itu, peluang usaha muncul melalui kegiatan pengolahan, seperti pengemasan, pengawetan, dan diversifikasi produk olahan. Usaha ini tidak hanya meningkatkan pendapatan pelaku agribisnis, tetapi juga memperpanjang umur simpan produk.

c. Peluang Usaha pada Subsistem Pemasaran Agribisnis

Peluang usaha juga terbuka luas pada subsistem pemasaran, terutama dalam memperpendek rantai distribusi hasil pertanian. Ketidakefisienan sistem

pemasaran sering merugikan petani. Oleh karena itu, usaha di bidang distribusi, pemasaran digital, kemitraan petani, dan pengembangan pasar lokal maupun ekspor menjadi peluang strategis dalam agribisnis.

d. Peluang Usaha pada Subsistem Jasa Penunjang Agribisnis

Subsistem jasa penunjang meliputi penyediaan sarana produksi, pembiayaan, penyuluhan, logistik, serta layanan teknologi pertanian. Menurut Pasaribu, berkembangnya usaha agribisnis sangat bergantung pada ketersediaan jasa penunjang yang efisien dan terintegrasi. Peluang usaha pada subsistem ini semakin meningkat seiring dengan kebutuhan petani dan pelaku agribisnis terhadap layanan yang profesional dan berbasis teknologi. Melalui pendekatan sistem agribisnis sebagaimana dikemukakan dapat disimpulkan bahwa peluang usaha sektor agribisnis bersifat luas, terintegrasi, dan berkelanjutan.

Contoh ini menunjukkan bahwa sektor pertanian memiliki peluang usaha yang besar apabila dianalisis secara sistematis dan berbasis kebutuhan pasar. Pada masa pandemi COVID-19, ketika banyak sektor ekonomi mengalami kontraksi, sektor pertanian dan agribisnis justru menunjukkan kinerja yang relatif stabil bahkan tumbuh positif. Kondisi ini menunjukkan bahwa kebutuhan terhadap pangan bersifat fundamental dan tidak dapat ditunda, sehingga sektor pertanian tetap dibutuhkan dalam kondisi apa pun, baik pada masa krisis

maupun normal. Fakta tersebut memperkuat argumen bahwa agribisnis merupakan sektor strategis dan prospektif untuk dikembangkan sebagai bidang kewirausahaan jangka panjang.

❖ **Rangkuman**

Analisis peluang usaha merupakan tahapan awal yang menentukan keberhasilan proses kewirausahaan. Peluang usaha tidak hanya didasarkan pada kreativitas ide, tetapi harus melalui analisis yang sistematis untuk memastikan kesesuaiannya dengan kebutuhan pasar dan kondisi lingkungan usaha.

Peluang usaha yang layak ditandai oleh kemampuan memenuhi kebutuhan nyata konsumen, kejelasan target pasar, adanya nilai tambah yang membedakan dari pesaing, serta kelayakan teknis dan ekonomis. Peluang tersebut dapat bersumber dari perubahan lingkungan eksternal, seperti dinamika kebutuhan konsumen, perkembangan teknologi, pergeseran gaya hidup, kelemahan pesaing, serta kebijakan dan regulasi pemerintah.

Analisis peluang usaha dilakukan melalui analisis pasar, analisis industri dan persaingan, analisis nilai (*value proposition*), serta analisis kelayakan awal. Dalam konteks agribisnis, peluang usaha mencakup subsistem produksi, pengolahan, pemasaran, dan jasa penunjang yang terintegrasi. Ketahanan sektor pertanian selama pandemi COVID-19 menunjukkan bahwa agribisnis merupakan sektor strategis dan prospektif untuk dikembangkan dalam jangka panjang.

❖ **Pertanyaan**

1. Apa perbedaan antara ide usaha dan peluang usaha?
2. Mengapa tidak semua ide dapat dikembangkan menjadi usaha?
3. Seorang wirausaha pertanian dapat memperoleh ide usaha dari mana?

❖ **Pertanyaan Diskusi Kelompok**

1. Identifikasi tiga permasalahan pertanian di lingkungan sekitar yang dapat dikembangkan menjadi peluang usaha.
2. Pilih satu komoditas pertanian yang memiliki potensi untuk dikembangkan di wilayah setempat. Jelaskan alasannya.
3. Siapa calon konsumen produk tersebut dan apa kebutuhan utama mereka?
4. Apa keunggulan produk yang dapat ditawarkan dibandingkan produk pesaing?

❖ **Daftar Pustaka**

- Barringer, B. R., & Ireland, R. D. (2016). *Entrepreneurship: Successfully launching new ventures* (5th ed.). Pearson Education.
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2017). *Entrepreneurship* (10th ed.). McGraw-Hill Education.
- Kuratko, D. F. (2016). *Entrepreneurship: Theory, process, and practice* (10th ed.). Cengage Learning.

- Pasaribu, S. M. (2012). *Peluang usaha agribisnis: Sistem, peluang, dan tantangan*. Pusat Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian, Kementerian Pertanian.
- Zimmerer, T. W., & Scarborough, N. M. (2008). *Essentials of entrepreneurship and small business management* (5th ed.). Pearson Education.

❖ Glosarium

Analisis Industri dan Persaingan

Proses penilaian terhadap struktur industri, tingkat persaingan, kekuatan pesaing, hambatan masuk, serta ancaman produk substitusi untuk menentukan daya tarik suatu industri.

Analisis Kelayakan Awal

Penilaian awal terhadap kelayakan teknis dan ekonomis suatu peluang usaha sebelum dilakukan studi kelayakan yang lebih mendalam.

Analisis Pasar

Kegiatan mengkaji kebutuhan konsumen, karakteristik target pasar, ukuran pasar, serta potensi pertumbuhan permintaan suatu produk atau jasa.

Analisis Peluang Usaha

Proses sistematis untuk mengidentifikasi, mengevaluasi, dan menilai kelayakan suatu ide bisnis agar dapat dikembangkan menjadi usaha yang berkelanjutan.

Environmental Scanning

Proses pengamatan dan analisis lingkungan eksternal usaha, meliputi aspek ekonomi, sosial, teknologi, dan

kebijakan, untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman usaha.

Ide Bisnis

Gagasan awal mengenai produk atau jasa yang berpotensi ditawarkan kepada pasar, namun belum tentu layak untuk dikembangkan menjadi usaha.

Keunggulan Kompetitif

Kemampuan suatu usaha untuk menawarkan nilai yang lebih unggul dibandingkan pesaing sehingga memiliki posisi yang lebih kuat di pasar.

Nilai Tambah (*Value Proposition*)

Manfaat utama yang ditawarkan produk atau jasa kepada konsumen, baik secara fungsional, ekonomis, emosional, maupun sosial.

Peluang Usaha

Kondisi yang memungkinkan terciptanya nilai ekonomi melalui pemenuhan kebutuhan atau pemecahan masalah konsumen dengan cara yang lebih efektif dibandingkan solusi yang ada.

Target Pasar

Kelompok konsumen tertentu yang menjadi sasaran utama pemasaran produk atau jasa berdasarkan karakteristik dan kebutuhan yang relatif homogen.

Usaha Pertanian (*Agripreneurship*)

Kegiatan kewirausahaan yang berbasis pada sektor pertanian dengan tujuan menciptakan nilai tambah melalui inovasi produksi, pengolahan, dan pemasaran hasil pertanian.

BAB III

BENTUK-BENTUK USAHA DALAM KEWIRAUSAHAAN

Pemahaman mengenai bentuk usaha diperlukan karena keputusan legal dan organisasional memengaruhi pembagian risiko, akses pembiayaan, pengelolaan pajak, hubungan dengan mitra, dan keberlanjutan usaha. Kompetensi tersebut dalam pendidikan vokasi tidak hanya ditunjukkan melalui kemampuan menjelaskan konsep. Kemampuan menganalisis kasus dan merekomendasikan bentuk usaha yang dapat diterapkan juga perlu dikuasai mahasiswa.

Perkembangan regulasi Indonesia juga perlu diperhatikan. Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 menetapkan ketentuan Cipta Kerja, sedangkan Peraturan Pemerintah Nomor 8 Tahun 2021 mengatur modal dasar serta pendirian, perubahan, pelaporan, dan pembubaran perseroan yang memenuhi kriteria usaha mikro dan kecil, termasuk Perseroan Perorangan. Dengan demikian, mahasiswa perlu memahami bahwa pilihan bentuk usaha harus selalu disesuaikan dengan regulasi yang berlaku.

❖ Kewirausahaan Berdasarkan Tujuan Usaha

👉 Kewirausahaan Usaha Kecil

Kewirausahaan usaha kecil merupakan bentuk usaha yang dimiliki dan dikelola secara mandiri dengan struktur organisasi sederhana, sumber daya terbatas, dan

jangkauan pasar yang umumnya lokal. Tujuan utamanya sering berupa penciptaan pendapatan yang stabil dan keberlanjutan mata pencaharian. Karakter tersebut banyak dijumpai pada warung, usaha pengolahan pangan rumah tangga, jasa pertanian, peternakan rakyat, dan perdagangan sarana produksi (Hisrich dkk., 2017).

Usaha kecil memiliki fleksibilitas dan kemampuan adaptasi yang relatif tinggi terhadap perubahan lingkungan usaha. Di balik keunggulan tersebut, pelaku usaha kecil masih menghadapi keterbatasan modal, kualitas sumber daya manusia, legalitas, standarisasi produk, dan akses pasar. Kondisi tersebut sejalan dengan *Profil Industri Mikro dan Kecil 2024* yang menunjukkan bahwa akses permodalan, kualitas manajemen, dan pemenuhan legalitas masih menjadi tantangan penting bagi industri mikro dan kecil di Indonesia (Badan Pusat Statistik, 2025).

🔗 **Kewirausahaan Berorientasi Pertumbuhan**

Kewirausahaan berorientasi pertumbuhan dirancang untuk memperluas pasar, meningkatkan kapasitas, dan membangun keunggulan melalui inovasi. Usaha jenis ini membutuhkan model bisnis yang dapat dikembangkan, tata kelola yang lebih formal, sumber daya manusia yang kompeten, serta akses pembiayaan yang lebih luas. Perusahaan rintisan digital, penyedia teknologi pertanian, dan pengolah pangan yang membangun jaringan distribusi lintas daerah merupakan contoh yang relevan (Barringer & Ireland, 2020).

Konteks agribisnis menunjukkan bahwa pertumbuhan usaha tidak selalu menuntut ekspansi secara cepat. Pelaku usaha dapat mengembangkan usahanya secara bertahap melalui peningkatan mutu produk, pemenuhan sertifikasi, penyusunan kontrak pemasaran, penguatan merek, digitalisasi pencatatan, dan pembentukan kemitraan dalam rantai nilai.

🔗 **Kewirausahaan Sosial**

Kewirausahaan sosial menempatkan penyelesaian masalah sosial sebagai misi utama, sedangkan kegiatan bisnis berfungsi menjaga keberlanjutan misi tersebut. Keberhasilannya dinilai melalui kombinasi dampak sosial dan kinerja ekonomi, bukan hanya laba. Dalam agribisnis, bentuk ini dapat berupa perusahaan sosial yang memperkuat akses pasar petani kecil, unit usaha desa yang mengelola pascapanen, atau usaha yang mempekerjakan kelompok rentan (Dees, 2001; Stevens dkk., 2015).

Koperasi tani yang memperbaiki posisi tawar anggota dapat memiliki fungsi sosial yang kuat. Namun, koperasi tetap merupakan bentuk badan usaha tertentu, sedangkan kewirausahaan sosial adalah orientasi atau misi. Keduanya tidak boleh diperlakukan sebagai konsep yang sama.

🔗 **Kewirausahaan Hijau dan Berkelanjutan**

Kewirausahaan hijau mengintegrasikan tujuan ekonomi dengan pengurangan dampak lingkungan. Dalam pertanian, penerapannya mencakup penggunaan input

yang lebih efisien, pengelolaan limbah, energi terbarukan, pertanian organik, ekonomi sirkular, dan sistem produksi terpadu. Kewirausahaan berkelanjutan tidak hanya menghindari kerusakan, tetapi juga menciptakan inovasi yang memberi manfaat ekonomi, sosial, dan lingkungan (Schaltegger & Wagner, 2011).

Contohnya adalah pengolahan limbah ternak menjadi biogas dan pupuk, pemanfaatan residu tanaman sebagai pakan, pengemasan yang dapat didaur ulang, serta pengembangan produk lokal yang menjaga keberlanjutan bahan baku.

❖ **Dinamika Kewirausahaan dan UMKM di Indonesia**

Indonesia menunjukkan tingkat partisipasi masyarakat dalam kegiatan kewirausahaan yang relatif tinggi. Survei *Global Entrepreneurship Monitor* tahun 2020 mencatat tingkat kepemilikan usaha mapan di Indonesia sebesar 11,4% dari populasi dewasa. Tingkat tersebut tergolong kuat dibandingkan dengan sebagian besar negara berpendapatan menengah bawah yang mengikuti survei. Pada saat yang sama, hanya 0,3% penduduk dewasa yang merencanakan perekrutan enam orang pekerja atau lebih dalam lima tahun berikutnya. Sebanyak 6,3% penduduk dewasa yang terlibat dalam kegiatan kewirausahaan tidak merencanakan penambahan pekerja. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa tingginya kepemilikan usaha belum selalu disertai orientasi pertumbuhan dan kemampuan menciptakan lapangan kerja dalam skala yang lebih luas (Bosma et al., 2021).

Kondisi tersebut sejalan dengan arah kebijakan pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah periode 2025–2029. Kementerian Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah mengidentifikasi dominasi usaha mikro, rendahnya penerapan standar dan sertifikasi, terbatasnya penggunaan teknologi dan inovasi, rendahnya kemitraan dalam rantai nilai industri, serta belum optimalnya ekosistem usaha sebagai tantangan utama. Identifikasi tersebut menegaskan bahwa pembangunan kewirausahaan perlu berfokus pada peningkatan produktivitas, formalitas usaha, kualitas produk, daya saing, kualitas lapangan kerja, dan kemampuan usaha untuk naik kelas, bukan hanya pada penambahan jumlah unit usaha (Kementerian UMKM Republik Indonesia, 2025).

Dimensi gender juga relevan. Kementerian UMKM menyebutkan bahwa sekitar 64,5% UMKM di Indonesia dikelola perempuan. Angka tersebut menegaskan besarnya kontribusi perempuan, tetapi tidak berarti seluruh usaha telah memiliki skala dan akses sumber daya yang setara. Literatur menunjukkan bahwa usaha milik perempuan masih dapat menghadapi hambatan akses pembiayaan, jaringan, aset produktif, dan waktu karena pembagian peran sosial (Brush dkk., 2009; World Bank, 2016).

Bagi mahasiswa, informasi-informasi tersebut penting karena bentuk usaha yang dipilih dapat membantu mengatasi sebagian hambatan. Legalitas yang tepat dapat meningkatkan kepercayaan pembeli,

membuka akses pembiayaan, memperjelas pembagian kepemilikan, dan mendukung kemitraan.

❖ **Pengertian Bentuk Usaha dan Badan Usaha**

Bentuk usaha adalah struktur kepemilikan dan pengorganisasian kegiatan ekonomi. Badan usaha adalah kesatuan organisasi yang menjalankan kegiatan usaha, sedangkan badan hukum adalah subjek hukum yang memiliki hak dan kewajiban terpisah dari pemiliknya. Karena itu, tidak semua badan usaha berstatus badan hukum.

Perbedaan ini berpengaruh pada tanggung jawab. Dalam usaha perseorangan, firma, dan CV, pemisahan kekayaan pemilik dan usaha tidak sekuat pada Perseroan Terbatas atau koperasi. Pada badan hukum, tanggung jawab pemilik atau anggota pada prinsipnya dibatasi sesuai ketentuan modal dan peraturan yang berlaku.

❖ **Bentuk-Bentuk Usaha**

👉 **Usaha Perseorangan**

Usaha perseorangan dimiliki dan dikelola oleh satu orang. Pemilik menguasai keputusan, menerima seluruh keuntungan, dan menanggung seluruh risiko usaha. Bentuk ini mudah dimulai dan sesuai untuk usaha mikro yang sederhana, tetapi memiliki keterbatasan modal dan tanggung jawab pemilik pada umumnya tidak terbatas (Hisrich dkk., 2017).

Contoh agribisnis meliputi petani sayuran mandiri, peternak rakyat, jasa pengolahan tanah, pedagang hasil pertanian, dan usaha pangan rumah tangga.

🔗 **Firma**

Firma adalah persekutuan yang dijalankan oleh dua orang atau lebih dengan nama bersama. Setiap sekutu pada prinsipnya dapat bertindak untuk dan atas nama firma serta menanggung kewajiban secara tanggung renteng. Firma diatur dalam Kitab Undang-Undang Hukum Dagang. Bentuk ini memudahkan penghimpunan modal dan pembagian keahlian, tetapi menuntut tingkat kepercayaan yang tinggi karena kesalahan satu sekutu dapat berdampak pada sekutu lainnya.

🔗 ***Commanditaire Vennootschap (CV)***

CV merupakan persekutuan yang memiliki sekutu komplementer atau aktif dan sekutu komanditer atau pasif. Sekutu aktif mengelola usaha dan bertanggung jawab tidak terbatas, sedangkan sekutu pasif menanamkan modal dan bertanggung jawab sebatas modal yang disetorkan selama tidak ikut mengurus perusahaan. CV sering digunakan oleh usaha kecil dan menengah yang membutuhkan kombinasi keahlian manajerial dan modal.

Contoh agribisnis adalah usaha pembibitan, pengolahan hasil pertanian, atau distributor sarana produksi yang dikelola oleh sekutu aktif dengan dukungan modal dari sekutu pasif.

↳ **Perseroan Terbatas (PT)**

Perseroan Terbatas adalah badan hukum berupa persekutuan modal. Kekayaan perseroan terpisah dari kekayaan pemegang saham, sehingga tanggung jawab pemegang saham pada prinsipnya terbatas pada saham yang dimiliki. PT sesuai bagi usaha yang membutuhkan tata kelola formal, kesinambungan usaha, kerja sama dengan investor, dan pengembangan pasar (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007; Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2023).

PT dapat berbentuk perseroan tertutup atau perseroan terbuka. Perseroan terbuka menawarkan saham kepada masyarakat dan tunduk pada ketentuan pasar modal. Dalam agribisnis, PT banyak digunakan oleh perusahaan benih, pengolahan pangan, perkebunan, peternakan terintegrasi, dan perusahaan teknologi pertanian.

↳ **Perseroan Perorangan**

Perseroan Perorangan merupakan perseroan yang dapat didirikan oleh satu orang dan memenuhi kriteria usaha mikro atau kecil. Peraturan Pemerintah Nomor 8 Tahun 2021 mengatur pendirian melalui pernyataan pendirian, perubahan, kewajiban laporan keuangan, dan pembubaran. Bentuk ini memberi pilihan legal yang lebih sederhana bagi pelaku usaha mikro dan kecil yang memerlukan pemisahan kekayaan usaha dan kredibilitas badan hukum.

Perseroan Perorangan berbeda dari usaha perseorangan biasa. Usaha perseorangan tidak membentuk badan hukum terpisah, sedangkan Perseroan Perorangan memiliki status badan hukum setelah memenuhi ketentuan pendaftaran.

🔗 **Koperasi**

Koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang-seorang atau badan hukum koperasi dan menjalankan kegiatan berdasarkan prinsip koperasi. Tujuannya adalah meningkatkan kesejahteraan anggota melalui pelayanan dan usaha bersama. Hak suara anggota pada dasarnya tidak ditentukan oleh besarnya modal, tetapi oleh keanggotaan dan prinsip demokrasi ekonomi (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 1992).

Koperasi dapat menyediakan input, kredit, pengolahan, penyimpanan, standardisasi, dan pemasaran kolektif. Koperasi dapat memperbaiki posisi tawar petani apabila dikelola transparan, profesional, dan benar-benar berorientasi pada kebutuhan anggota.

🔗 **Bentuk Usaha dan Organisasi Lainnya**

Yayasan merupakan badan hukum nirlaba untuk tujuan sosial, keagamaan, atau kemanusiaan. Yayasan dapat mendirikan badan usaha atau melakukan penyertaan sesuai ketentuan, tetapi hasilnya digunakan untuk mendukung tujuan yayasan dan tidak dibagikan kepada pembina, pengurus, atau pengawas.

Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah memiliki modal yang seluruh atau sebagian besar dimiliki negara atau pemerintah daerah. Badan usaha ini menjalankan fungsi ekonomi dan, dalam sektor tertentu, pelayanan publik.

Usaha patungan atau joint venture merupakan kerja sama dua pihak atau lebih untuk menjalankan kegiatan atau proyek tertentu dengan pembagian modal, risiko, kendali, dan hasil sesuai perjanjian. Dalam praktik, usaha patungan sering dibentuk sebagai PT.

Waralaba memberikan hak kepada penerima waralaba untuk menggunakan merek, sistem, dan dukungan bisnis yang telah dikembangkan pemberi waralaba. Lisensi lebih terbatas pada pemberian hak menggunakan kekayaan intelektual, teknologi, atau merek sesuai perjanjian.

❖ Perbandingan Bentuk Usaha

Tabel 2. Perbandingan Bentuk Usaha

Bentuk	Pemilik	Status	Tanggung jawab	Modal	Kesesuaian
Perseorangan	1 orang	Bukan badan hukum	Tidak terbatas	Terbatas pada pemilik	Usaha mikro sederhana
Firma	≥2 sekutu	Bukan badan hukum	Tanggung renteng/tidak terbatas	Gabungan sekutu	Jasa atau usaha berbasis kepercayaan
CV	Sekutu aktif dan pasif	Bukan badan hukum	Aktif tidak terbatas; pasif terbatas	Lebih fleksibel	UKM dengan mitra modal
PT	Pemegang saham	Badan hukum	Terbatas pada saham	Dapat menghimpun saham/investasi	Usaha bertumbuh dan berisiko lebih tinggi
PT Perorangan	1 orang, kriteria UMK	Badan hukum	Terbatas sesuai ketentuan	Modal pendiri	UMK yang membutuhkan badan hukum
Koperasi	Anggota	Badan hukum	Terbatas sesuai simpanan/ketentuan	Simpanan dan modal koperasi	Usaha kolektif berbasis anggota

❖ Faktor Penentu Pemilihan Bentuk Usaha

- a. Skala dan tahap perkembangan
Usaha perintisan yang sederhana dapat menggunakan usaha perseorangan. Ketika usaha tumbuh, membutuhkan kontrak, investor, atau pemisahan kekayaan, bentuk badan hukum menjadi lebih relevan.
- b. Jumlah dan peran pemilik
Jumlah pemilik, kontribusi modal, kewenangan pengelolaan, dan mekanisme penyelesaian konflik harus ditentukan sejak awal.
- c. Kebutuhan modal
Usaha yang memerlukan investasi besar membutuhkan struktur yang dipercaya lembaga keuangan dan memungkinkan masuknya investor.
- d. Risiko dan tanggung jawab
Komoditas mudah rusak, penggunaan tenaga kerja, utang, kontrak pasokan, dan risiko keamanan pangan meningkatkan kebutuhan perlindungan hukum.
- e. Tata kelola
Bentuk sederhana memberikan fleksibilitas, sedangkan badan hukum menuntut administrasi, pelaporan, dan pemisahan keuangan yang lebih tertib.
- f. Pajak, izin, dan kepatuhan
Pelaku usaha perlu mempertimbangkan Nomor Induk Berusaha, perizinan berbasis risiko, perpajakan, sertifikasi produk, dan kewajiban sektoral.

- g. Visi jangka panjang
Rencana ekspansi, pewarisan, alih kepemilikan, kemitraan, dan penawaran saham harus dipertimbangkan sebelum memilih bentuk usaha.
- h. Nilai dan tujuan organisasi
Usaha yang berorientasi manfaat anggota lebih sesuai menggunakan koperasi, sedangkan misi sosial dapat dijalankan oleh berbagai bentuk hukum selama tata kelola dan penggunaan surplus konsisten dengan misi.

❖ Prosedur Analisis Pemilihan Bentuk Usaha

Mahasiswa dapat menggunakan langkah berikut:

- a. Identifikasi tujuan usaha, produk, pasar, dan skala operasi.
- b. Petakan pemilik, kontribusi modal, peran pengelola, serta kebutuhan investor.
- c. Identifikasi risiko finansial, operasional, pangan, lingkungan, dan hukum.
- d. Bandingkan kebutuhan legalitas, tata kelola, pajak, serta akses pembiayaan.
- e. Pilih bentuk usaha dan jelaskan alasan, manfaat, keterbatasan, serta rencana mitigasi risikonya.
- f. Periksa kembali regulasi terbaru melalui sistem peraturan resmi dan layanan perizinan pemerintah.

❖ Rangkuman Bab

Bentuk usaha menentukan hubungan antara pemilik, pengelola, modal, risiko, dan hukum. Usaha perseorangan menawarkan kesederhanaan, firma dan CV memungkinkan kerja sama antarsekutu, PT memberikan pemisahan kekayaan dan tanggung jawab terbatas, Perseroan Perorangan menyediakan alternatif badan hukum bagi usaha mikro dan kecil, sedangkan koperasi sesuai untuk usaha kolektif berbasis kebutuhan anggota.

Tidak ada satu bentuk usaha yang selalu paling baik. Pilihan harus disesuaikan dengan skala, jumlah pemilik, kebutuhan modal, tingkat risiko, tata kelola, regulasi, dan visi jangka panjang. Dalam agribisnis, keputusan juga perlu mempertimbangkan sifat produk, risiko produksi, keamanan pangan, kemitraan petani, dan kontinuitas bahan baku.

❖ Aktivitas Kelas: Klinik Pemilihan Bentuk Usaha Agribisnis

Aktivitas ini menghasilkan produk nyata berupa memo rekomendasi bentuk usaha dan presentasi singkat. Mahasiswa bekerja dalam kelompok beranggotakan 4–5 orang.

Kasus: Empat lulusan Diploma Tiga akan membangun usaha pengolahan cabai menjadi sambal kemasan. Dua orang menjadi pengelola penuh waktu, satu orang menyediakan modal, dan satu orang memiliki jaringan pemasaran tetapi tidak terlibat dalam operasional. Usaha menargetkan kerja sama dengan

kelompok tani, sertifikasi produk, penjualan digital, dan ekspansi antardaerah dalam tiga tahun.

Tugas kelompok:

- a. Mengidentifikasi kebutuhan pemilik, modal, risiko, legalitas, dan tata kelola.
- b. Membandingkan sekurang-kurangnya tiga pilihan bentuk usaha.
- c. Menentukan satu bentuk usaha paling sesuai dan satu alternatif cadangan.
- d. Menyusun bagan pembagian peran dan tanggung jawab.
- e. Menyusun memo rekomendasi 800–1.000 kata dengan sekurang-kurangnya tiga rujukan.
- f. Mempresentasikan rekomendasi selama 7 menit, dilanjutkan tanya jawab 5 menit.

📌 **Luaran dan Bukti Capaian**

Tabel 3. Luaran dan Bukti Capaian

Capaian	Bukti kinerja	Indikator	Bobot
Ketepatan konsep	Matriks perbandingan	Karakteristik hukum dan tanggung jawab benar	25%
Analisis kasus	Memo rekomendasi	Keputusan didasarkan pada modal, risiko, tata kelola, dan visi	30%
Argumentasi dan sumber	Memo dan sitasi	Alasan logis; sumber	20%

		resmi/akademik relevan	
Kelayakan implementasi	Rencana tindakan	Langkah legalisasi dan pembagian peran realistis	15%
Komunikasi kolaboratif	Presentasi	Penyajian jelas, pembagian tugas seimbang, mampu menjawab pertanyaan	10%

❖ Latihan dan Evaluasi

👉 Pertanyaan Pemahaman

- Jelaskan perbedaan antara bentuk usaha, badan usaha, dan badan hukum.
- Bandingkan tanggung jawab pemilik pada usaha perseorangan, firma, CV, dan PT.
- Jelaskan perbedaan usaha perseorangan dan Perseroan Perorangan.
- Mengapa koperasi relevan bagi penguatan posisi tawar petani?
- Apa saja faktor yang perlu dipertimbangkan sebelum memilih bentuk usaha agribisnis?

👉 Tugas Aplikatif

Pilih satu usaha agribisnis di lingkungan sekitar. Identifikasi bentuk usahanya, status legalitas, jumlah pemilik, struktur pengelolaan, sumber modal, dan risiko

utama. Susun rekomendasi apakah bentuk usaha tersebut perlu dipertahankan atau diubah. Gunakan format analisis maksimal dua halaman.

❖ Daftar Pustaka

- Badan Pusat Statistik. (2024). Keadaan angkatan kerja di Indonesia Agustus 2024. BPS.
- Badan Pusat Statistik. (2025). Profil industri mikro dan kecil 2024. BPS.
- Barringer, B. R., & Ireland, R. D. (2020). *Entrepreneurship: Successfully launching new ventures* (6th ed.). Pearson.
- Brush, C. G., de Bruin, A., & Welter, F. (2009). A gender-aware framework for women's *entrepreneurship*. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 587–598. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00322.x>
- Dees, J. G. (2001). The meaning of social *entrepreneurship*. Center for the Advancement of Social *Entrepreneurship*, Duke University.
- Global *Entrepreneurship* Monitor. (n.d.). *Entrepreneurship in Indonesia: Country profile*. <https://www.gemconsortium.org/country-profile/70>
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2017). *Entrepreneurship* (10th ed.). McGraw-Hill Education.
- Kementerian UMKM Republik Indonesia. (n.d.). Arah kebijakan. <https://umkm.go.id/arah-kebijakan>
- Kementerian UMKM Republik Indonesia. (2025, April 23). DWP Kementerian UMKM apresiasi perempuan tangguh lintas profesi. <https://umkm.go.id/>

- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 2021 tentang Modal Dasar Perseroan serta Pendaftaran Pendirian, Perubahan, dan Pembubaran Perseroan yang Memenuhi Kriteria untuk Usaha Mikro dan Kecil.
- Schaltegger, S., & Wagner, M. (2011). Sustainable *entrepreneurship* and sustainability innovation: Categories and interactions. *Business Strategy and the Environment*, 20(4), 222–237. <https://doi.org/10.1002/bse.682>
- Stevens, R., Moray, N., & Bruneel, J. (2015). The social and economic mission of social enterprises: Dimensions, measurement, validation, and relation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39(5), 1051–1082. <https://doi.org/10.1111/etap.12091>
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang.
- World Bank. (2016). *Women entrepreneurs in Indonesia: A pathway to increasing shared prosperity*. World Bank.

❖ Glosarium

Badan hukum: Subjek hukum yang memiliki hak dan kewajiban terpisah dari pemilik atau anggotanya.

Badan usaha: Kesatuan organisasi yang menjalankan kegiatan ekonomi.

Commanditaire Vennootschap: Persekutuan yang terdiri atas sekutu aktif dan sekutu pasif.

Firma: Persekutuan dengan nama bersama dan tanggung jawab sekutu secara tanggung renteng.

Koperasi: Badan usaha berbasis anggota dan prinsip demokrasi ekonomi.

Perseroan Perorangan: Perseroan untuk usaha mikro dan kecil yang dapat didirikan oleh satu orang.

Perseroan Terbatas: Badan hukum berbentuk persekutuan modal dengan tanggung jawab pemegang saham terbatas.

Usaha perseorangan: Usaha yang dimiliki dan ditanggung oleh satu orang tanpa pembentukan badan hukum terpisah.

Waralaba: Hak menggunakan merek dan sistem bisnis berdasarkan perjanjian waralaba.

BAB IV

PERIZINAN USAHA

Perizinan usaha sebagai bagian dari tata kelola, perlindungan hukum, dan pengembangan usaha. Pembahasan diarahkan pada sistem Perizinan Berusaha Berbasis Risiko melalui *Online Single Submission* (OSS), jenis dokumen yang diterbitkan menurut tingkat risiko, persyaratan dasar, serta perizinan khusus yang relevan bagi usaha agribisnis dan pangan.

Materi ini memperbarui pendekatan lama yang masih menggunakan Surat Izin Usaha Perdagangan, Tanda Daftar Perusahaan, Surat Izin Gangguan, Surat Keterangan Domisili Usaha, dan Izin Mendirikan Bangunan sebagai daftar izin umum. Dalam sistem saat ini, legalitas dasar usaha diproses melalui OSS dan ditentukan berdasarkan Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia serta tingkat risiko kegiatan usaha. Peraturan Pemerintah Nomor 28 Tahun 2025 menjadi dasar terbaru penyelenggaraan Perizinan Berusaha Berbasis Risiko dan menggantikan kerangka utama Peraturan Pemerintah Nomor 5 Tahun 2021.

Bagi usaha agribisnis, legalitas tidak berhenti pada Nomor Induk Berusaha. Pelaku usaha juga perlu menilai kebutuhan sertifikat standar, izin, persetujuan lingkungan, kesesuaian pemanfaatan ruang, sertifikasi halal, serta izin sektoral lain sesuai produk dan proses usahanya.

❖ Pengertian dan Prinsip Perizinan Usaha

Perizinan usaha adalah persetujuan pemerintah yang diperlukan pelaku usaha untuk memulai dan menjalankan kegiatan tertentu. Dalam sistem berbasis risiko, jenis dan kedalaman persyaratan ditentukan oleh tingkat risiko kegiatan usaha terhadap kesehatan, keselamatan, lingkungan, dan sumber daya lainnya. Dengan demikian, tidak semua usaha memerlukan jenis izin yang sama.

Online Single Submission merupakan sistem elektronik terintegrasi untuk memproses perizinan berusaha. Pelaku usaha mengisi data identitas, badan usaha, lokasi, bidang usaha, skala, dan rencana kegiatan. Sistem kemudian menentukan tingkat risiko dan dokumen yang harus dipenuhi berdasarkan ketentuan yang berlaku (Pemerintah Republik Indonesia, 2025a; Kementerian Investasi dan Hilirisasi/BKPM, 2025).

Nomor Pokok Wajib Pajak bukan izin usaha, melainkan identitas perpajakan. Sertifikasi halal, registrasi pangan olahan, Sertifikat Pemenuhan Komitmen Produksi Pangan Olahan Industri Rumah Tangga, Persetujuan Bangunan Gedung, dan dokumen lingkungan juga bukan pengganti Nomor Induk Berusaha. Dokumen tersebut memiliki fungsi berbeda dan dapat menjadi persyaratan tambahan sesuai kegiatan usaha.

❖ Tujuan dan Manfaat Perizinan Usaha

👉 Kepastian dan Perlindungan Hukum

Legalitas membantu memastikan bahwa kegiatan usaha dijalankan sesuai ketentuan. Dokumen perizinan juga memudahkan pembuktian identitas usaha dalam kontrak, pengadaan, dan penyelesaian sengketa.

👉 Perlindungan Konsumen dan Lingkungan

Perizinan berbasis risiko memastikan bahwa usaha dengan risiko lebih tinggi memenuhi standar keamanan, kesehatan, mutu, dan lingkungan yang lebih ketat.

👉 Akses Pembiayaan dan Kemitraan

Lembaga keuangan, investor, pemasok, dan pembeli institusional umumnya membutuhkan identitas serta dokumen legal usaha sebelum menjalin kerja sama.

👉 Pengembangan Pasar

Legalitas dapat menjadi prasyarat masuk ke pasar modern, perdagangan antardaerah, ekspor, pengadaan pemerintah, dan kemitraan rantai pasok.

👉 Tata Kelola dan Profesionalisasi

Proses legalisasi mendorong pelaku usaha menata data, lokasi, bidang usaha, pencatatan, standar produksi, dan tanggung jawab organisasi.

❖ Perizinan Berusaha Berbasis Risiko

Peraturan Pemerintah Nomor 28 Tahun 2025 mengelompokkan kegiatan usaha ke dalam empat tingkat risiko. Tingkat risiko menentukan dokumen utama yang diterbitkan melalui OSS.

Penentuan tingkat risiko tidak dilakukan berdasarkan perkiraan pelaku usaha. Pelaku usaha harus memilih Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia yang tepat, mengisi skala dan parameter kegiatan, kemudian mengikuti hasil pemetaan OSS. Kesalahan memilih kode kegiatan dapat menyebabkan dokumen yang diterbitkan tidak sesuai dengan kegiatan nyata.

❖ Dokumen Utama dalam Sistem OSS

🔗 Nomor Induk Berusaha (NIB)

NIB merupakan identitas pelaku usaha yang diterbitkan melalui OSS. NIB menjadi dasar legalitas dan dapat berfungsi sebagai nomor identitas kepabeanaan atau pendaftaran lain sesuai ketentuan. NIB tidak selalu cukup untuk menjalankan seluruh kegiatan, terutama pada tingkat risiko menengah tinggi dan tinggi.

🔗 Sertifikat Standar

Sertifikat Standar merupakan bukti pemenuhan standar kegiatan usaha. Pada risiko menengah rendah, dokumen dapat berbasis pernyataan pelaku usaha. Pada risiko menengah tinggi, standar harus diverifikasi oleh instansi berwenang.

Tabel 4. Tingkat Risiko Menentukan Dokumen Utama Yang Diterbitkan Melalui OSS

Tingkat Risiko	Dokumen Utama	Makna Praktis	Contoh Umum
Rendah	Nomor Induk Berusaha (NIB)	NIB menjadi legalitas dasar untuk memulai dan menjalankan kegiatan.	Sebagian kegiatan perdagangan atau jasa berisiko rendah.
Menengah rendah	NIB dan Sertifikat Standar	Sertifikat Standar dapat terbit berdasarkan pernyataan pemenuhan standar.	Kegiatan dengan risiko menengah yang persyaratannya relatif sederhana.
Menengah tinggi	NIB dan Sertifikat Standar terverifikasi	Pemenuhan standar harus diverifikasi oleh instansi berwenang sebelum kegiatan tertentu dijalankan.	Kegiatan produksi yang memerlukan pemeriksaan teknis.
Tinggi	NIB dan Izin	Kegiatan hanya dapat dijalankan setelah izin diterbitkan dan persyaratan dipenuhi.	Kegiatan dengan potensi dampak besar terhadap kesehatan, keselamatan, atau lingkungan.

↳ Izin

Izin diperlukan untuk kegiatan berisiko tinggi. Pelaku usaha harus memenuhi persyaratan sebelum izin diterbitkan dan sebelum kegiatan yang dipersyaratkan dilaksanakan.

↳ Perizinan Berusaha untuk Menunjang Kegiatan Usaha

Perizinan ini mendukung operasional usaha, misalnya registrasi atau sertifikasi produk, izin operasional tertentu, rekomendasi teknis, atau dokumen sektoral lain.

↳ Persyaratan Dasar

Persyaratan dasar dapat mencakup kesesuaian kegiatan pemanfaatan ruang, persetujuan lingkungan, serta Persetujuan Bangunan Gedung dan Sertifikat Laik Fungsi sesuai kondisi usaha.

❖ Perizinan yang Relevan bagi Usaha Agribisnis dan Pangan

↳ Sertifikat Pemenuhan Komitmen Produksi Pangan Olahan Industri Rumah Tangga

Industri rumah tangga yang memproduksi pangan olahan tertentu untuk diperdagangkan dalam kemasan eceran wajib memiliki Sertifikat Pemenuhan Komitmen Produksi Pangan Olahan Industri Rumah Tangga (SPP-IRT). SPP-IRT diterbitkan oleh bupati atau wali kota melalui sistem *Online Single Submission* dan memuat nomor SPP-IRT yang dicantumkan pada label produk. Peraturan Badan

Pengawas Obat dan Makanan Nomor 4 Tahun 2024 mengatur tata cara penerbitan, persyaratan, dan pemenuhan komitmen SPP-IRT. Ketentuan tersebut hanya berlaku bagi jenis pangan olahan yang tercantum dalam peraturan dan diproduksi menggunakan peralatan manual hingga semiotomatis. Produk yang memerlukan penanganan khusus, wajib memenuhi Standar Nasional Indonesia, mencantumkan klaim, atau memiliki karakteristik risiko tertentu tidak dapat menggunakan jalur SPP-IRT. Pelaku usaha wajib mengikuti mekanisme perizinan yang sesuai, termasuk registrasi pangan olahan pada Badan Pengawas Obat dan Makanan untuk produk yang wajib memperoleh izin edar (Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia, 2023, 2024).

🔗 **Registrasi Pangan Olahan BPOM**

Pangan olahan yang tidak termasuk ruang lingkup P-IRT, diproduksi dengan proses tertentu, memiliki klaim tertentu, atau diedarkan dalam skala dan kategori yang dipersyaratkan perlu memperoleh izin edar dari BPOM. Pelaku usaha harus memeriksa klasifikasi produk, komposisi, label, sarana produksi, dan dokumen mutu sebelum mengajukan registrasi.

🔗 **Sertifikasi Halal**

Sertifikasi halal merupakan kewajiban produk sesuai tahapan yang ditetapkan pemerintah. BPJPH menegaskan bahwa produk makanan dan minuman usaha mikro dan kecil harus telah bersertifikat halal paling lambat 17 Oktober 2026. Adanya peraturan perlu menjadi perhatian

bagi pelaku usaha pangan untuk memasukkan proses halal ke dalam perencanaan legalitas, bahan baku, produksi, pencatatan, dan pelabelan (Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal, 2026).

↳ **Perizinan Sektor Pertanian, Peternakan, dan Perikanan**

Usaha benih, pupuk, pestisida, obat hewan, pakan, rumah potong, pembibitan, pengolahan hasil perikanan, dan usaha berbasis sumber daya tertentu dapat memerlukan registrasi, sertifikasi, rekomendasi teknis, atau izin sektoral. Persyaratan harus diperiksa berdasarkan komoditas, lokasi, skala, dan kegiatan aktual.

↳ **Persetujuan Lingkungan dan Bangunan**

Usaha yang menimbulkan limbah, emisi, kebisingan, perubahan tata ruang, atau penggunaan bangunan tertentu harus menilai kebutuhan dokumen lingkungan serta Persetujuan Bangunan Gedung dan Sertifikat Laik Fungsi. Istilah Izin Mendirikan Bangunan tidak lagi menjadi istilah utama dalam sistem yang berlaku.

❖ **Dokumen Lama yang Tidak Lagi Menjadi Izin Umum Utama**

Daftar izin dalam berbagai bahan ajar lama sering mencantumkan Surat Izin Usaha Perdagangan, Tanda Daftar Perusahaan, Surat Izin Gangguan, Surat Keterangan Domisili Usaha, Surat Izin Tempat Usaha, dan Tanda Daftar Industri sebagai dokumen wajib umum.

Pendekatan tersebut sudah tidak tepat untuk menggambarkan sistem perizinan berusaha saat ini.

- a. Tanda Daftar Perusahaan pada praktik perizinan terintegrasi telah digantikan fungsinya oleh NIB.
- b. Surat Izin Usaha Perdagangan tidak lagi menjadi izin umum yang berdiri sendiri bagi seluruh usaha perdagangan karena legalitas ditentukan melalui OSS berdasarkan risiko.
- c. Surat Izin Gangguan telah dihapus dan bukan lagi persyaratan umum.
- d. Surat Keterangan Domisili Usaha dan Surat Izin Tempat Usaha tidak menjadi dokumen inti nasional dalam OSS, meskipun pelaku usaha tetap wajib memastikan alamat, tata ruang, dan ketentuan daerah sesuai.
- e. Izin Mendirikan Bangunan telah digantikan oleh Persetujuan Bangunan Gedung dalam rezim bangunan gedung.

❖ Tahapan Pengurusan Perizinan Usaha

- a. Menentukan bentuk pelaku usaha: orang perseorangan atau badan usaha.
- b. Menetapkan kegiatan utama dan pendukung serta memilih kode KBLI yang paling sesuai.
- c. Menyiapkan data identitas, alamat, lokasi, modal, tenaga kerja, produk, dan rencana kegiatan.
- d. Membuat hak akses dan mengisi data pada OSS.
- e. Menerbitkan NIB dan membaca secara teliti tingkat risiko serta kewajiban yang tercantum.

- f. Memenuhi persyaratan dasar, Sertifikat Standar, atau Izin sesuai hasil OSS.
- g. Mengurus perizinan penunjang, seperti P-IRT, registrasi BPOM, halal, lingkungan, bangunan, atau izin sektoral.
- h. Memperbarui data apabila terjadi perubahan lokasi, skala, produk, kapasitas, pemilik, atau kegiatan.
- i. Menyimpan dokumen dan memastikan kepatuhan berkelanjutan melalui pelaporan, pengawasan, dan pembaruan izin.

❖ Waktu Pengurusan dan Risiko Ketidakpatuhan

Perizinan sebaiknya dipetakan sejak tahap perencanaan. Dokumen NIB dan dokumen dasar perlu diperoleh sebelum kegiatan yang mensyaratkannya dimulai. Pada usaha berisiko menengah tinggi atau tinggi, pelaku usaha tidak boleh menganggap penerbitan NIB sebagai izin untuk langsung menjalankan seluruh kegiatan.

Pengurusan setelah usaha berjalan dapat menimbulkan risiko, seperti penghentian kegiatan, sanksi administratif, penolakan produk, kesulitan bermitra, hambatan pembiayaan, serta biaya penyesuaian bangunan atau proses produksi. Legalitas diperlukan bagi kelangsungan usaha karena dipandang sebagai bagian dari desain usaha, bukan sekadar administrasi tambahan.

Waktu penyelesaian tidak dapat disamaratakan karena bergantung pada tingkat risiko, kelengkapan data, verifikasi teknis, persyaratan lokasi, jenis produk, dan instansi yang terlibat. Pelaku usaha perlu menghindari

janji waktu yang tidak berdasar dan memantau status pengajuan melalui sistem resmi.

❖ **Kesalahan Umum dalam Pengurusan Perizinan**

Pengurusan perizinan merupakan bagian penting dalam menjalankan usaha. Perizinan tidak hanya berfungsi sebagai dokumen administratif, tetapi juga memberikan kepastian hukum, meningkatkan kepercayaan konsumen, dan mendukung pengembangan usaha. Pelaku usaha perlu memastikan bahwa data, jenis kegiatan, lokasi, produk, dan dokumen yang diajukan sesuai dengan kondisi usaha yang sebenarnya.

Kesalahan dalam pengurusan perizinan dapat menyebabkan proses penerbitan izin terhambat, data usaha tidak sesuai, produk tidak dapat dipasarkan secara luas, atau munculnya sanksi dari instansi terkait. Beberapa kesalahan yang sering terjadi dijelaskan sebagai berikut.

a. **Memilih KBLI yang Tidak Sesuai dengan Kegiatan Usaha**

Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia atau KBLI digunakan untuk mengelompokkan jenis kegiatan usaha. Pemilihan KBLI harus disesuaikan dengan kegiatan yang benar-benar dilakukan oleh pelaku usaha.

Kesalahan sering terjadi karena pelaku usaha memilih KBLI hanya berdasarkan nama produk. Padahal, satu jenis produk dapat melibatkan beberapa kegiatan usaha. Sebagai contoh, usaha cabai dapat mencakup

kegiatan budidaya, pengolahan cabai menjadi sambal, dan penjualan produk.

Pemilihan KBLI yang tidak sesuai dapat menyebabkan persyaratan izin yang muncul tidak sesuai dengan kegiatan usaha. Hal ini dapat menjadi masalah ketika pelaku usaha mengajukan pembiayaan, mengikuti pengadaan, atau mengurus izin produk.

Cara menghindari: pelaku usaha perlu membaca uraian KBLI secara lengkap dan menyesuaikannya dengan kegiatan produksi, pengolahan, jasa, atau perdagangan yang dilakukan.

b. Menganggap NIB sebagai Satu-Satunya Dokumen yang Diperlukan

Nomor Induk Berusaha atau NIB merupakan identitas resmi pelaku usaha. Namun, NIB tidak selalu menjadi satu-satunya dokumen yang diperlukan. Jenis dokumen tambahan ditentukan oleh tingkat risiko dan karakteristik kegiatan usaha. Usaha tertentu dapat memerlukan sertifikat standar, izin, persetujuan lingkungan, sertifikasi halal, atau izin edar produk. Sebagai contoh, usaha keripik pisang yang telah memiliki NIB tetap harus memenuhi ketentuan mengenai tempat produksi, keamanan pangan, kemasan, label, dan izin edar produk.

Cara menghindari: setelah memperoleh NIB, pelaku usaha perlu memeriksa kembali persyaratan dan kewajiban lain yang tercantum dalam sistem OSS.

c. Menggunakan Alamat atau Status Lokasi yang Tidak Sesuai

Alamat usaha yang dicantumkan dalam dokumen perizinan harus sesuai dengan lokasi kegiatan usaha yang sebenarnya. Lokasi produksi, gudang, kandang, kebun, atau unit pengolahan perlu dicantumkan dengan benar. Status penggunaan lokasi juga harus jelas, seperti milik sendiri, sewa, pinjam pakai, atau kerja sama. Ketidaksesuaian alamat dapat menimbulkan masalah dalam pemeriksaan lokasi, tata ruang, perpajakan, atau lingkungan. Sebagai contoh, usaha peternakan didaftarkan menggunakan alamat rumah pemilik, sedangkan kandang berada di wilayah lain. Data tersebut tidak menggambarkan lokasi kegiatan usaha yang sebenarnya.

Cara menghindari: pastikan alamat dalam dokumen perizinan sama dengan lokasi kegiatan usaha dan didukung oleh bukti kepemilikan atau penggunaan tempat.

d. Memproduksi Pangan Sebelum Memenuhi Ketentuan Sarana, Label, dan Keamanan

Pelaku usaha pangan tidak boleh hanya berfokus pada produksi dan penjualan. Produk pangan harus dibuat pada sarana yang layak, menggunakan proses yang aman, dan memiliki label sesuai ketentuan. Kepemilikan NIB belum berarti bahwa produk pangan dapat langsung dipasarkan. Produk tertentu masih memerlukan Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga atau izin edar dari Badan Pengawas

Obat dan Makanan. Sebagai contoh, usaha susu pasteurisasi perlu memperhatikan kebersihan tempat produksi, suhu penyimpanan, proses pasteurisasi, kemasan, masa simpan, dan informasi pada label.

Cara menghindari: pelaku usaha perlu menentukan jenis izin produk sejak awal dan menyiapkan sarana produksi sesuai standar sebelum melakukan produksi komersial.

e. Mengabaikan Perubahan Kapasitas, Produk, atau Lokasi Usaha

Data perizinan harus selalu sesuai dengan perkembangan usaha. Perubahan jenis produk, kapasitas produksi, teknologi, lokasi, atau luas lahan perlu diperiksa dan diperbarui apabila diperlukan.

Perubahan kegiatan usaha dapat memengaruhi tingkat risiko dan persyaratan perizinan. Penambahan produk juga dapat menyebabkan munculnya kebutuhan izin baru. Sebagai contoh, usaha yang semula hanya memproduksi keripik singkong kemudian menambah produk sambal botolan. Produk baru tersebut memiliki proses, risiko, dan persyaratan yang berbeda.

Cara menghindari: pelaku usaha perlu meninjau kembali dokumen perizinan setiap kali terjadi perubahan penting dalam kegiatan usaha.

f. Menggunakan Jasa Perantara Tanpa Memeriksa Prosesnya

Pelaku usaha dapat menggunakan bantuan konsultan atau perantara dalam mengurus izin. Namun, pelaku usaha tetap bertanggung jawab atas kebenaran data

dan dokumen yang diajukan. Kesalahan dapat terjadi apabila akun, alamat surat elektronik, nomor telepon, dan kata sandi sepenuhnya dikuasai oleh perantara. Pelaku usaha dapat kehilangan akses dan mengalami kesulitan ketika akan memperbarui data.

Pelaku usaha juga perlu memastikan bahwa dokumen yang diterima tercatat dalam sistem resmi dan sesuai dengan kegiatan usaha.

Cara menghindari: akun OSS sebaiknya menggunakan alamat surat elektronik dan nomor telepon milik pelaku usaha. Semua dokumen dan bukti pengajuan harus disimpan dengan baik.

- g. Tidak Membedakan Izin Usaha, Identitas Pajak, Sertifikasi Produk, dan Persetujuan Lingkungan
- Setiap dokumen memiliki fungsi yang berbeda. Kepemilikan satu dokumen tidak menggantikan dokumen lainnya.

Tabel 5. Pengurusan Perizinan

Jenis Dokumen	Fungsi	Contoh
Perizinan berusaha	Memberikan identitas dan legalitas kegiatan usaha	NIB, sertifikat standar, dan izin
Identitas perpajakan	Digunakan untuk melaksanakan hak dan kewajiban pajak	Nomor Pokok Wajib Pajak
Sertifikasi atau izin produk	Menunjukkan bahwa produk memenuhi persyaratan tertentu	SPP-IRT, izin edar BPOM, sertifikat halal

Persetujuan lingkungan	Menjamin bahwa dampak lingkungan dikelola dengan baik	SPPL, UKL-UPL, dan AMDAL
Perizinan penunjang	Mendukung kegiatan tertentu dalam operasional usaha	Perizinan Berusaha untuk Menunjang Kegiatan Usaha

Pada usaha pengolahan kopi dapat memiliki Nomor Induk Berusaha dan Nomor Pokok Wajib Pajak sebagai legalitas dasar. Pada kepemilikan kedua dokumen tersebut belum memenuhi seluruh persyaratan usaha. Produk kopi dalam kemasan memerlukan izin edar yang sesuai dengan jenis dan karakteristik produknya. Pada kegiatan pengolahan juga mensyaratkan dokumen lingkungan serta sertifikat halal sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

A. Prinsip Menghindari Kesalahan Perizinan

Pelaku usaha dapat menghindari kesalahan dengan menerapkan lima prinsip berikut:

- a. Tepat memilih kegiatan usaha;
- b. Tepat mencantumkan lokasi;
- c. Tepat menentukan tingkat risiko;
- d. Tepat memenuhi dokumen; dan
- e. Tepat memperbarui data.

Pelaku usaha perlu memetakan seluruh rangkaian kegiatan usaha sebelum mengurus perizinan. Pemetaan tersebut mencakup penyediaan bahan baku, proses produksi, pengolahan, penyimpanan, distribusi, dan

pemasaran produk. Pemetaan tersebut membantu menentukan KBLI, lokasi, izin usaha, izin produk, kewajiban perpajakan, dan dokumen lingkungan.

Perizinan perlu dipahami sebagai proses yang berkelanjutan. Pelaku usaha tidak hanya bertanggung jawab memperoleh dokumen, tetapi juga wajib memenuhi standar, memperbarui data, dan melaksanakan kegiatan sesuai izin yang telah diterbitkan.

❖ **Aktivitas Kelas: Audit Legalitas Usaha Agribisnis**

Mahasiswa bekerja dalam kelompok beranggotakan 4-5 orang untuk menyusun peta jalan legalitas berdasarkan kasus berikut.

Kasus: Sebuah kelompok lulusan Diploma Tiga akan memproduksi keripik pisang berbumbu dengan kapasitas awal 150 kemasan per hari. Produk dibuat di bangunan milik salah satu anggota, dijual melalui *marketplace*, dititipkan di toko oleh-oleh, dan direncanakan masuk ke pasar modern dalam dua tahun. Bahan baku berasal dari petani lokal dan sebagian bumbu dibeli dari pemasok.

Tugas kelompok:

- a. Menentukan bentuk pelaku usaha dan kegiatan usaha utama.
- b. Mengidentifikasi KBLI yang perlu diverifikasi melalui OSS.
- c. Memetakan dokumen dasar, persyaratan berbasis risiko, serta perizinan penunjang.
- d. Membedakan dokumen yang harus dimiliki sejak awal dan dokumen yang dapat dipenuhi bertahap.

- e. Menyusun bagan alur pengurusan izin dan daftar risiko ketidakpatuhan.
- f. Menyusun memo rekomendasi 1.000-1.200 kata dengan minimal empat sumber resmi.
- g. Mempresentasikan hasil selama 8 menit serta menjawab pertanyaan selama 5 menit.

📌 Luaran dan Rubrik Penilaian

Tabel 6. Luaran dan Rubrik Penilaian

Aspek	Bukti Kinerja	Indikator	Bobot
Ketepatan konsep	Peta legalitas	Membedakan NIB, standar, izin, dan izin penunjang secara benar	25%
Analisis berbasis risiko	Matriks kebutuhan izin	Kebutuhan dokumen dikaitkan dengan kegiatan, produk, lokasi, dan risiko	25%
Kelayakan prosedur	Bagan alur	Urutan langkah realistis dan menggunakan sistem resmi	20%
Argumentasi dan sumber	Memo	Alasan logis dan menggunakan sumber hukum/instansi yang mutakhir	20%
Komunikasi dan kolaborasi	Presentasi	Penyajian jelas, pembagian tugas seimbang, dan respons tepat	10%

❖ Rangkuman Bab

Perizinan usaha di Indonesia dilaksanakan melalui pendekatan berbasis risiko. Dokumen utama terdiri atas NIB, Sertifikat Standar, dan Izin sesuai tingkat risiko, serta dapat dilengkapi dengan perizinan penunjang dan persyaratan dasar. NIB merupakan identitas legal dasar, tetapi tidak selalu cukup untuk menjalankan seluruh kegiatan.

Usaha agribisnis dan pangan perlu memperhatikan keamanan pangan, halal, lingkungan, bangunan, dan ketentuan sektoral. Daftar izin lama seperti SIUP, TDP, HO, SKDU, SITU, dan IMB tidak lagi tepat dijadikan kerangka utama. Pelaku usaha harus memeriksa kebutuhan aktual melalui OSS dan sumber regulasi resmi.

❖ Latihan dan Evaluasi

👉 Pertanyaan Pemahaman

- Jelaskan prinsip Perizinan Berusaha Berbasis Risiko.
- Apa perbedaan NIB, Sertifikat Standar, dan Izin?
- Mengapa NIB belum tentu cukup bagi usaha pangan?
- Jelaskan perbedaan P-IRT, registrasi pangan olahan BPOM, dan sertifikasi halal.
- Mengapa penggunaan KBLI yang tepat penting dalam proses OSS?
- Sebutkan tiga dokumen lama yang tidak lagi menjadi izin umum utama dan jelaskan penggantinya.

Tugas Aplikatif

Pilih satu usaha agribisnis di sekitar Anda. Identifikasi produk, proses, lokasi, skala, bentuk usaha, dan pasar. Susun tabel kebutuhan legalitas yang memuat nama dokumen, dasar kebutuhan, instansi/sistem, tahap pengurusan, dan risiko apabila tidak dipenuhi.

❖ Daftar Pustaka

Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal. (2026, January 22). BPJPH pastikan wajib halal Oktober 2026 tingkatkan kepercayaan konsumen dan daya saing produk nasional. BPJPH.

Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia. (2024). Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 4 Tahun 2024 tentang Pedoman Penerbitan Sertifikat Pemenuhan Komitmen Produksi Pangan Olahan Industri Rumah Tangga.

Kementerian Investasi dan Hilirisasi/Badan Koordinasi Penanaman Modal. (2025). Peraturan Menteri Investasi dan Hilirisasi/Kepala BKPM Nomor 5 Tahun 2025 tentang Pedoman dan Tata Cara Penyelenggaraan Perizinan Berusaha Berbasis Risiko dan Fasilitas Penanaman Modal melalui Sistem Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik.

- Kementerian Investasi dan Hilirisasi/Badan Koordinasi Penanaman Modal. (n.d.). Online Single Submission: Sistem Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik. <https://oss.go.id>
- Pemerintah Republik Indonesia. (2021). Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 2021 tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2002 tentang Bangunan Gedung.
- Pemerintah Republik Indonesia. (2021). Peraturan Pemerintah Nomor 39 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal.
- Pemerintah Republik Indonesia. (2025a). Peraturan Pemerintah Nomor 28 Tahun 2025 tentang Penyelenggaraan Perizinan Berusaha Berbasis Risiko.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang.

❖ Glosarium

- KBLI:** Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia yang digunakan untuk mengelompokkan kegiatan ekonomi.
- NIB:** Nomor Induk Berusaha sebagai identitas pelaku usaha dalam sistem OSS.
- OSS:** Sistem Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik.
- PB UMKU:** Perizinan Berusaha untuk Menunjang Kegiatan Usaha.

PBG: Persetujuan Bangunan Gedung.

P-IRT: Nomor pangan olahan yang diproduksi oleh industri rumah tangga sesuai ketentuan.

Sertifikat Standar: Bukti pemenuhan standar kegiatan usaha berdasarkan tingkat risiko.

SLF: Sertifikat Laik Fungsi bangunan gedung.

BAB V

LITERASI DIGITAL DALAM KEWIRAUSAHAAN PERTANIAN

Literasi digital sebagai kemampuan strategis *agripreneur* dalam mengakses, mengevaluasi, mengolah, menciptakan, dan menggunakan informasi serta teknologi digital secara efektif, aman, etis, dan produktif. Literasi digital dalam kewirausahaan pertanian tidak terbatas pada kemampuan mengoperasikan perangkat, tetapi mencakup pengambilan keputusan berbasis data, pemasaran digital, keamanan informasi, kolaborasi *daring*, penggunaan kecerdasan buatan, dan penilaian kritis terhadap manfaat serta risiko teknologi.

Transformasi digital pada sektor pertanian dan pangan membuka peluang untuk meningkatkan produktivitas, efisiensi, ketertelusuran produk, akses pembiayaan, dan jangkauan pasar. Ketersediaan teknologi belum secara otomatis memberikan manfaat bagi pelaku usaha. Pelaku usaha perlu memiliki kemampuan untuk memilih teknologi yang sesuai, menilai kualitas data, memperhitungkan biaya dan manfaat, serta menyesuaikan penerapannya dengan kondisi usaha tani, ketersediaan sumber daya, dan kebutuhan pengguna.

Bab ini memperbarui data literasi digital nasional, mengintegrasikan kerangka kompetensi digital dan kecerdasan buatan, serta menekankan konteks agribisnis skala kecil. Pada tahun 2025, Indeks Masyarakat Digital Indonesia mencapai 44,53, naik 1,19 poin dibandingkan tahun 2024. Kenaikan tersebut menunjukkan perbaikan, tetapi juga menegaskan masih adanya ruang besar untuk memperkuat keterampilan, pemberdayaan, pekerjaan, dan ekosistem digital masyarakat (Kementerian Komunikasi dan Digital Republik Indonesia, 2025).

❖ **Pengertian Literasi Digital dalam Kewirausahaan Pertanian**

Literasi digital adalah kemampuan untuk mengakses, memahami, mengevaluasi, menciptakan, dan menggunakan informasi digital secara efektif dan bertanggung jawab. Gilster (1997) menekankan literasi digital sebagai kemampuan memahami informasi dalam lingkungan digital, sedangkan Belshaw (2012) memperluasnya ke dimensi kritis, budaya, komunikasi, dan etika. Dengan demikian, literasi digital berbeda dari keterampilan teknis semata.

Pada konteks kewirausahaan pertanian, literasi digital berarti kemampuan menggunakan teknologi untuk menciptakan nilai di sepanjang rantai agribisnis, mulai dari penyediaan input, produksi, pengolahan, distribusi, hingga hubungan dengan konsumen. Kemampuan tersebut mencakup pemilihan teknologi yang sesuai, pengelolaan data, pembelajaran

berkelanjutan, pengembangan jaringan, dan pengambilan keputusan bisnis (Kahan, 2013; Klerkx dkk., 2019).

Teknologi digital perlu dipahami sebagai sarana, bukan tujuan. *Agripreneur* yang literat secara digital tidak selalu menggunakan teknologi paling canggih, tetapi mampu memilih solusi yang relevan, terjangkau, mudah dipelihara, dan memberikan manfaat yang dapat diukur. Prinsip ini penting bagi usaha kecil dan petani yang memiliki keterbatasan modal, konektivitas, dan sumber daya manusia.

❖ Dimensi Literasi Digital *Agripreneur*

👉 Literasi Informasi dan Data

Kemampuan mengidentifikasi kebutuhan informasi, menemukan sumber, memeriksa kredibilitas, mengolah data, dan menarik kesimpulan. Dalam agribisnis, data dapat berupa harga, cuaca, permintaan, produktivitas, biaya, mutu, dan umpan balik pelanggan. Data harus diperiksa sumber, waktu pembaruan, metode pengumpulan, dan kesesuaiannya dengan lokasi serta komoditas.

👉 Literasi Teknologi

Kemampuan menggunakan dan menyesuaikan perangkat, aplikasi, sensor, platform perdagangan, sistem pembayaran, dan perangkat lunak manajemen. Kompetensi ini termasuk pemecahan masalah dasar, pencadangan data, pembaruan perangkat, dan penilaian interoperabilitas.

🔗 **Komunikasi dan Kolaborasi Digital**

Kemampuan membangun komunikasi profesional melalui media sosial, aplikasi pesan, *marketplace*, komunitas petani, dan platform kolaboratif. Kompetensi ini mencakup etika komunikasi, respons pelanggan, dokumentasi kesepakatan, dan pengelolaan reputasi daring.

🔗 **Penciptaan Konten dan Pemasaran Digital**

Kemampuan membuat foto, video, deskripsi produk, katalog, konten edukasi, dan kampanye digital yang akurat serta sesuai karakter konsumen. Konten harus jujur, tidak menyesatkan, dan mematuhi ketentuan penggunaan merek serta hak cipta.

🔗 **Keamanan Digital dan Pelindungan Data**

Kemampuan melindungi akun, transaksi, perangkat, data konsumen, dan informasi usaha. Praktik dasar meliputi kata sandi unik, autentikasi multifaktor, pencadangan, verifikasi tautan, pembatasan akses, dan persetujuan dalam pemrosesan data. Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 mewajibkan pengendali data menjaga keamanan dan kerahasiaan data pribadi.

🔗 **Literasi Kecerdasan Buatan**

Kemampuan memahami fungsi, keterbatasan, dan risiko kecerdasan buatan serta menggunakannya dengan pengawasan manusia. Kompetensi ini meliputi penyusunan instruksi, verifikasi keluaran, perlindungan data, penilaian bias, dan transparansi penggunaan.

UNESCO menempatkan pola pikir berpusat pada manusia, etika, fondasi AI, dan desain sistem sebagai dimensi penting kompetensi AI peserta didik (UNESCO, 2024).

❖ Pemanfaatan Teknologi Digital dalam Produksi Pertanian

Digitalisasi produksi pertanian mencakup penggunaan aplikasi cuaca, sensor, *Internet of Things*, citra satelit, *drone*, sistem informasi geografis, perangkat otomasi, dan analitik data. Pertanian presisi menggunakan informasi lokasi dan waktu untuk menyesuaikan input berdasarkan kebutuhan spesifik lahan atau tanaman, sehingga dapat meningkatkan efisiensi penggunaan air, pupuk, pestisida, dan tenaga kerja (Pierce & Nowak, 1999).

FAO menekankan bahwa teknologi pertanian presisi untuk petani kecil harus dinilai dari keterjangkauan, kemudahan penggunaan, dukungan lokal, kualitas data, dan manfaat ekonomi. Solusi sederhana berbasis telepon pintar dapat lebih sesuai daripada sistem mahal apabila kapasitas pengguna dan infrastruktur terbatas (*Food and Agriculture Organization*, 2024).

Kecerdasan buatan dapat membantu identifikasi penyakit tanaman, prediksi hasil, rekomendasi pemupukan, analisis citra, dan layanan konsultasi. Namun, hasil AI harus diverifikasi dengan observasi lapangan, pengetahuan agronomis, dan sumber terpercaya. Data lokal yang tidak lengkap, model yang tidak sesuai kondisi

agroekologi, serta keluaran yang tampak meyakinkan tetapi salah merupakan risiko utama.

❖ **Pemanfaatan Data untuk Pengambilan Keputusan**

Pengambilan keputusan berbasis data dimulai dari pertanyaan bisnis yang jelas. *Agripreneur* perlu menentukan data yang diperlukan, cara memperoleh, frekuensi pencatatan, metode analisis, dan tindakan yang akan diambil. Contohnya, keputusan menambah kapasitas produksi tidak cukup hanya berdasarkan peningkatan pengikut media sosial, tetapi perlu didukung data penjualan, margin, tingkat pengembalian produk, kapasitas produksi, dan arus kas.

Data yang baik memiliki karakteristik relevan, akurat, lengkap, mutakhir, dan dapat ditelusuri. Data perlu dicatat secara konsisten menggunakan format yang sederhana. *Spreadsheet*, aplikasi pembukuan, dan dasbor penjualan dapat digunakan untuk menghitung biaya produksi, produktivitas, persediaan, margin kontribusi, dan tren permintaan.

Agripreneur juga harus mampu membedakan data, informasi, dan keputusan. Data adalah catatan mentah; informasi adalah data yang telah diolah; keputusan adalah pilihan tindakan berdasarkan informasi, tujuan, risiko, dan pertimbangan profesional.

❖ Strategi Pemasaran Digital Produk Pertanian

Pemasaran digital mengintegrasikan saluran digital untuk memahami kebutuhan konsumen, mengomunikasikan nilai, memfasilitasi transaksi, dan memelihara hubungan pelanggan. Produk pertanian memiliki karakter khusus berupa mudah rusak, mutu tidak selalu seragam, ketergantungan musim, dan kebutuhan informasi asal produk. Karena itu, strategi digital harus terhubung dengan pengendalian mutu, persediaan, kemasan, pengiriman, dan layanan purnajual.

👉 Segmentasi dan Proposisi Nilai

Pelaku usaha perlu menentukan konsumen sasaran dan manfaat utama produk, misalnya kesegaran, keamanan, kemudahan, asal lokal, keberlanjutan, atau harga.

👉 Pemilihan Saluran

Media sosial efektif untuk membangun perhatian dan interaksi, *marketplace* memfasilitasi transaksi, aplikasi pesan mendukung layanan pelanggan, sedangkan situs web dapat memperkuat kredibilitas dan informasi produk.

👉 Konten yang Dapat Dipercaya

Konten sebaiknya menjelaskan produk, proses, ukuran, harga, masa simpan, cara penyimpanan, sertifikasi, dan keterbatasan. Foto dan testimoni tidak boleh dimanipulasi secara menyesatkan.

🔗 **Pengukuran Kinerja**

Metrik perlu dikaitkan dengan tujuan. Jangkauan dan keterlibatan berguna untuk promosi, sedangkan konversi, biaya akuisisi, nilai transaksi, pembelian ulang, dan margin lebih relevan untuk keputusan bisnis.

🔗 **Pengelolaan Hubungan Pelanggan**

Respons yang cepat, pencatatan keluhan, kebijakan pengembalian yang jelas, dan perlindungan data pelanggan meningkatkan kepercayaan dan loyalitas.

❖ **Inovasi Model Bisnis dan Rantai Nilai Digital**

Digitalisasi memungkinkan model bisnis baru, seperti langganan produk segar, pemesanan berbasis komunitas, pasar langsung produsen-konsumen, layanan data budidaya, penyewaan alat berbasis aplikasi, pembiayaan digital, dan ketelusuran produk. Nilai tidak hanya diciptakan dari produk fisik, tetapi juga dari informasi, layanan, kecepatan, kenyamanan, dan kepercayaan.

Digitalisasi rantai nilai dapat memperbaiki koordinasi antara produsen, pengolah, distributor, dan pembeli. Sistem pencatatan dan ketelusuran membantu memantau asal bahan, mutu, waktu panen, pengiriman, dan keluhan. Namun, sistem digital juga dapat menimbulkan ketergantungan pada platform, biaya layanan, ketimpangan akses data, dan perubahan posisi tawar. Karena itu, *agripreneur* perlu membaca syarat penggunaan, struktur biaya, kepemilikan data, dan risiko penghentian layanan.

❖ Keamanan Digital, Etika, dan Tata Kelola Data

Keamanan digital merupakan bagian dari manajemen risiko usaha. Ancaman umum mencakup phishing, pembajakan akun, penipuan transaksi, *malware*, kebocoran data, penyalahgunaan identitas, dan kehilangan data. Usaha kecil sering menjadi sasaran karena prosedur pengamanan dan pembagian akses belum tertata.

Praktik minimal keamanan digital meliputi penggunaan kata sandi berbeda untuk setiap layanan, autentikasi multifaktor, pembaruan perangkat, pencadangan berkala, pembatasan hak akses, verifikasi pembayaran, dan pemisahan akun pribadi serta usaha. Data konsumen hanya boleh dikumpulkan sesuai kebutuhan, digunakan untuk tujuan yang jelas, dan disimpan dengan aman (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 27 Tahun 2022).

Etika digital mencakup kejujuran informasi, penghormatan privasi, perlindungan kelompok rentan, penggunaan materi berhak cipta secara benar, dan penghindaran manipulasi. Pada penggunaan AI, pengguna perlu mengungkapkan penggunaan teknologi apabila relevan, tidak memasukkan data rahasia, serta memeriksa fakta sebelum konten dipublikasikan.

❖ Kondisi dan Tantangan Literasi Digital di Indonesia

Indeks Masyarakat Digital Indonesia tahun 2025 mencapai 44,53, meningkat dari 43,34 pada 2024. Indeks ini mengukur kesiapan masyarakat melalui dimensi infrastruktur dan ekosistem, keterampilan digital, pem-

berdayaan, serta pekerjaan. Nilai tersebut menunjukkan kemajuan, tetapi belum menghilangkan kesenjangan kemampuan memanfaatkan teknologi secara produktif (Kementerian Komunikasi dan Digital Republik Indonesia, 2025).

Badan Pusat Statistik melaporkan bahwa pada 2024 sebanyak 68,65% penduduk Indonesia memiliki telepon seluler. Kepemilikan perangkat dan akses internet merupakan prasyarat penting, tetapi tidak identik dengan kemampuan menggunakan teknologi untuk meningkatkan kinerja usaha (Badan Pusat Statistik, 2025).

Sektor pertanian masih menghadapi berbagai kendala dalam proses transformasi digital. Kendala tersebut mencakup ketimpangan konektivitas, tingginya biaya perangkat dan akses data, keterbatasan keterampilan digital, fragmentasi data, kurangnya pendampingan, kesulitan menilai kualitas aplikasi, serta ketidaksesuaian teknologi dengan skala usaha. Karakteristik pelaku usaha, seperti usia, tingkat pendidikan, lokasi, gender, dan kepemilikan sumber daya, turut memengaruhi tingkat hambatan yang dihadapi.

Transformasi digital yang inklusif memerlukan dukungan penyuluhan, pendidikan vokasi, organisasi petani, pemerintah, penyedia teknologi, lembaga keuangan, dan pasar. Pendampingan harus berbasis kebutuhan nyata, menggunakan bahasa yang mudah dipahami, menyediakan praktik langsung, dan mengukur perubahan perilaku serta kinerja usaha.

❖ Strategi Penguatan Literasi Digital *Agripreneur*

- a. Mulai dari masalah usaha
Teknologi dipilih setelah masalah, tujuan, dan indikator keberhasilan ditetapkan.
- b. Gunakan pendekatan bertahap
Mulai dari pencatatan digital sederhana, lalu berkembang ke analitik, otomasi, atau AI sesuai kesiapan.
- c. Terapkan pembelajaran berbasis praktik
Pelatihan perlu menggunakan data, perangkat, komoditas, dan kasus nyata peserta.
- d. Bangun dukungan sosial
Kelompok tani, koperasi, penyuluh, perguruan tinggi, dan mitra bisnis dapat mengurangi biaya belajar dan risiko adopsi.
- e. Ukur manfaat dan biaya
Evaluasi meliputi investasi, biaya langganan, waktu belajar, perubahan produktivitas, kualitas, pendapatan, dan risiko.
- f. Perkuat keamanan dan etika
Setiap adopsi teknologi harus disertai perlindungan akun, data, konsumen, dan reputasi.
- g. Pertahankan pengawasan manusia
Keputusan penting tidak boleh diserahkan sepenuhnya kepada algoritma, terutama ketika data tidak lengkap atau berdampak pada keselamatan dan kehidupan.

❖ Matriks Pemilihan Teknologi Digital

Tabel 7. Matriks Pemilihan Teknologi Digital

Kebutuhan	Pilihan Teknologi	Data yang Dibutuhkan	Manfaat	Risiko	Indikator Keberhasilan
Informasi cuaca	Aplikasi cuaca/stasiun lokal	Lokasi, komoditas, fase tanaman	Perencanaan kegiatan	Prediksi tidak akurat	Penurunan gangguan kegiatan
Pencatatan biaya	<i>Spreadsheet/</i> aplikasi pembukuan	Biaya, volume, harga	Kontrol biaya dan margin	Kesalahan input	Laporan rutin dan margin diketahui
Pemasaran	Media sosial/ <i>marketplace</i>	Produk, harga, stok, konsumen	Jangkauan dan transaksi	Ketergantungan platform	Konversi dan pembelian ulang
Pemantauan tanaman	Sensor/dron e/citra	Kondisi lahan dan tanaman	Deteksi dini dan efisiensi	Biaya dan salah interpretasi	Input lebih tepat dan kehilangan turun
Pembuatan konten	Aplikasi desain/AI generatif	Informasi produk dan audiens	Konten lebih cepat	Informasi salah/hak cipta	Konten akurat dan keterlibatan meningkat

❖ Aktivitas: Audit Literasi Digital dan Rencana Transformasi Usaha

Mahasiswa bekerja dalam kelompok beranggotakan 4-5 orang. Setiap kelompok memilih satu usaha agribisnis nyata atau kasus simulasi, kemudian melakukan audit kemampuan digital dan menyusun rencana perbaikan yang layak diterapkan selama tiga bulan.

Tahapan aktivitas:

- a. Memetakan proses bisnis dari input, produksi, pencatatan, pemasaran, pembayaran, hingga layanan pelanggan.
- b. Mengidentifikasi alat digital yang telah digunakan dan masalah yang belum terselesaikan.
- c. Menilai enam dimensi literasi digital: informasi-data, teknologi, komunikasi, konten, keamanan, dan AI.
- d. Memilih maksimum tiga prioritas perbaikan berdasarkan manfaat, biaya, risiko, dan kesiapan pengguna.
- e. Membuat satu prototipe, misalnya dasbor sederhana, katalog digital, kalender konten, formulir pelanggan, atau panduan penggunaan AI.
- f. Menyusun laporan 1.200-1.500 kata dan presentasi 8 menit.
- g. Menyusun refleksi individu 250-300 kata mengenai kompetensi yang telah berkembang dan risiko etis yang ditemukan.

Luaran dan Rubrik Penilaian

Tabel 8. Luaran dan Rubrik Penilaian

Aspek	Bukti Kinerja	Indikator	Bobot
Analisis proses usaha	Peta proses dan audit	Masalah serta kebutuhan digital diidentifikasi dengan tepat	20%
Ketepatan pemilihan teknologi	Matriks keputusan	Pilihan sesuai manfaat, biaya, risiko, dan kesiapan	25%
Kualitas prototipe	Produk digital	Dapat digunakan, akurat, dan relevan dengan usaha	25%
Keamanan dan etika	Bagian mitigasi risiko	Melindungi data, akun, konsumen, dan hak cipta	15%
Argumentasi dan komunikasi	Laporan dan presentasi	Sumber relevan, penyajian jelas, kerja kelompok seimbang	15%

Rangkuman Bab

Literasi digital dalam kewirausahaan pertanian adalah kemampuan multidimensi untuk menggunakan informasi, data, teknologi, komunikasi, konten, keamanan, dan kecerdasan buatan secara efektif serta bertanggung jawab. Kompetensi ini membantu *agripreneur* meningkatkan efisiensi produksi, memperluas pasar, membangun

jaringan, memperbaiki keputusan, dan menciptakan model bisnis baru.

Adopsi digital harus berangkat dari masalah usaha dan memperhatikan kesiapan pengguna. Akses perangkat saja tidak cukup; manfaat ditentukan oleh kualitas data, keterampilan, dukungan, tata kelola, keamanan, dan kemampuan mengintegrasikan teknologi ke proses bisnis. Pengawasan manusia, verifikasi informasi, dan perlindungan data menjadi syarat penting penggunaan AI serta platform digital.

❖ Latihan dan Evaluasi

👉 Pertanyaan Pemahaman

- Jelaskan perbedaan antara keterampilan menggunakan perangkat dan literasi digital.
- Bagaimana data dapat meningkatkan kualitas keputusan pada usaha pertanian?
- Mengapa teknologi paling canggih belum tentu menjadi pilihan terbaik bagi usaha kecil?
- Jelaskan tiga risiko penggunaan AI dalam kewirausahaan pertanian.
- Apa hubungan antara keamanan digital, kepercayaan pelanggan, dan keberlanjutan usaha?
- Sebutkan indikator yang dapat digunakan untuk menilai keberhasilan pemasaran digital produk pertanian.

Contoh Studi Kasus

Seorang wirausaha muda mengelola usaha sayuran hidroponik dengan produksi mingguan. Pencatatan biaya masih dilakukan di buku, pemasaran mengandalkan aplikasi pesan, data pelanggan tersimpan pada telepon pribadi, dan konten promosi dibuat menggunakan AI tanpa verifikasi. Usaha ingin memperluas pasar ke restoran dan konsumen langganan.

- a. Identifikasi masalah literasi digital pada kasus tersebut.
- b. Tentukan tiga prioritas teknologi atau prosedur yang perlu diterapkan.
- c. Susun indikator keberhasilan selama tiga bulan.
- d. Jelaskan risiko keamanan data dan penggunaan AI serta cara mitigasinya.

❖ Daftar Pustaka

- Badan Pusat Statistik. (2025). Statistik telekomunikasi Indonesia 2024. BPS.
- Belshaw, D. A. J. (2012). The essential elements of digital literacies. Self-published.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). Digital marketing: Strategy, implementation and practice (7th ed.). Pearson.
- Food and Agriculture Organization of the United Nations. (2024). Precision agriculture for smallholder farmers. FAO.
- Gilster, P. (1997). Digital literacy. Wiley.

- Kahan, D. (2013). *Entrepreneurship in farming*. Food and Agriculture Organization of the United Nations.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68.
<https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Kementerian Komunikasi dan Digital Republik Indonesia. (2025, October 2). IMDI 2025 naik ke 44,53, Indonesia makin cakap digital.
- Klerkx, L., Jakku, E., & Labarthe, P. (2019). A review of social science on digital agriculture, smart farming and agriculture 4.0. *NJAS: Wageningen Journal of Life Sciences*, 90-91, 100315.
<https://doi.org/10.1016/j.njas.2019.100315>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2021). *E-commerce: Business, technology, society* (16th ed.). Pearson.
- Pierce, F. J., & Nowak, P. (1999). Aspects of precision agriculture. *Advances in Agronomy*, 67, 1-85.
[https://doi.org/10.1016/S0065-2113\(08\)60513-1](https://doi.org/10.1016/S0065-2113(08)60513-1)
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed.). Free Press.
- UNESCO. (2024). *AI competency framework for students*. UNESCO.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 27 Tahun 2022 tentang Pelindungan Data Pribadi.

World Bank. (2020). Indonesia agro-value chain assessment: Issues and options in promoting digital agriculture. World Bank.

❖ Glosarium

Agripreneur: Pelaku kewirausahaan yang menciptakan dan mengembangkan usaha dalam rantai nilai pertanian.

Autentikasi multifaktor: Metode keamanan akun yang menggunakan lebih dari satu bentuk verifikasi.

Data: Catatan fakta atau pengukuran yang dapat diolah menjadi informasi.

Kecerdasan buatan: Sistem komputasi yang melakukan fungsi seperti pengenalan pola, prediksi, rekomendasi, atau generasi konten.

Ketelusuran: Kemampuan melacak asal, proses, dan pergerakan produk sepanjang rantai nilai.

Literasi digital: Kemampuan menggunakan teknologi dan informasi digital secara kritis, aman, etis, dan produktif.

Pertanian presisi: Pengelolaan pertanian berdasarkan variasi ruang dan waktu untuk mengoptimalkan penggunaan input dan hasil.

Phishing: Upaya penipuan untuk memperoleh informasi rahasia melalui pesan, tautan, atau situs palsu.

BAB VI

BUSINESS PLAN KEWIRAUSAHAAN AGRIBISNIS

Kegiatan usaha pertanian memerlukan perencanaan yang matang karena berhadapan dengan berbagai ketidakpastian. Perubahan cuaca, musim, harga sarana produksi, hasil panen, permintaan konsumen, dan kondisi pasar dapat memengaruhi keberhasilan usaha. Pelaku usaha perlu memiliki pedoman yang mampu menghubungkan peluang pasar dengan kegiatan produksi, pemasaran, organisasi, pengelolaan risiko, dan keuangan. Pedoman tersebut diwujudkan melalui penyusunan *business plan* atau rencana bisnis.

Rencana bisnis membantu pelaku usaha menerjemahkan gagasan menjadi kegiatan yang lebih terarah, terukur, dan dapat dilaksanakan. Proses penyusunannya mendorong pelaku usaha untuk mengenali kebutuhan konsumen, menentukan produk yang akan ditawarkan, menghitung kebutuhan sumber daya, memperkirakan biaya dan pendapatan, serta menilai risiko yang mungkin terjadi. Rencana bisnis juga menjadi dasar untuk mengevaluasi kesesuaian antara target dan hasil pelaksanaan usaha.

Kebutuhan terhadap perencanaan usaha semakin penting dalam pengembangan agribisnis di Indonesia. Sensus Pertanian 2023 mencatat sebanyak 29.360.833 unit usaha pertanian yang ada, sebagian besar masih

berbentuk usaha perorangan. Jumlah petani berusia 19–39 tahun mencapai 6.183.009 orang atau 21,93% dari seluruh petani di Indonesia. Kondisi tersebut menunjukkan besarnya peluang bagi generasi muda untuk mengembangkan usaha pertanian yang lebih profesional, berorientasi pasar, dan adaptif terhadap teknologi (Badan Pusat Statistik, 2023a, 2023b).

Pembelajaran dalam bab ini diarahkan untuk membangun kemampuan mahasiswa dalam memahami, menyusun, dan mengevaluasi rencana bisnis agribisnis. Pemahaman tersebut menjadi bekal bagi mahasiswa untuk merencanakan usaha berdasarkan data, melaksanakan kegiatan secara sistematis, serta mengambil keputusan secara mandiri dan bertanggung jawab.

❖ Konsep Dasar *Business Plan*

Business plan atau rencana bisnis merupakan dokumen tertulis yang menjelaskan cara suatu peluang usaha dikembangkan menjadi kegiatan bisnis yang terarah dan dapat dilaksanakan. Dokumen ini memuat tujuan usaha, produk atau jasa yang ditawarkan, sasaran konsumen, strategi pemasaran, kegiatan operasional, struktur organisasi, kebutuhan sumber daya, serta rencana keuangan. Rencana bisnis berfungsi sebagai pedoman bagi pelaku usaha dalam mengarahkan kegiatan, mengalokasikan sumber daya, dan menilai perkembangan usaha. Dokumen tersebut juga dapat digunakan untuk menjelaskan potensi usaha kepada mitra, lembaga pembiayaan, investor, dan pihak lain yang

berkepentingan (Barringer & Ireland, 2025; Hisrich et al., 2023).

Penyusunan rencana bisnis dimulai dari pengenalan peluang dan penilaian kelayakan gagasan usaha. Pelaku usaha perlu mengidentifikasi masalah atau kebutuhan konsumen, menentukan manfaat produk, mengenali calon pelanggan, serta mempelajari kondisi pasar dan persaingan. Gagasan usaha tidak cukup hanya dinilai berdasarkan daya tarik produk, tetapi perlu diuji dari aspek pasar, teknis, organisasi, dan keuangan. Hasil pengujian membantu pelaku usaha menentukan apakah gagasan dapat dilanjutkan, diperbaiki, atau dihentikan sebelum sumber daya yang lebih besar digunakan (Barringer & Ireland, 2025).

Rencana bisnis harus disusun berdasarkan data dan asumsi yang dapat dipertanggungjawabkan. Data dapat diperoleh melalui survei pasar, wawancara calon konsumen, pengamatan pesaing, informasi pemasok, catatan produksi, dan sumber resmi lainnya. Asumsi mengenai jumlah produksi, harga jual, volume penjualan, biaya, dan keuntungan perlu memiliki dasar perhitungan yang jelas. Keterkaitan antarbagian juga harus diperhatikan karena target penjualan harus sesuai dengan kapasitas produksi, kemampuan tenaga kerja, kebutuhan modal, dan strategi pemasaran. Keselarasan tersebut menjadikan rencana bisnis lebih realistis dan dapat diterapkan (Hisrich et al., 2023; Scarborough & Cornwall, 2019).

Penerapan rencana bisnis pada usaha agribisnis memerlukan perhatian terhadap karakteristik produksi pertanian, seperti musim, cuaca, siklus biologis, perubahan produktivitas, sifat produk yang mudah rusak, dan fluktuasi harga. Rencana usaha budidaya, misalnya, perlu menghubungkan jadwal produksi, kebutuhan sarana, perkiraan hasil, penanganan pascapanen, calon pembeli, biaya, dan risiko usaha. Perubahan kondisi produksi dan pasar menyebabkan rencana bisnis perlu ditinjau secara berkala. Hasil evaluasi digunakan untuk menyesuaikan target, memperbaiki kegiatan operasional, mengendalikan biaya, dan mempertahankan keberlanjutan usaha (Hisrich et al., 2023; Scarborough & Cornwall, 2019).

Pada saat merencanakan suatu usaha, pelaku usaha dapat menggunakan beberapa jenis dokumen sesuai dengan tujuan dan tahap perkembangan usahanya. Setiap dokumen memiliki fungsi yang berbeda, mulai dari menggambarkan cara usaha menciptakan nilai, menilai kelayakan usaha, menyusun rencana pelaksanaan, hingga memperoleh sumber pembiayaan. Pemahaman terhadap perbedaan tersebut penting agar pelaku usaha tidak menggunakan dokumen yang kurang sesuai dengan kebutuhan pengambilan keputusan. Perbedaan model bisnis, studi kelayakan, *business plan*, dan proposal pendanaan disajikan pada Tabel berikut.

❖ Perbedaan Dokumen Perencanaan Usaha

Tabel 9. Perbedaan Dokumen Perencanaan Usaha

Dokumen	Fokus	Keluaran Utama	Waktu Penggunaan
Model bisnis	Logika penciptaan dan penyerahan nilai	Gambaran pelanggan, nilai, saluran, aktivitas, mitra, biaya, dan pendapatan	Tahap awal eksplorasi
Studi kelayakan	Penilaian layak atau tidak	Kesimpulan kelayakan pasar, teknis, hukum, sosial, dan finansial	Sebelum keputusan investasi
<i>Business plan</i>	Rencana terpadu untuk menjalankan usaha	Strategi, target, operasi, organisasi, risiko, dan proyeksi	Sebelum dan selama pelaksanaan
Proposal pendanaan	Kebutuhan dana dan kemampuan pengembalian/imbal hasil	Jumlah dana, penggunaan, jaminan/struktur investasi, dan proyeksi	Saat mencari pembiayaan

Tabel tersebut menunjukkan bahwa setiap dokumen mempunyai fungsi yang saling berkaitan, tetapi tidak dapat digunakan untuk menggantikan satu sama lain. Model bisnis digunakan untuk menggambarkan cara usaha menciptakan dan menyampaikan nilai kepada pelanggan. Sebagai contoh, usaha sayuran hidroponik perlu menentukan konsumen sasaran, keunggulan produk, saluran penjualan, mitra pemasok, dan sumber pendapatannya.

Setelah model usaha terbentuk, studi kelayakan digunakan untuk menilai apakah usaha tersebut memungkinkan dan menguntungkan untuk dijalankan. Penilaian dapat mencakup ketersediaan pasar, lokasi produksi, teknologi budidaya, perizinan, dampak lingkungan, kebutuhan modal, serta kemampuan usaha menghasilkan keuntungan. Hasil kelayakan menjadi dasar bagi pelaku usaha untuk melanjutkan, memperbaiki, menunda, atau menghentikan gagasan usaha.

Business plan memiliki ruang lingkup yang lebih luas karena menjelaskan bagaimana usaha akan dilaksanakan secara terencana. Dokumen ini memuat tujuan usaha, strategi pemasaran, kegiatan produksi, pembagian tugas, kebutuhan tenaga kerja, risiko, jadwal pelaksanaan, dan proyeksi keuangan. *Business plan* tidak hanya digunakan pada saat usaha akan didirikan, tetapi juga menjadi pedoman untuk mengendalikan dan mengevaluasi perkembangan usaha.

Proposal pendanaan disusun ketika pelaku usaha membutuhkan dukungan dana dari lembaga keuangan, pemerintah, investor, atau mitra usaha. Oleh karena itu, proposal pendanaan harus menekankan jumlah dana yang diperlukan, penggunaan dana, potensi usaha, kemampuan pengembalian, dan manfaat yang akan diterima pemberi dana. Pemahaman pada fungsi setiap dokumen, membantu pelaku usaha untuk dapat memilih dan menyusun dokumen perencanaan secara tepat sesuai dengan kebutuhan serta tahap perkembangan usahanya.

❖ Fungsi *Business Plan*

- a. Pedoman pelaksanaan usaha
Business plan mengubah tujuan menjadi sasaran, jadwal, kebutuhan sumber daya, indikator kinerja, dan tanggung jawab.
- b. Validasi peluang
Analisis pelanggan, pasar, pesaing, dan uji produk membantu membedakan asumsi dari fakta.
- c. Pengurangan risiko
Risiko dapat diidentifikasi lebih awal dan ditangani melalui pencegahan, diversifikasi, kontrak, cadangan dana, atau asuransi.
- d. Evaluasi kelayakan
Proyeksi pendapatan, biaya, arus kas, titik impas, dan skenario menunjukkan apakah usaha cukup layak untuk dijalankan.

- e. Komunikasi eksternal
Dokumen yang jelas memudahkan mitra dan pemberi dana menilai kualitas peluang, kemampuan tim, dan penggunaan dana.
- f. Pengendalian dan pembelajaran
Target dalam *business plan* dapat dibandingkan dengan realisasi untuk mengetahui penyimpangan dan memperbaiki keputusan.

❖ Karakteristik *Business Plan* Agribisnis

Kerangka *business plan* agribisnis pada dasarnya sama dengan sektor lain, tetapi analisisnya perlu mempertimbangkan karakter biologis, spasial, musiman, mudah rusaknya produk, serta keterkaitan erat antara produksi dan alam. Perencanaan yang mengabaikan faktor tersebut dapat menghasilkan target yang terlihat menarik di atas kertas tetapi tidak dapat dilaksanakan.

- a. Siklus biologis dan musim
Jadwal produksi mengikuti umur tanaman atau ternak, musim, ketersediaan air, dan kalender panen. Perubahan waktu produksi akan langsung mempengaruhi arus kas.
- b. Variabilitas hasil
Produktivitas dipengaruhi cuaca, organisme pengganggu, kesehatan ternak, kualitas input, dan kemampuan teknis. Gunakan rentang hasil, bukan satu angka optimistis.

- c. Produk mudah rusak
Business plan harus memuat standar panen, sortasi, penyimpanan, pengemasan, transportasi, dan rencana penjualan untuk menekan kehilangan pascapanen.
- d. Fluktuasi harga
Harga komoditas dapat berubah antarwaktu dan lokasi. Gunakan data historis, kontrak, diferensiasi, pengolahan, atau segmentasi pasar untuk mengurangi risiko.
- e. Arus kas musiman
Biaya dikeluarkan sebelum pendapatan diterima. Kebutuhan modal kerja harus dihitung sampai panen dan pembayaran pelanggan diterima.
- f. Ketergantungan pada rantai nilai
Keberhasilan ditentukan pemasok input, tenaga kerja, penyuluh, pengumpul, pengolah, logistik, pembeli, dan lembaga pembiayaan.
- g. Keberlanjutan dan kepatuhan
Rencana perlu mempertimbangkan kesuburan tanah, air, limbah, keamanan pangan, kesejahteraan ternak, legalitas, serta dampak sosial.

❖ Tahapan Penyusunan *Business Plan*

- a. Menetapkan masalah pelanggan atau kebutuhan pasar yang akan diselesaikan.
- b. Mengidentifikasi pelanggan sasaran dan melakukan wawancara atau observasi.
- c. Merumuskan proposisi nilai dan menguji produk minimum atau contoh produk.

- d. Menganalisis pasar, pesaing, tren, harga, saluran, dan hambatan masuk.
- e. Menyusun proses produksi, kapasitas, kebutuhan input, teknologi, mutu, dan jadwal.
- f. Menentukan bentuk usaha, struktur organisasi, legalitas, mitra, dan tanggung jawab.
- g. Menyusun rencana pemasaran dan penjualan berbasis target yang terukur.
- h. Menghitung investasi, modal kerja, biaya, pendapatan, laba, arus kas, dan titik impas.
- i. Mengidentifikasi risiko serta menyiapkan mitigasi dan skenario alternatif.
- j. Menetapkan indikator kinerja, jadwal implementasi, dan mekanisme evaluasi.

❖ Struktur *Business Plan*

👉 Ringkasan Eksekutif

Ringkasan eksekutif memuat inti usaha: masalah pelanggan, solusi, target pasar, keunggulan, model pendapatan, kapasitas, tim, kebutuhan dana, dan proyeksi utama. Bagian ini ditempatkan di awal tetapi disusun terakhir agar konsisten dengan seluruh isi. Ringkasan harus singkat, konkret, dan bebas klaim tanpa bukti.

👉 Profil dan Tujuan Usaha

- a. Nama, lokasi, bentuk, dan status legal usaha.
- b. Latar belakang dan peluang yang ingin dijawab.
- c. Visi, misi, tujuan, dan sasaran terukur.

- d. Produk atau jasa serta manfaat bagi pelanggan.
- e. Tahap perkembangan usaha saat *business plan* disusun.

🔗 **Validasi Masalah dan Pelanggan**

Bagian ini menjelaskan siapa pelanggan, masalah apa yang dialami, seberapa penting masalah tersebut, dan bukti bahwa pelanggan bersedia menggunakan atau membeli solusi. Bukti dapat berupa wawancara, survei, pengamatan, uji penjualan, pesanan awal, atau surat minat.

Segmentasi harus lebih spesifik daripada istilah umum seperti masyarakat atau semua konsumen. Contohnya: restoran sehat di Kota Yogyakarta yang membeli sayuran daun minimal tiga kali seminggu dan membutuhkan pasokan konsisten.

🔗 **Analisis Pasar dan Pesaing**

Analisis pasar mencakup ukuran pasar yang dapat dilayani, tren, pola permintaan, harga, musim, persyaratan pembeli, dan saluran distribusi. Analisis pesaing membandingkan produk, mutu, harga, lokasi, layanan, kapasitas, sertifikasi, dan reputasi. Pesaing tidak hanya usaha yang menjual produk sama, tetapi juga solusi pengganti.

Data pasar perlu bersumber dari lembaga resmi, observasi lapangan, platform perdagangan, pembeli potensial, asosiasi, dan dokumen industri. Cantumkan tahun, lokasi, satuan, dan cara memperoleh data.

🔗 **Produk, Proposisi Nilai, dan Model Pendapatan**

Proposisi nilai menjelaskan alasan pelanggan memilih produk. Pada agribisnis, nilai dapat berbentuk kesegaran, konsistensi pasokan, keamanan pangan, ketelusuran, ukuran seragam, layanan pengiriman, pengolahan, cerita asal produk, atau dampak sosial.

Model pendapatan dapat berupa penjualan satuan, kontrak pasokan, langganan, jasa budidaya, sewa alat, komisi *platform*, atau kombinasi. Setiap sumber pendapatan perlu dikaitkan dengan harga, volume, frekuensi pembelian, dan biaya pelayanan.

🔗 **Rencana Pemasaran dan Penjualan**

- a. Segmentasi, target, dan posisi pasar.
- b. Strategi produk, harga, distribusi, dan promosi.
- c. Saluran penjualan offline dan digital.
- d. Target jumlah prospek, tingkat konversi, volume, dan retensi pelanggan.
- e. Anggaran pemasaran serta indikator kinerja.
- f. Mekanisme penanganan keluhan dan umpan balik.

🔗 **Rencana Produksi dan Operasional**

Rencana operasional menjelaskan bagaimana nilai disampaikan kepada pelanggan. Untuk usaha pertanian, bagian ini perlu memuat lokasi, luas atau kapasitas, kalender produksi, teknologi, input, tenaga kerja, standar operasional, pengendalian mutu, pascapanen, penyimpanan, logistik, pemasok, dan rencana pemeliharaan.

Kapasitas produksi harus konsisten dengan pasar dan keuangan. Produksi bulanan dapat dihitung dari luas efektif $\times$ produktivitas $\times$ frekuensi panen $\times$ persentase produk layak jual. Masukkan kehilangan produksi dan produk tidak sesuai mutu sebagai asumsi eksplisit.

Organisasi, Sumber Daya Manusia, dan Kemitraan

Bagian ini menjelaskan pendiri, kompetensi, struktur, pembagian tugas, kebutuhan tenaga kerja, sistem upah, pengawasan, dan pengembangan keterampilan. Kemitraan dengan petani, kelompok tani, pemasok, penyuluh, laboratorium, logistik, distributor, dan pembeli perlu disertai peran serta bentuk kesepakatan.

Legalitas, Mutu, dan Keberlanjutan

Business plan perlu menjelaskan bentuk usaha, Nomor Induk Berusaha, perizinan berbasis risiko, persyaratan produk, sertifikasi halal atau pangan, merek, pajak, lingkungan, bangunan, dan izin sektoral yang relevan. Rencana keberlanjutan memuat penggunaan air, energi, input, pengelolaan limbah, keselamatan kerja, dan dampak sosial.

Manajemen Risiko

Tabel 10. Manajemen Risiko

Risiko	Penyebab	Dampak	Probabilitas/ Dampak	Mitigasi
Produksi	Cuaca, hama, penyakit	Hasil dan mutu turun	Sedang/ Tinggi	SOP, monitoring, varietas, biosekuriti
Pasar	Harga turun, pembeli berhenti	Pendapatan turun	Sedang/ Tinggi	Kontrak, diversifikasi, pengolahan
Kuangan	Arus kas negatif	Operasi terhenti	Sedang/ Tinggi	Modal kerja, cadangan, jadwal pembayaran
Operasional	Alat rusak, input terlambat	Produksi tertunda	Sedang/ Sedang	Pemeliharaan, pemasok alternatif
Legal dan mutu	Izin/standar tidak terpenuhi	Produk ditolak	Rendah/ Tinggi	Peta legalitas, audit internal
Digital	Akun diretas, data hilang	Transaksi/reputasi terganggu	Sedang/ Sedang	Autentikasi ganda, cadangan data

Rencana Keuangan

Rencana keuangan menerjemahkan seluruh rencana menjadi angka. Semua asumsi harus konsisten dengan kapasitas produksi, harga, target penjualan, jumlah tenaga kerja, teknologi, dan waktu pembayaran.

- a. Investasi awal: lahan atau sewa, bangunan, instalasi, mesin, peralatan, kendaraan, dan perizinan.
- b. Modal kerja: input, upah, energi, transportasi, pemasaran, dan biaya operasi sampai kas masuk.
- c. Harga pokok produksi dan harga pokok penjualan.
- d. Proyeksi penjualan berdasarkan volume, harga, dan musim.
- e. Proyeksi laba rugi.
- f. Proyeksi arus kas bulanan.
- g. Neraca awal atau posisi aset, kewajiban, dan modal.
- h. Titik impas, margin kontribusi, dan periode pengembalian sederhana.
- i. Analisis sensitivitas atau skenario.

Perhitungan Keuangan Dasar

- a. Pendapatan
$$\text{Pendapatan} = \text{jumlah produk terjual} \times \text{harga jual.}$$

Gunakan produk terjual, bukan seluruh hasil produksi, karena sebagian hasil mungkin rusak, tidak memenuhi mutu, atau digunakan sendiri.
- b. Harga Pokok Produksi
$$\text{Harga pokok produksi per unit} = \frac{\text{total biaya produksi}}{\text{jumlah produk layak jual.}}$$

Biaya mencakup bahan,

tenaga kerja langsung, energi, penyusutan alat produksi, dan biaya lain yang terkait.

c. Margin Kontribusi

Margin kontribusi per unit = harga jual per unit – biaya variabel per unit. Nilai ini menunjukkan kontribusi setiap unit untuk menutup biaya tetap dan menghasilkan laba.

d. Titik Impas

BEP unit = biaya tetap ÷ margin kontribusi per unit.

BEP penjualan = biaya tetap ÷ rasio margin kontribusi.

e. Arus Kas

Arus kas bersih = kas masuk – kas keluar. Usaha dapat mencatat laba tetapi tetap mengalami kesulitan apabila penjualan belum dibayar atau persediaan menyerap kas. Karena itu, proyeksi arus kas bulanan sangat penting bagi agribisnis musiman.

f. Skenario

Susun sekurang-kurangnya tiga skenario: konservatif, dasar, dan optimistis. Variabel yang diuji dapat berupa produktivitas, harga, produk layak jual, biaya input, dan waktu pembayaran. Keputusan investasi sebaiknya tidak hanya didasarkan pada skenario optimistis.

❖ Contoh Ringkas: Usaha Sayuran Hidroponik

Contoh ini bersifat simulasi pembelajaran dan bukan rekomendasi investasi. Semua harga dan produktivitas harus diverifikasi sesuai lokasi dan waktu penyusunan.

Tabel 11. Contoh Usaha Sayuran Hidroponik

Komponen	Asumsi Dasar	Catatan Validasi
Pelanggan	Restoran dan rumah tangga perkotaan	Wawancara minimal 10 calon pelanggan
Produk	Selada hidroponik 250 gram	Uji mutu dan kemasan
Kapasitas	1.000 kemasan/bulan	Perhitungkan gagal panen dan produk afkir
Harga jual	Rp12.000/kemasan	Bandingkan tiga pesaing dan <i>willingness to pay</i>
Biaya variabel	Rp7.000/kemasan	Bibit, nutrisi, kemasan, tenaga langsung, distribusi
Biaya tetap	Rp3.000.000/bulan	Sewa, penyusutan, administrasi, pemasaran dasar

Dengan asumsi tersebut, margin kontribusi adalah Rp5.000 per kemasan. Titik impas = $\text{Rp3.000.000} \div \text{Rp5.000} = 600$ kemasan per bulan. Apabila hanya 70% kapasitas terjual, penjualan 700 kemasan masih berada di atas titik impas, tetapi ruang keamanannya relatif kecil. Analisis harus dilanjutkan dengan arus kas, penyusutan, pajak, kebutuhan penggantian alat, dan skenario penurunan harga.

❖ Kesalahan Umum dalam *Business Plan*

- a. Memulai dari produk tanpa bukti masalah atau kebutuhan pelanggan.
- b. Menggunakan data pasar nasional untuk menyimpulkan permintaan lokal tanpa verifikasi.
- c. Menyamakan kapasitas produksi dengan volume penjualan.
- d. Mengabaikan produk rusak, susut, afkir, dan keterlambatan pembayaran.
- e. Menyusun proyeksi selalu naik tanpa dasar operasional.
- f. Tidak menghitung upah pemilik, penyusutan, modal kerja, dan biaya distribusi.
- g. Menganggap laba sama dengan arus kas.
- h. Tidak memasukkan legalitas, mutu, risiko, dan keberlanjutan.
- i. Menggunakan contoh angka dari internet tanpa menyesuaikan lokasi dan waktu.
- j. Menulis ringkasan eksekutif yang tidak konsisten dengan tabel keuangan.

❖ Aktivitas Kelas Berbasis Proyek: *Business Plan Agribisnis*

Mahasiswa bekerja dalam kelompok beranggotakan 4–5 orang. Setiap kelompok memilih satu peluang usaha agribisnis lokal dan menghasilkan *business plan* yang dapat diuji.

Tahapan kegiatan:

- a. Minggu 1: identifikasi masalah, pemetaan pelanggan, dan wawancara minimal 10 responden.
- b. Minggu 2: uji proposisi nilai dan analisis pesaing.
- c. Minggu 3: penyusunan rencana produksi, mutu, legalitas, dan rantai pasok.
- d. Minggu 4: penyusunan pemasaran, organisasi, risiko, dan keberlanjutan.
- e. Minggu 5: penyusunan proyeksi keuangan bulanan selama 12 bulan dan tiga skenario.
- f. Minggu 6: penyerahan *business plan*, pitch 8 menit, dan tanya jawab 7 menit.

📌 **Luaran Wajib**

- a. *Business plan* 15–20 halaman di luar lampiran.
- b. Ringkasan eksekutif maksimal dua halaman.
- c. Bukti validasi pelanggan dan pasar.
- d. Peta proses produksi atau layanan.
- e. Matriks risiko dan mitigasi.
- f. Proyeksi laba rugi dan arus kas 12 bulan.
- g. Analisis BEP dan scenario.
- h. Slide pitch maksimal 10 halaman.

📌 **Refleksi Individu**

Setiap mahasiswa menulis refleksi 300–400 kata yang menjelaskan asumsi awal yang terbukti keliru, perubahan keputusan setelah memperoleh data, kontribusinya dalam kelompok, dan kompetensi yang masih perlu dikembangkan.

Rubrik Penilaian

Tabel 12. Rubrik Penilaian

Aspek	Bukti Kinerja	Indikator	Bobot
Validasi peluang	Data pelanggan dan pasar	Masalah, pelanggan, dan kebutuhan didukung bukti	20%
Kelayakan operasional	Rencana produksi/layanan	Kapasitas, sumber daya, mutu, dan jadwal konsisten	20%
Pemasaran dan model bisnis	Strategi pasar	Proposisi nilai, saluran, harga, dan target terukur	15%
Keuangan	Proyeksi dan analisis	Asumsi konsisten; arus kas, BEP, dan skenario benar	25%
Risiko, legalitas, keberlanjutan	Matriks dan rencana tindakan	Risiko utama dan mitigasi realistis	10%
Komunikasi dan kolaborasi	Dokumen dan pitch	Logis, ringkas, profesional, pembagian tugas seimbang	10%

❖ Rangkuman Bab

Business plan merupakan dokumen dinamis yang mengintegrasikan peluang pasar, operasi, organisasi, legalitas, risiko, keberlanjutan, dan keuangan. Kualitas *business plan* ditentukan oleh konsistensi antarbagiannya dan kekuatan bukti yang mendukung asumsi.

Dalam agribisnis, perencanaan harus memperhitungkan siklus biologis, musim, variasi hasil, produk mudah rusak, harga yang berfluktuasi, arus kas musiman, dan ketergantungan pada rantai nilai. *Business plan* yang baik tidak menjamin keberhasilan, tetapi meningkatkan kualitas keputusan dan kesiapan menghadapi ketidakpastian.

❖ Latihan dan Evaluasi

👉 Pertanyaan Pemahaman

- Jelaskan perbedaan *business plan*, studi kelayakan, dan model bisnis.
- Mengapa validasi pelanggan perlu dilakukan sebelum menyusun proyeksi penjualan?
- Jelaskan empat karakteristik agribisnis yang memengaruhi penyusunan *business plan*.
- Apa perbedaan laba dan arus kas?
- Jelaskan fungsi analisis skenario dalam keputusan usaha.
- Mengapa kapasitas produksi tidak boleh langsung dianggap sebagai volume penjualan?

📌 Tugas Aplikatif

Pilih satu usaha agribisnis di lingkungan sekitar. Susun ringkasan eksekutif, proposisi nilai, analisis pelanggan, rencana operasi, matriks risiko, dan proyeksi arus kas sederhana selama enam bulan. Gunakan data lapangan dan cantumkan sumber setiap asumsi.

❖ Template *Business Plan*

📌 Sampul

- a. Judul *business plan*
- b. Nama usaha dan logo
- c. Nama penyusun
- d. Program studi dan tahun

📌 Ringkasan Eksekutif

- a. Masalah dan solusi
- b. Pelanggan
- c. Keunggulan
- d. Model pendapatan
- e. Tim
- f. Kebutuhan dana
- g. Indikator keuangan

📌 Bab I Profil dan Tujuan

- a. Latar belakang
- b. Identitas dan legalitas
- c. Visi, misi, tujuan
- d. Tahap usaha

📖 **Bab II Validasi Pasar**

- a. Pelanggan sasaran
- b. Bukti masalah
- c. Ukuran pasar
- d. Pesaing
- e. Proposisi nilai

📖 **Bab III Pemasaran dan Penjualan**

- a. Produk
- b. Harga
- c. Saluran
- d. Promosi
- e. Target penjualan
- f. Layanan pelanggan

📖 **Bab IV Operasional**

- a. Lokasi
- b. Proses
- c. Kapasitas
- d. Input
- e. Teknologi
- f. Mutu
- g. Pascapanen
- h. Logistik

📖 **Bab V Organisasi dan Kemitraan**

- a. Tim
- b. Struktur
- c. Tugas

- d. Tenaga kerja
- e. Mitra utama

🔗 **Bab VI Legalitas, Risiko, dan Keberlanjutan**

- a. Perizinan
- b. Sertifikasi
- c. Risiko
- d. Mitigasi
- e. Lingkungan dan sosial

🔗 **Bab VII Keuangan**

- a. Investasi
- b. Modal kerja
- c. Harga pokok
- d. Penjualan
- e. Laba rugi
- f. Arus kas
- g. BEP
- h. Skenario

🔗 **Bab VIII Implementasi**

- a. Jadwal
- b. Milestone
- c. Indikator kinerja
- d. Mekanisme evaluasi

🔗 **Lampiran**

- a. Data pasar
- b. Hasil wawancara
- c. Penawaran harga

- d. SOP
- e. Perhitungan keuangan

❖ Daftar Pustaka

- Badan Pusat Statistik. (2023a). Hasil pencacahan lengkap Sensus Pertanian 2023 - Tahap I. BPS.
- Badan Pusat Statistik. (2023b). Sensus Pertanian 2023: Hasil pencacahan lengkap - Tahap I. BPS.
- Barringer, B. R., & Ireland, R. D. (2020). *Entrepreneurship: Successfully launching new ventures* (6th ed.). Pearson.
- Food and Agriculture Organization of the United Nations. (2009). *Business management for small-scale agro-industries*. FAO.
- Food and Agriculture Organization of the United Nations. (2011). *Farm business school handbook: Training of farmers programme for South Asia*. FAO.
- Food and Agriculture Organization of the United Nations. (2013). *Entrepreneurship in farming*. FAO.
- Food and Agriculture Organization of the United Nations. (2024). *Developing bankable business plans: A learning guide for forest producers and their organizations*. FAO.
- Hardaker, J. B., Lien, G., Anderson, J. R., & Huirne, R. B. M. (2015). *Coping with risk in agriculture: Applied decision analysis* (3rd ed.). CABI.
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2017). *Entrepreneurship* (10th ed.). McGraw-Hill Education.

- Kay, R. D., Edwards, W. M., & Duffy, P. A. (2016). Farm management (8th ed.). McGraw-Hill Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing management (15th ed.). Pearson.
- Longenecker, J. G., Petty, J. W., Palich, L. E., & Hoy, F. (2017). Small business management: Launching and growing *entrepreneurial* ventures (18th ed.). Cengage Learning.

❖ Glosarium

Arus kas: Aliran kas masuk dan kas keluar dalam periode tertentu.

BEP: Tingkat penjualan ketika total pendapatan sama dengan total biaya.

Business plan: Dokumen terpadu yang menjelaskan cara usaha akan dijalankan dan dikembangkan.

Harga pokok produksi: Biaya produksi per unit produk layak jual.

Margin kontribusi: Selisih harga jual dan biaya variabel per unit.

Modal kerja: Dana untuk membiayai kegiatan operasi sampai penerimaan kas masuk.

Proposisi nilai: Manfaat utama yang membuat pelanggan memilih suatu produk atau layanan.

Skenario: Perkiraan kondisi alternatif berdasarkan perubahan asumsi utama.

Validasi pasar: Proses menguji asumsi pasar menggunakan bukti dari pelanggan dan transaksi.

BAB VII

RISIKO USAHA DALAM KEWIRAUSAHAAN PERTANIAN

Risiko usaha adalah kemungkinan terjadinya hasil yang berbeda dari sasaran yang telah ditetapkan, baik berupa kerugian maupun peluang. Risiko berbeda dari ketidakpastian. Risiko masih dapat diperkirakan melalui informasi mengenai kemungkinan dan dampaknya, sedangkan ketidakpastian muncul ketika probabilitas atau konsekuensinya belum dapat diukur secara memadai. Dalam pertanian, keputusan produksi, pemasaran, dan pembiayaan berlangsung dalam kondisi biologis serta lingkungan yang berubah, sehingga pengelolaan risiko menjadi bagian penting dari manajemen usaha (Hardaker dkk., 2015).

Kewirausahaan pertanian menghadapi risiko yang saling berkaitan. Kekeringan, misalnya, dapat menurunkan produksi, menaikkan biaya irigasi, mengganggu arus kas, dan melemahkan kemampuan membayar kredit. Oleh karena itu, *agripreneur* perlu mengelola risiko sebagai suatu portofolio, bukan sebagai kejadian yang berdiri sendiri. Tujuan manajemen risiko bukan menghilangkan seluruh risiko, melainkan menjaga risiko pada tingkat yang dapat diterima agar tujuan usaha tetap tercapai.

❖ Karakteristik Risiko Usaha Pertanian

- a. Produksi bergantung pada cuaca, iklim, air, tanah, dan kondisi ekosistem yang sulit dikendalikan sepenuhnya.
- b. Proses produksi bersifat biologis; pertumbuhan tanaman dan ternak memerlukan waktu serta rentan terhadap hama, penyakit, dan mortalitas.
- c. Terdapat jeda antara pengeluaran modal dan penerimaan hasil, sehingga kebutuhan likuiditas bersifat musiman.
- d. Produk mudah rusak dan kualitasnya tidak selalu seragam, sehingga penanganan pascapanen dan logistik menentukan nilai jual.
- e. Harga input maupun output berfluktuasi serta sering dipengaruhi musim, struktur pasar, kebijakan, dan perdagangan.
- f. Risiko dapat bersifat sistemik. Kekeringan, banjir, wabah, atau perubahan kebijakan dapat memengaruhi banyak pelaku secara bersamaan.
- g. Keputusan saat ini sering berdampak pada musim berikutnya, misalnya penggunaan benih, pemeliharaan tanah, kontrak, dan pembiayaan.

Risiko usaha agribisnis berasal dari berbagai sumber yang dapat memengaruhi proses produksi, pemasaran, keuangan, operasional, dan keberlanjutan usaha. Karakteristik kegiatan pertanian yang dipengaruhi faktor biologis, kondisi alam, perubahan harga, serta keterbatasan infrastruktur menyebabkan pelaku usaha perlu mengenali risiko sejak tahap perencanaan.

Identifikasi risiko membantu pelaku usaha menentukan sumber gangguan, memperkirakan dampak, serta menyiapkan tindakan pencegahan dan penanganan yang sesuai.

Data resmi menunjukkan besarnya dinamika produksi pertanian. Produksi padi Indonesia pada 2024 tercatat 53,14 juta ton gabah kering giling, turun 1,55% dibandingkan 2023. Pada 2025 produksi meningkat menjadi 60,21 juta ton gabah kering giling.

❖ **Jenis-Jenis Risiko Usaha Pertanian**

Tabel 13. Jenis-Jenis Risiko Usaha Pertanian

Jenis risiko	Contoh sumber	Dampak utama
Produksi	Cuaca ekstrem, perubahan pola musim, hama, penyakit, kegagalan input, rendahnya produktivitas.	Penurunan volume atau mutu hasil.
Harga dan pasar	Fluktuasi harga, perubahan permintaan, ketergantungan pada pembeli tertentu, persaingan, asimetri informasi.	Pendapatan turun dan produk tidak terserap.
Keuangan	Kekurangan modal kerja, arus kas negatif, suku bunga, gagal bayar, penggunaan utang tidak sesuai kapasitas.	Likuiditas terganggu dan usaha tidak berlanjut.

Jenis risiko	Contoh sumber	Dampak utama
Operasional dan logistik	Kerusakan alat, kesalahan proses, kehilangan persediaan, keterlambatan distribusi, rantai dingin tidak memadai.	Biaya meningkat, keterlambatan, atau kerusakan produk.
Sumber daya manusia dan K3	Kelangkaan tenaga kerja, kompetensi rendah, kecelakaan kerja, ketergantungan pada satu orang kunci.	Produktivitas dan keselamatan menurun.
Kelembagaan dan kebijakan	Perubahan subsidi, standar mutu, perizinan, perdagangan, tata niaga, atau akses program.	Biaya kepatuhan dan ketidakpastian pasar meningkat.
Lingkungan dan sosial	Bencana, degradasi sumber daya, konflik pemanfaatan air/lahan, penolakan sosial.	Produksi terganggu dan reputasi usaha menurun.
Digital dan keamanan data	Gangguan sistem, penipuan daring, kehilangan data, informasi palsu, ketergantungan platform.	Kerugian transaksi, kebocoran data, dan hilangnya kepercayaan pelanggan.

Tabel tersebut menunjukkan bahwa risiko usaha agribisnis tidak hanya berkaitan dengan kegagalan produksi. Risiko juga dapat muncul dari perubahan pasar, keterbatasan keuangan, gangguan operasional, tenaga kerja, kebijakan, lingkungan, dan penggunaan teknologi digital. Setiap jenis risiko memiliki sumber dan dampak yang berbeda sehingga memerlukan strategi pengendalian yang berbeda pula.

Pelaku usaha perlu menilai setiap risiko berdasarkan kemungkinan terjadinya dan besarnya dampak terhadap usaha. Risiko dengan kemungkinan tinggi dan dampak besar harus memperoleh prioritas penanganan. Hasil identifikasi tersebut dapat digunakan sebagai dasar penyusunan tindakan mitigasi, seperti diversifikasi produk, penyediaan dana cadangan, perbaikan standar operasional, penguatan kontrak pemasaran, pelatihan tenaga kerja, perlindungan data, dan pemenuhan ketentuan usaha.

❖ **Proses Manajemen Risiko Usaha**

- a. Menetapkan konteks dan tujuan usaha: komoditas, skala, periode, sasaran produksi, target pendapatan, dan toleransi risiko.
- b. Mengidentifikasi risiko: mencatat kejadian, penyebab, aset atau proses yang terpapar, serta konsekuensi yang mungkin muncul.
- c. Menganalisis risiko: memperkirakan probabilitas dan dampak dengan pendekatan kualitatif atau kuantitatif.

- d. Mengevaluasi dan memprioritaskan risiko: membandingkan tingkat risiko dengan batas toleransi usaha.
- e. Menentukan perlakuan risiko: menghindari, mengurangi, mengalihkan, menerima, atau memanfaatkan peluang.
- f. Melaksanakan, memantau, dan meninjau: menetapkan penanggung jawab, indikator peringatan dini, jadwal evaluasi, dan bukti tindak lanjut.
- g. Mengomunikasikan risiko: melibatkan pekerja, mitra, pembeli, penyuluh, lembaga keuangan, dan pihak lain yang relevan.

🔗 **Identifikasi Risiko**

Identifikasi risiko dapat dilakukan melalui observasi lapangan, wawancara, diskusi kelompok, analisis proses bisnis, catatan produksi, laporan keuangan, data cuaca, riwayat harga, keluhan pelanggan, dan daftar pemeriksaan. Hasil identifikasi dituangkan dalam register risiko agar sumber, dampak, pengendalian, serta penanggung jawab dapat ditelusuri.

🔗 **Analisis dan Matriks Risiko**

Analisis sederhana menggunakan skor probabilitas dan dampak. Skor risiko dihitung dengan rumus: $\text{Risiko} = \text{Probabilitas} \times \text{Dampak}$. Skala harus disepakati dan digunakan secara konsisten. Penilaian dapat ditingkatkan dengan data frekuensi kejadian, besarnya kerugian, sensitivitas harga, koefisien variasi, analisis titik impas, atau simulasi skenario.

Indikator Peringatan Dini

Indikator peringatan dini membantu *agripreneur* bertindak sebelum kerugian membesar. Contohnya adalah prakiraan curah hujan, debit air, populasi organisme pengganggu tanaman, persentase mortalitas, harga harian, umur piutang, saldo kas minimum, tingkat kerusakan produk, keterlambatan pengiriman, dan tingkat keluhan pelanggan. Setiap indikator perlu memiliki ambang tindakan, sumber data, frekuensi pemantauan, dan penanggung jawab.

Tabel 14. Identifikasi Risiko

ID	Peristiwa risiko	Penyebab	Dampak	Pengendalian yang ada	Pemilik risiko
R-01	Produksi turun akibat kekeringan	Curah hujan rendah dan debit irigasi terbatas	Hasil panen dan pendapatan turun	Jadwal tanam, pompa, varietas adaptif	Manajer produksi
R-02	Harga jual jatuh saat panen raya	Pasokan serentak dan pembeli terbatas	Margin turun	Kontrak, penyimpanan, pengolahan	Manajer pemasaran
R-03	Kekurangan kas sebelum panen	Pengeluaran di awal, penerimaan tertunda	Input tidak terbeli tepat waktu	Anggaran kas dan dana cadangan	Manajer keuangan

Tabel 15. Skor Risiko

Skor	Probabilitas	Dampak
1	Sangat jarang; hampir tidak pernah terjadi	Kerugian sangat kecil; operasi tetap berjalan
2	Jarang	Gangguan kecil dan dapat dipulihkan segera
3	Mungkin terjadi	Gangguan sedang; target sebagian tidak tercapai
4	Sering	Gangguan besar; membutuhkan sumber daya tambahan
5	Sangat sering/hampir pasti	Kerugian kritis; mengancam keberlanjutan usaha

Tabel 16. Skala Nilai Risiko

Nilai	Kategori	Tindakan
1–4	Rendah	Dapat diterima dengan pemantauan rutin.
5–9	Sedang	Perlu pengendalian terencana dan penanggung jawab.
10–16	Tinggi	Prioritas mitigasi; tindakan dan tenggat harus jelas.
17–25	Ekstrem	Tindakan segera; pertimbangkan penghentian atau perubahan kegiatan.

❖ Strategi Mitigasi Risiko

Tabel 17. Strategi Mitigasi Risiko

Pilihan perlakuan	Makna	Contoh dalam agribisnis
Menghindari	Tidak menjalankan kegiatan yang risikonya melampaui toleransi.	Tidak menanam komoditas sangat peka air pada lahan tanpa sumber irigasi.
Mengurangi	Menurunkan probabilitas atau dampak.	Varietas adaptif, biosekuriti, SOP, diversifikasi, irigasi hemat air.
Mengalihkan/berbagi	Membagi konsekuensi kepada pihak lain.	Asuransi, kontrak, kemitraan, sewa alat, pembiayaan berpenjaminan.
Menerima	Menanggung risiko karena rendah atau biaya mitigasi tidak sebanding.	Membentuk dana cadangan untuk kerusakan kecil.
Memanfaatkan	Mengambil peluang dari perubahan.	Mengolah surplus panen menjadi produk bernilai tambah.

Strategi mitigasi risiko merupakan tindakan yang dirancang untuk mengendalikan kemungkinan terjadinya risiko dan mengurangi dampaknya terhadap usaha. Pemilihan strategi perlu mempertimbangkan jenis risiko, tingkat kemungkinan, besarnya dampak, biaya pengendalian, serta kemampuan pelaku usaha. Setiap risiko tidak harus ditangani dengan cara yang sama karena karakteristik dan tingkat kepentingannya berbeda.

Pelaku usaha perlu menentukan batas risiko yang masih dapat diterima. Risiko yang melampaui kemampuan usaha harus dihindari atau dikurangi. Risiko yang dapat dibagi dengan pihak lain dapat dialihkan melalui asuransi, kontrak, atau kemitraan. Risiko yang rendah dapat diterima apabila biaya pengendaliannya lebih besar daripada potensi kerugian. Perubahan tertentu juga dapat dimanfaatkan sebagai peluang untuk meningkatkan nilai tambah usaha.

Tabel 17 menunjukkan bahwa mitigasi risiko tidak selalu bertujuan menghilangkan seluruh ketidakpastian. Pelaku usaha dapat menghindari, mengurangi, mengalihkan, menerima, atau memanfaatkan risiko sesuai dengan kondisi dan kemampuan usaha. Risiko kekurangan air, misalnya, dapat dihindari dengan memilih komoditas yang sesuai atau dikurangi melalui penggunaan teknologi irigasi hemat air.

Pemilihan strategi perlu didasarkan pada perbandingan antara biaya pengendalian dan manfaat yang diperoleh. Strategi yang efektif harus mampu menurunkan risiko tanpa menimbulkan beban biaya yang

melebihi kemampuan usaha. Pelaku usaha berskala kecil dapat memilih tindakan sederhana, seperti memperbaiki jadwal produksi, menambah pemasok, membuat dana cadangan, atau menjalin kerja sama pemasaran.

Pelaksanaan strategi mitigasi perlu dipantau secara berkala. Perubahan cuaca, harga, teknologi, kebijakan, dan permintaan konsumen dapat mengubah tingkat risiko usaha. Hasil pemantauan digunakan untuk menilai efektivitas strategi dan menentukan tindakan perbaikan yang diperlukan. Berikut adalah beberapa mitigasi resiko bidang pertanian.

Risiko Produksi dan Iklim

- a. Diversifikasi varietas, komoditas, lokasi, dan waktu tanam untuk mengurangi konsentrasi risiko.
- b. Penggunaan kalender tanam, prakiraan cuaca, pencatatan budidaya, pengamatan hama, dan sistem peringatan dini.
- c. Penerapan konservasi tanah-air, irigasi efisien, drainase, benih bermutu, biosekuriti, serta pengendalian hama terpadu.
- d. Pemeliharaan alat dan ketersediaan suku cadang kritis.
- e. Asuransi pertanian sesuai komoditas, wilayah, objek pertanggung, dan ketentuan program yang berlaku.

Asuransi Usaha Tani Padi (AUTP) merupakan instrumen pengalihan sebagian risiko gagal panen akibat banjir, kekeringan, dan organisme pengganggu tanaman

sesuai persyaratan program. *Agripreneur* perlu memeriksa pedoman teknis tahun berjalan, jadwal pendaftaran, kriteria kerusakan, bukti budidaya, prosedur pelaporan, serta mekanisme verifikasi klaim. Asuransi tidak menggantikan praktik budidaya yang baik; manfaatnya lebih kuat apabila dipadukan dengan pencegahan dan kesiapsiagaan.

📌 **Risiko Harga dan Pasar**

- a. Diversifikasi saluran penjualan, pelanggan, komoditas, dan produk olahan.
- b. Kontrak pemasaran atau *contract farming* yang mengatur volume, mutu, jadwal, formula harga, pembagian risiko, dan penyelesaian sengketa secara transparan.
- c. Pemanfaatan informasi harga digital dan pencatatan biaya agar keputusan penjualan tidak hanya mengikuti harga nominal.
- d. Penguatan mutu, sertifikasi, merek, pengemasan, dan ketertelusuran untuk mengurangi persaingan berbasis harga.
- e. Penyimpanan atau pengolahan yang layak untuk mengurangi tekanan jual saat panen raya.

Sistem Resi Gudang (SRG) memungkinkan komoditas yang memenuhi persyaratan disimpan di gudang terakreditasi dan resinya digunakan sebagai dokumen kepemilikan serta dapat mendukung akses pembiayaan. Pada 2024 terdapat 280 gudang SRG di 29 provinsi dan 144 kabupaten/kota. Nilai penerbitan resi

gudang pada Januari–Agustus 2025 mencapai Rp1,28 triliun dengan volume 68,36 ribu ton. Data tersebut menunjukkan perkembangan pemanfaatan SRG, tetapi kelayakannya tetap bergantung pada komoditas, mutu, biaya penyimpanan, lokasi gudang, jangka waktu, dan prospek harga (Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi, 2025a, 2025b).

↳ **Risiko Keuangan**

- a. Memisahkan keuangan rumah tangga dan usaha serta melakukan pencatatan transaksi secara tertib.
- b. Menyusun anggaran kas musiman, proyeksi penerimaan, kebutuhan modal kerja, dan saldo kas minimum.
- c. Mengukur titik impas, margin kontribusi, rasio utang, dan kemampuan membayar angsuran sebelum mengambil kredit.
- d. Menyesuaikan tenor dan jadwal pembayaran dengan siklus produksi dan panen.
- e. Membentuk dana darurat, menggunakan pembiayaan formal secara bijak, dan menghindari konsentrasi pada satu sumber dana.
- f. Melakukan analisis sensitivitas terhadap perubahan hasil, harga, dan biaya input.

↳ **Risiko Operasional, Logistik, dan Digital**

- a. Menyusun prosedur operasi standar, daftar pemeriksaan mutu, jadwal pemeliharaan, dan catatan insiden.

- b. Menentukan pemasok alternatif untuk input kritis serta menjaga persediaan pengaman secara proporsional.
- c. Mengatur rantai dingin, kemasan, transportasi, dan jadwal pengiriman untuk produk mudah rusak.
- d. Melakukan pencadangan data, penggunaan kata sandi kuat dan autentikasi berlapis, verifikasi transaksi, pembatasan akses, serta edukasi penipuan digital.
- e. Memiliki rencana kesinambungan usaha untuk listrik padam, gangguan jaringan, alat rusak, atau bencana.

➤ **Risiko Kelembagaan, Kebijakan, dan Sumber Daya Manusia**

- a. Memantau regulasi melalui sumber resmi dan mendokumentasikan kepatuhan usaha.
- b. Bergabung dengan kelompok tani, koperasi, asosiasi, atau kemitraan untuk memperkuat informasi, posisi tawar, dan akses layanan.
- c. Menjalin komunikasi dengan penyuluh, pemerintah daerah, lembaga pembiayaan, pembeli, dan perguruan tinggi.
- d. Meningkatkan kompetensi melalui pelatihan teknis, keuangan, pemasaran, keselamatan kerja, dan literasi digital.
- e. Menyusun pembagian tugas, pengganti personel kunci, target kerja, serta mekanisme evaluasi.
- f. Menerapkan keselamatan dan kesehatan kerja, termasuk alat pelindung diri, penyimpanan bahan, dan prosedur darurat.

❖ Contoh Analisis Risiko Berbasis Data

👉 Kasus 1: Fluktuasi Produksi Padi Nasional

Produksi padi Indonesia menurun dari 53,98 juta ton gabah kering giling pada 2023 menjadi 53,14 juta ton pada 2024, kemudian meningkat menjadi 60,21 juta ton pada 2025. Bagi pelaku usaha, data nasional tidak langsung menggambarkan kondisi lahannya, tetapi menunjukkan perlunya memperbarui asumsi usaha berdasarkan data wilayah, prakiraan musim, ketersediaan air, dan harga input. Risiko produksi harus dinilai bersama risiko pasar karena kenaikan produksi dapat menekan harga di lokasi tertentu apabila kapasitas penyimpanan dan pemasaran terbatas (Badan Pusat Statistik, 2025, 2026).

👉 Kasus 2: Harga Jatuh saat Panen Raya

Seorang *agripreneur* memperkirakan panen 18 ton gabah. Harga normal Rp6.500 per kg, tetapi skenario panen raya menurunkan harga menjadi Rp5.800 per kg. Penurunan pendapatan kotor potensial adalah $18.000 \times \text{Rp}700 = \text{Rp}12.600.000$. *Agripreneur* perlu membandingkan kerugian tersebut dengan biaya pengeringan, penyimpanan, susut, bunga, transportasi, dan potensi kenaikan harga. Keputusan menunda penjualan hanya layak apabila manfaat bersih yang diharapkan lebih besar daripada biaya dan risiko tambahan.

❖ **Alat Bantu Analisis Risiko**

- a. Register risiko: mencatat risiko, penyebab, dampak, skor, pengendalian, penanggung jawab, dan status.
- b. Matriks probabilitas-dampak: memprioritaskan risiko berdasarkan skor yang disepakati.
- c. Analisis SWOT: memetakan kondisi internal dan eksternal, tetapi perlu diterjemahkan menjadi risiko yang spesifik dan terukur.
- d. Analisis titik impas dan sensitivitas: menguji perubahan keuntungan akibat variasi hasil, harga, dan biaya.
- e. Pohon keputusan: membandingkan alternatif keputusan dan hasil yang mungkin terjadi.
- f. Skenario: menilai kondisi optimistis, moderat, dan pesimistis.
- g. Peta proses atau diagram sebab-akibat: menelusuri sumber risiko pada produksi, pascapanen, pemasaran, dan keuangan.

❖ **Aktivitas Kelas Berbasis *Outcome-Based Education***

Aktivitas berikut menempatkan mahasiswa sebagai analis risiko usaha. Produk akhir berupa register risiko dan rencana mitigasi yang dapat digunakan untuk sebuah usaha pertanian nyata atau studi kasus yang disediakan dosen.

Tabel 18. Analisis Risiko Berbasis Data

Tahap	Analisis
Identifikasi	Kemungkinan hasil turun akibat perubahan musim atau hasil meningkat tetapi harga turun saat pasokan melimpah.
Indikator	Prakiraan hujan, debit air, luas tanam, estimasi panen, harga gabah, biaya pengeringan, kapasitas gudang.
Prioritas	Tentukan skor probabilitas-dampak untuk setiap risiko pada lokasi usaha.
Mitigasi	Penyesuaian waktu tanam, varietas adaptif, pengendalian biaya, kontrak pembeli, pengeringan, penyimpanan, dan asuransi.
Pemantauan	Tinjau indikator mingguan saat musim tanam dan harian menjelang panen/penjualan.

Tabel 19. Aktivitas Analisis Risiko Usaha

Tahap	Waktu	Aktivitas mahasiswa	Peran dosen	Bukti belajar
Pra-kelas	30 menit mandiri	Membaca bab dan mengumpulkan satu contoh risiko agribisnis dari berita/data resmi.	Memberikan panduan sumber dan pertanyaan pemantik.	Catatan satu halaman dan tautan sumber.

Eksplorasi kasus	25 menit	Mengidentifikasi tujuan usaha, proses bisnis, aset penting, dan sedikitnya 10 risiko.	Memfasilitasi klarifikasi dan memastikan risiko dirumuskan sebagai peristiwa.	Daftar risiko awal.
Analisis kelompok	45 menit	Memberi skor probabilitas-dampak, menyusun matriks, dan memilih lima risiko prioritas.	Menguji alasan, konsistensi skala, dan penggunaan data.	Matriks dan register risiko.
Perancang an mitigasi	45 menit	Menyusun tindakan preventif, korektif, transfer risiko, indikator, biaya, PIC, dan tenggat.	Memberikan umpan balik kelayakan dan keterukuran.	Rencana mitigasi.
Presentasi dan peer review	30 menit	Pitch 5 menit per kelompok dan menilai kelompok lain menggunakan rubrik.	Menjaga kualitas umpan balik dan menyimpulkan konsep.	Presentasi dan peer review.
Refleksi	10 menit	Menulis risiko yang paling sulit dinilai dan alasan perubahan keputusan setelah diskusi.	Memberikan umpan balik penutup.	Refleksi individu.

Produk Tugas OBE: *Risk Management Canvas*

Tabel 20. Produk Tugas OBE

Elemen	Isi yang harus disusun
Konteks usaha	Komoditas/produk, skala, lokasi, proses, pelanggan, target produksi dan pendapatan.
Risiko prioritas	Lima risiko utama yang dirumuskan secara spesifik.
Analisis	Penyebab, dampak, probabilitas, dampak, skor, dan bukti/data pendukung.
Pengendalian saat ini	Tindakan yang sudah dilakukan dan kelemahannya.
Rencana mitigasi	Tindakan, PIC, jadwal, sumber daya, biaya, dan indikator keberhasilan.
Risiko residual	Skor setelah mitigasi dan keputusan menerima/menangani lebih lanjut.
Pemantauan	Indikator peringatan dini, sumber data, dan frekuensi evaluasi.

Rubrik Penilaian Analitik

Tabel 21. Rubrik Penilaian Analitik

Kriteria	Bobot	4 - Sangat baik	3 - Baik	2 - Cukup	1 - Perlu perbaikan
Ketepatan identifikasi	20%	Risiko lengkap, spesifik, dan sesuai proses usaha.	Sebagian besar tepat; ada kekurangan kecil.	Risiko masih umum atau beberapa kategori hilang.	Risiko tidak relevan/tidak jelas.
Analisis berbasis data	25%	Skor konsisten, argumentasi kuat, dan didukung data.	Skor cukup konsisten dan ada bukti.	Bukti terbatas; skoring kurang konsisten.	Tanpa bukti dan skoring tidak logis.
Kelayakan mitigasi	25%	Tindakan preventif-korektif terukur, realistis, dan terintegrasi.	Tindakan relevan tetapi sebagian belum terukur.	Mitigasi umum dan kelayakan belum jelas.	Mitigasi tidak menjawab penyebab/dampak.
Implementasi dan monitoring	15%	PIC, jadwal, biaya, indikator,	Sebagian besar komponen lengkap.	Beberapa komponen	Tidak ada rencana

Kriteria	Bobot	4 - Sangat baik	3 - Baik	2 - Cukup	1 - Perlu perbaikan
		serta risiko residual lengkap.		penting belum ada.	implementasi jelas.
Komunikasi dan kolaborasi	15%	Penyajian runtut, visual efektif, pembagian tugas merata, respons argumentatif.	Penyajian jelas dan kolaborasi baik.	Penyajian kurang runtut atau kontribusi tidak merata.	Penyajian sulit dipahami dan kolaborasi lemah.

Nilai akhir = jumlah (skor capaian/4 × bobot). Batas ketuntasan yang disarankan adalah 70. Mahasiswa yang belum tuntas memperbaiki register risiko berdasarkan umpan balik dan menyerahkan revisi.

❖ Latihan dan Evaluasi

👉 Latihan Formatif

- a. Jelaskan perbedaan risiko dan ketidakpastian serta berikan contoh pada usaha hortikultura.
- b. Identifikasi keterkaitan antara risiko produksi, pasar, dan keuangan pada usaha ayam broiler atau sayuran.
- c. Buat matriks risiko untuk lima risiko pada usaha pilihan Anda.
- d. Jelaskan kondisi ketika penyimpanan hasil panen tidak layak dilakukan meskipun harga diperkirakan meningkat.
- e. Rancang tiga indikator peringatan dini untuk risiko kekeringan, penurunan harga, dan kekurangan kas.

👉 Contoh Studi Kasus Sumatif

Seorang *agripreneur* muda mengelola usaha tani padi seluas 3 hektare di daerah irigasi teknis. Dua musim terakhir menunjukkan variasi produktivitas. Saat panen raya, harga gabah turun, sedangkan biaya pupuk, tenaga kerja, dan pengeringan meningkat. Modal musim berikutnya terbatas, tenaga kerja sulit diperoleh pada waktu tanam serentak, dan perubahan mekanisme distribusi pupuk bersubsidi menuntut penyesuaian administrasi. *Agripreneur* memiliki akses telepon pintar, kelompok tani, penyuluh, dan gudang komersial yang berjarak 35 km.

- a. Tetapkan tujuan dan batas analisis usaha untuk satu musim tanam.

- b. Identifikasi minimal 10 risiko dan kelompokkan berdasarkan jenisnya.
- c. Pilih lima risiko prioritas menggunakan skala probabilitas-dampak 1–5.
- d. Bandingkan kelayakan AUTP, penyimpanan, SRG, kontrak pembeli, mekanisasi, dan dana cadangan.
- e. Susun rencana mitigasi yang memuat PIC, jadwal, biaya, indikator, serta risiko residual.
- f. Presentasikan rekomendasi dalam bentuk pitch bisnis selama lima menit.

❖ Ringkasan

Risiko usaha pertanian berasal dari interaksi faktor produksi, iklim, pasar, keuangan, operasional, sumber daya manusia, kelembagaan, lingkungan, dan digital. Pengelolaan risiko dilakukan melalui penetapan konteks, identifikasi, analisis, evaluasi, mitigasi, pemantauan, dan komunikasi. Strategi yang baik tidak hanya menanggapi kerugian setelah terjadi, tetapi membangun pencegahan, kesiapsiagaan, pembagian risiko, dan kemampuan adaptasi. Keputusan mitigasi harus didasarkan pada data, biaya-manfaat, kapasitas usaha, dan evaluasi risiko residual.

❖ Daftar Pustaka

Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi. (2025a). Kinerja Sistem Resi Gudang tahun 2024 [Siaran pers]. Kementerian Perdagangan Republik Indonesia.

- Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi. (2025b). Perkembangan Sistem Resi Gudang periode Januari–Agustus 2025 [Siaran pers]. Kementerian Perdagangan Republik Indonesia.
- Badan Pusat Statistik. (2025). Luas panen dan produksi padi di Indonesia 2024 (angka tetap). Badan Pusat Statistik.
- Badan Pusat Statistik. (2026). Luas panen dan produksi padi di Indonesia 2025 (angka tetap). Badan Pusat Statistik.
- Barry, P. J., & Ellinger, P. N. (2012). Financial management in agriculture (7th ed.). Pearson.
- Food and Agriculture Organization of the United Nations. (2011). Agricultural insurance in Asia and the Pacific region. FAO.
- Hardaker, J. B., Lien, G., Anderson, J. R., & Huirne, R. B. M. (2015). Coping with risk in agriculture: Applied decision analysis (3rd ed.). CABI.
- Kay, R. D., Edwards, W. M., & Duffy, P. A. (2016). Farm management (8th ed.). McGraw-Hill Education.
- Markelova, H., Meinzen-Dick, R., Hellin, J., & Dohrn, S. (2009). Collective action for smallholder market access. *Food Policy*, 34(1), 1–7. <https://doi.org/10.1016/j.foodpol.2008.10.001>

- Organisation for Economic Co-operation and Development. (2021). Agricultural policy monitoring and evaluation 2021: Addressing the challenges facing food systems. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/2d810e01-en>
- Reardon, T., Barrett, C. B., Berdegueé, J. A., & Swinnen, J. F. M. (2009). *Agrifood* industry transformation and small farmers in developing countries. *World Development*, 37(11), 1717–1727. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2008.08.023>
- Rivera, W. M., & Sulaiman V., R. (2009). Extension: Object of reform, engine for innovation. *Outlook on Agriculture*, 38(3), 267–273. <https://doi.org/10.5367/000000009789396810>
- Warning, M., & Key, N. (2002). The social performance and distributional consequences of contract farming: An equilibrium analysis of the Arachide de Bouche program in Senegal. *World Development*, 30(2), 255–263. [https://doi.org/10.1016/S0305-750X\(01\)00104-8](https://doi.org/10.1016/S0305-750X(01)00104-8)
- World Bank. (2019). Harvesting prosperity: Technology and productivity growth in agriculture. World Bank. <https://doi.org/10.1596/978-1-4648-1393-1>

❖ Glosarium

Istilah	Pengertian
<i>Agripreneur</i>	Pelaku usaha yang menerapkan prinsip kewirausahaan dalam kegiatan pertanian atau agribisnis, mulai dari produksi, pengolahan, distribusi, hingga pemasaran.
Analisis risiko	Proses memperkirakan kemungkinan terjadinya suatu risiko dan besarnya dampak yang dapat ditimbulkan terhadap usaha.
Analisis sensitivitas	Metode untuk menilai perubahan hasil usaha akibat perubahan variabel tertentu, seperti harga jual, produktivitas, atau biaya produksi.
Analisis skenario	Metode penilaian risiko dengan membandingkan beberapa kemungkinan kondisi, seperti skenario optimistis, moderat, dan pesimistis.
Asimetri informasi	Kondisi ketika satu pihak memiliki informasi yang lebih lengkap dibandingkan pihak lain dalam suatu transaksi atau kegiatan pasar.
Asuransi pertanian	Instrumen perlindungan yang digunakan untuk mengalihkan sebagian kerugian usaha pertanian kepada perusahaan atau

Istilah	Pengertian
Asuransi Usaha Tani Padi (AUTP)	penyelenggara asuransi sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Program asuransi yang memberikan perlindungan kepada petani padi terhadap risiko gagal panen akibat banjir, kekeringan, dan organisme pengganggu tanaman sesuai persyaratan program.
Arus kas	Catatan mengenai penerimaan dan pengeluaran uang dalam suatu periode yang digunakan untuk menilai kemampuan usaha memenuhi kewajiban keuangannya.
Biosekuriti	Serangkaian tindakan untuk mencegah masuk, berkembang, dan menyebarnya organisme penyebab penyakit pada tanaman, ternak, atau unit produksi.
<i>Contract Farming</i>	Pola kerja sama antara produsen dan pembeli yang mengatur ketentuan produksi, mutu, jumlah, waktu penyerahan, serta harga atau mekanisme penetapan harga.
Diversifikasi	Strategi membagi kegiatan usaha pada beberapa komoditas, produk, lokasi, waktu produksi, sumber

Istilah	Pengertian
	pendapatan, atau saluran pemasaran untuk mengurangi konsentrasi risiko.
Dampak risiko	Besarnya akibat yang ditimbulkan oleh suatu peristiwa risiko terhadap produksi, pendapatan, biaya, keselamatan, reputasi, atau keberlanjutan usaha.
Evaluasi risiko	Proses membandingkan tingkat risiko dengan batas toleransi usaha untuk menentukan prioritas dan tindakan penanganan.
Gagal bayar	Ketidakmampuan pelaku usaha memenuhi kewajiban pembayaran utang, bunga, atau angsuran sesuai waktu yang telah ditetapkan.
Identifikasi risiko	Proses mengenali peristiwa, penyebab, sumber, aset yang terdampak, dan konsekuensi risiko yang mungkin terjadi dalam kegiatan usaha.
Indikator peringatan dini	Ukuran atau informasi yang digunakan untuk memberikan tanda sebelum kerugian semakin besar, seperti prakiraan hujan, harga harian, saldo kas minimum, dan tingkat kerusakan produk.

Istilah	Pengertian
Keamanan data	Upaya melindungi data usaha dari kehilangan, kerusakan, kebocoran, perubahan tanpa izin, dan penyalahgunaan.
Keselamatan dan Kesehatan Kerja (K3)	Serangkaian tindakan untuk melindungi pekerja dari kecelakaan, cedera, penyakit akibat kerja, dan kondisi kerja yang tidak aman.
Ketidakpastian	Kondisi ketika kemungkinan terjadinya suatu peristiwa atau konsekuensinya belum dapat diperkirakan secara memadai.
Likuiditas	Kemampuan usaha menyediakan uang tunai atau aset lancar untuk memenuhi kewajiban jangka pendek.
Manajemen risiko	Proses sistematis untuk menetapkan konteks, mengidentifikasi, menganalisis, mengevaluasi, menangani, memantau, dan mengomunikasikan risiko usaha.
Matriks probabilitas–dampak	Alat untuk menentukan tingkat dan prioritas risiko berdasarkan gabungan skor kemungkinan terjadinya dan besarnya dampak.
Mitigasi risiko	Tindakan yang dilakukan untuk menghindari, mengurangi,

Istilah	Pengertian
	mengalihkan, menerima, atau memanfaatkan risiko.
Modal kerja	Dana yang digunakan untuk membiayai kegiatan operasional sehari-hari, seperti pembelian benih, pakan, pupuk, bahan baku, upah, dan biaya distribusi.
Mortalitas	Tingkat kematian tanaman, ternak, ikan, atau organisme yang dipelihara selama proses produksi.
Organisme pengganggu tanaman	Organisme yang dapat merusak tanaman dan menurunkan hasil, seperti hama, penyakit, dan gulma.
Pemilik risiko	Individu atau bagian dalam organisasi yang bertanggung jawab memantau dan mengendalikan suatu risiko tertentu.
Pencadangan data	Proses membuat dan menyimpan salinan data untuk mencegah kehilangan informasi akibat kerusakan alat, kesalahan pengguna, atau gangguan sistem.
Penilaian risiko	Kegiatan menentukan tingkat risiko berdasarkan kemungkinan terjadinya dan dampak yang ditimbulkan.
Pohon keputusan	Alat analisis berbentuk diagram yang digunakan untuk membandingkan

Istilah	Pengertian
	beberapa pilihan keputusan beserta kemungkinan hasilnya.
Portofolio risiko	Kumpulan berbagai risiko yang saling berhubungan dan perlu dikelola secara terpadu dalam suatu usaha.
Probabilitas	Tingkat kemungkinan terjadinya suatu peristiwa risiko dalam periode tertentu.
Prosedur Operasional Standar (SOP)	Pedoman tertulis yang menjelaskan urutan dan standar pelaksanaan suatu kegiatan agar hasilnya konsisten, aman, dan terkendali.
Rantai dingin	Sistem penyimpanan dan distribusi produk pada suhu terkendali untuk mempertahankan mutu dan mengurangi kerusakan.
Register risiko	Dokumen yang memuat daftar risiko, penyebab, dampak, tingkat risiko, pengendalian, rencana mitigasi, penanggung jawab, dan status penanganannya.
Risiko	Kemungkinan terjadinya hasil yang berbeda dari sasaran yang telah ditetapkan dan dapat menimbulkan kerugian atau peluang.
Risiko digital	Risiko yang muncul akibat penggunaan teknologi digital, seperti

Istilah

Pengertian

gangguan sistem, penipuan daring, kehilangan data, dan ketergantungan pada platform.

Risiko ekstrem

Risiko dengan tingkat kemungkinan dan dampak sangat tinggi yang memerlukan tindakan segera atau perubahan kegiatan usaha.

Risiko harga dan pasar

Risiko yang berasal dari perubahan harga, permintaan, persaingan, saluran pemasaran, atau ketergantungan pada pembeli tertentu.

Risiko keuangan

Risiko yang berkaitan dengan modal, arus kas, utang, suku bunga, kemampuan membayar, dan keberlanjutan pembiayaan usaha.

Risiko kelembagaan dan kebijakan

Risiko yang bersumber dari perubahan peraturan, subsidi, tata niaga, perizinan, standar mutu, perdagangan, atau akses program.

Risiko lingkungan dan sosial

Risiko yang berasal dari bencana, degradasi sumber daya, konflik lahan atau air, serta penolakan masyarakat terhadap kegiatan usaha.

Risiko operasional

Risiko yang muncul akibat kesalahan proses kerja, kerusakan alat, kehilangan persediaan, atau

Istilah	Pengertian
	gangguan pelaksanaan kegiatan usaha.
Risiko pasar	Kemungkinan kerugian akibat perubahan permintaan, harga, perilaku konsumen, persaingan, dan saluran penjualan.
Risiko produksi	Risiko yang memengaruhi jumlah atau mutu hasil akibat cuaca, hama, penyakit, kegagalan input, dan rendahnya produktivitas.
Risiko residual	Tingkat risiko yang masih tersisa setelah tindakan pengendalian atau mitigasi dilaksanakan.
Risiko sistemik	Risiko yang memengaruhi banyak pelaku usaha secara bersamaan, seperti kekeringan luas, banjir, wabah, atau perubahan kebijakan.
Sistem Resi Gudang (SRG)	Sistem penyimpanan komoditas di gudang yang memenuhi persyaratan dengan penerbitan resi sebagai bukti kepemilikan dan pendukung akses pembiayaan.
Skor risiko	Nilai yang diperoleh dari perkalian skor probabilitas dengan skor dampak untuk menentukan tingkat prioritas suatu risiko.

Istilah	Pengertian
Titik impas	Kondisi ketika jumlah penerimaan sama dengan jumlah biaya sehingga usaha tidak memperoleh keuntungan maupun mengalami kerugian.
Toleransi risiko	Batas tingkat risiko yang masih dapat diterima oleh pelaku usaha tanpa mengancam pencapaian tujuan dan keberlanjutan usaha.
Transfer risiko	Strategi mengalihkan atau membagi sebagian konsekuensi risiko kepada pihak lain melalui asuransi, kontrak, sewa, atau kemitraan.
Usaha agribisnis	Kegiatan ekonomi yang mencakup penyediaan sarana produksi, budidaya, pengolahan hasil, distribusi, pemasaran, dan jasa pendukung pertanian.
Varietas adaptif	Varietas tanaman yang memiliki kemampuan menyesuaikan diri terhadap kondisi lingkungan tertentu, seperti kekeringan, genangan, atau serangan penyakit.
Volatilitas harga	Tingkat perubahan atau fluktuasi harga suatu komoditas dalam periode tertentu.

BAB VIII

BUSINESS MODEL CANVAS (BMC)

(Perancangan Model Bisnis Agribisnis yang Berorientasi Pelanggan, Digital, dan Berkelanjutan)

Business Model Canvas (BMC) merupakan alat visual untuk menggambarkan logika bagaimana organisasi menciptakan nilai, menyampaikan nilai kepada pelanggan, dan memperoleh nilai ekonomi dari aktivitasnya. Kerangka ini menyatukan sembilan elemen model bisnis dalam satu tampilan sehingga asumsi usaha dapat dibahas, diuji, dan diperbaiki secara cepat (Osterwalder & Pigneur, 2010).

BMC berbeda dari rencana bisnis yang bersifat rinci dan naratif. BMC digunakan untuk merumuskan serta menguji logika dasar usaha, sedangkan rencana bisnis menerjemahkan model tersebut ke dalam strategi operasional, pemasaran, organisasi, risiko, dan proyeksi keuangan. Karena itu, BMC sebaiknya disusun sebelum *business plan*, tetapi tidak menggantikannya.

Dalam agribisnis, BMC relevan karena pelaku usaha menghadapi karakter produk yang mudah rusak, produksi musiman, fluktuasi harga, ketergantungan pada cuaca, tuntutan keamanan pangan, dan rantai pasok yang melibatkan banyak pihak. Model bisnis yang baik tidak

cukup hanya menghasilkan produk; model tersebut juga harus menjamin kesesuaian dengan kebutuhan pasar, kontinuitas pasokan, efisiensi distribusi, pembagian nilai yang wajar, dan pengelolaan risiko.

Digitalisasi semakin memengaruhi cara UMKM menjangkau pelanggan, menerima pesanan, mempromosikan produk, dan mengelola hubungan pasar. Publikasi Statistik *E-Commerce* 2024 mencatat perkembangan usaha yang menggunakan internet untuk menerima pesanan atau melakukan penjualan serta menyajikan profil, tenaga kerja, aktivitas, dan nilai transaksi pada tingkat provinsi (Badan Pusat Statistik, 2025). OECD juga menegaskan bahwa digitalisasi dapat meningkatkan produktivitas dan daya saing UMKM, tetapi usaha mikro masih tertinggal akibat keterbatasan keterampilan, sumber daya internal, pembiayaan, dan kesiapan organisasi (OECD, 2024, 2025).

❖ Tujuan dan Manfaat Penggunaan BMC

- a. Memvisualisasikan keseluruhan logika bisnis dalam satu kerangka yang mudah dipahami.
- b. Mengidentifikasi asumsi paling kritis tentang pelanggan, nilai, pendapatan, biaya, dan mitra.
- c. Menyelaraskan kegiatan produksi dengan kebutuhan pasar dan proposisi nilai.
- d. Mendorong inovasi model bisnis, termasuk penggunaan saluran digital dan ekonomi sirkular.
- e. Menjadi dasar untuk validasi pasar, analisis kelayakan, dan penyusunan *business plan*.

- f. Memudahkan komunikasi ide bisnis kepada anggota tim, mitra, lembaga pembiayaan, dan pendamping.

❖ Logika Sembilan Elemen *Business Model Canvas*

Kesembilan elemen BMC saling berhubungan. Empat elemen di sisi pasar *customer segments*, *value propositions*, *channels*, dan *customer relationships* menjelaskan siapa pelanggan dan bagaimana nilai disampaikan. Tiga elemen *operasional key resources*, *key activities*, dan *key partnerships* menjelaskan kemampuan internal dan jejaring yang diperlukan. *Revenue streams* dan *cost structure* menunjukkan bagaimana usaha memperoleh pendapatan dan menanggung biaya. Perubahan pada satu elemen biasanya memengaruhi elemen lainnya.

🔗 *Customer Segments* (Segmen Pelanggan)

Segmen pelanggan adalah kelompok individu atau organisasi yang dilayani oleh usaha. Penetapan segmen harus spesifik karena kebutuhan, kemampuan membayar, standar mutu, volume pembelian, dan pola hubungan setiap segmen berbeda.

- a. Konsumen akhir: rumah tangga atau individu yang membeli untuk dikonsumsi.
- b. Pelanggan bisnis: restoran, hotel, katering, ritel, reseller, dan industri pengolahan.
- c. Lembaga: sekolah, rumah sakit, pemerintah, atau organisasi sosial.
- d. Pasar geografis: lokal, antardaerah, nasional, dan ekspor.

Tabel 22. Struktur Sembilan Elemen *Business Model Canvas*

KEY PARTNERS Mitra Kunci	KEY ACTIVITIES Aktivitas Kunci	VALUE PROPOSITIONS Proposisi Nilai	CUSTOMER RELATIONSHIPS Hubungan Pelanggan	CUSTOMER SEGMENTS Segmen Pelanggan
	KEY RESOURCES Sumber Daya Kunci		CHANNELS Saluran	
COST STRUCTURE Struktur Biaya		REVENUE STREAMS Arus Pendapatan		

🔗 ***Value Propositions (Proposisi Nilai)***

Proposisi nilai menjelaskan manfaat utama yang diberikan kepada pelanggan dan alasan pelanggan memilih produk tersebut. Proposisi nilai bukan daftar fitur, melainkan jawaban terhadap masalah, kebutuhan, dan hasil yang diharapkan pelanggan.

- a. Kualitas dan keamanan: segar, terstandar, terlacak, atau bersertifikat.
- b. Kemudahan: siap masak, pengiriman terjadwal, pemesanan digital.
- c. Keandalan: kontinuitas volume dan ketepatan waktu pasokan.
- d. Nilai ekonomi: harga wajar, penghematan waktu, atau pengurangan kehilangan produk.
- e. Nilai sosial-lingkungan: mendukung petani lokal, kemasan rendah limbah, atau praktik ramah lingkungan.

🔗 ***Channels (Saluran)***

Channels adalah cara usaha berkomunikasi, menjual, dan menyerahkan produk kepada pelanggan. Saluran harus dinilai berdasarkan jangkauan, biaya, kecepatan, pengalaman pelanggan, dan kesesuaiannya dengan karakter produk.

- a. *Offline*: kios, pasar, pameran, koperasi, agen, distributor, dan penjualan langsung.
- b. *Digital*: media sosial, WhatsApp Business, *marketplace*, situs web, dan platform B2B.

- c. Logistik: pengambilan di lokasi, pengiriman sendiri, kurir, atau *cold-chain* partner.

➤ ***Customer Relationships (Hubungan Pelanggan)***

Elemen ini menjelaskan cara memperoleh, melayani, mempertahankan, dan meningkatkan nilai pelanggan. Hubungan dapat bersifat personal, berbasis kontrak, komunitas, swalayan digital, atau kombinasi beberapa bentuk.

- a. Layanan responsif dan penanganan keluhan.
- b. Kontrak pasokan dan jadwal pengiriman.
- c. Program loyalitas, langganan, atau bundling.
- d. Edukasi produk, resep, dan informasi ketertelusuran.

❖ ***Revenue Streams (Arus Pendapatan)***

Arus pendapatan menunjukkan sumber dan mekanisme penerimaan usaha. Setiap arus perlu dikaitkan dengan segmen pelanggan, satuan penjualan, harga, frekuensi transaksi, dan syarat pembayaran.

- a. Penjualan produk segar atau olahan.
- b. Kontrak pasokan rutin.
- c. Langganan paket mingguan/bulanan.
- d. Jasa pengolahan, penyimpanan, pengiriman, pelatihan, atau agrowisata.
- e. Pemanfaatan produk samping yang aman dan bernilai.

🔑 **Key Resources (Sumber Daya Kunci)**

Sumber daya kunci adalah aset yang memungkinkan usaha menghasilkan dan menyampaikan proposisi nilai.

- a. Fisik: lahan, air, bangunan, peralatan, kendaraan, ruang dingin.
- b. Manusia: kompetensi produksi, pengolahan, pemasaran, dan pengendalian mutu.
- c. Intelektual: merek, resep, data pelanggan, izin, sertifikat, dan pengetahuan proses.
- d. Finansial dan digital: modal kerja, akses pembiayaan, perangkat, konektivitas, dan sistem pencatatan.

🔑 **Key Activities (Aktivitas Kunci)**

Aktivitas kunci adalah pekerjaan utama yang menentukan kemampuan usaha memenuhi janji nilai.

- a. Produksi atau pengadaan bahan baku.
- b. Sortasi, pengolahan, pengemasan, penyimpanan, dan pengendalian mutu.
- c. Perencanaan pasokan, penjualan, promosi, layanan pelanggan, dan distribusi.
- d. Pencatatan biaya, analisis data, pengembangan produk, dan pemenuhan regulasi.

🔑 **Key Partnerships (Mitra Kunci)**

Mitra kunci adalah pihak eksternal yang menyediakan sumber daya, aktivitas, akses pasar, atau pengurangan risiko yang tidak efisien jika dilakukan sendiri.

- a. Petani/kelompok tani dan pemasok sarana produksi.
- b. Koperasi, agregator, distributor, ritel, dan industri pengolahan.

- c. Lembaga pembiayaan, perguruan tinggi, pemerintah, penyedia teknologi, dan logistik.
- d. Lembaga sertifikasi, laboratorium, dan komunitas konsumen.

↳ ***Cost Structure (Struktur Biaya)***

Struktur biaya memuat biaya utama untuk menjalankan model bisnis. Biaya harus dibedakan menjadi biaya tetap, biaya variabel, investasi, serta biaya risiko dan kepatuhan.

- a. Bahan baku, tenaga kerja, energi, kemasan, penyimpanan, dan distribusi.
- b. Pemasaran, biaya platform, komisi, administrasi, izin, dan sertifikasi.
- c. Penyusutan alat, pemeliharaan, kehilangan hasil, retur, dan cadangan risiko.

❖ ***Value Proposition Canvas dan Validasi Kesesuaian Pasar***

Value Proposition Canvas (VPC) memperdalam dua blok BMC, yaitu *customer segments* dan *value propositions*. VPC terdiri atas *Customer Profile*, *customer jobs*, *pains*, dan *gains* serta *Value Map products and services*, *pain relievers*, dan *gain creators* (Osterwalder dkk., 2014). Tujuannya adalah mencapai kesesuaian antara masalah penting pelanggan dan manfaat yang benar-benar mampu diberikan usaha.

Tabel 23. *Value Proposition Canvas* dan Validasi Kesesuaian Pasar

<i>Customer Profile</i>	Pertanyaan Kunci	Contoh Agribisnis
<i>Customer jobs</i>	Apa yang ingin pelanggan selesaikan?	Restoran membutuhkan sayuran segar dengan ukuran seragam setiap pagi.
<i>Pains</i>	Risiko, biaya, atau frustrasi apa yang dialami?	Pasokan tidak konsisten, kualitas bervariasi, keterlambatan pengiriman.
<i>Gains</i>	Hasil positif apa yang diharapkan?	Mutu stabil, pemesanan mudah, harga transparan, traceability.
<i>Pain relievers</i>	Bagaimana usaha mengurangi masalah?	Standar sortasi, jadwal tanam, pengiriman terencana, penggantian produk rusak.
<i>Gain creators</i>	Bagaimana usaha menciptakan manfaat tambahan?	Dashboard pesanan, informasi asal produk, paket siap olah.

Validasi dilakukan melalui wawancara pelanggan, observasi proses pembelian, uji produk, *pre-order*, atau penjualan skala kecil. Mahasiswa perlu membedakan fakta dengan asumsi. Pernyataan “pelanggan menyukai produk organik” masih berupa asumsi sampai didukung bukti perilaku, kesediaan membayar, atau transaksi.

❖ Integrasi Digitalisasi dalam BMC Agribisnis

Teknologi digital bukan blok tambahan yang berdiri sendiri, tetapi dapat memperkuat seluruh elemen BMC. Pemilihannya harus didasarkan pada masalah bisnis, kemampuan pengguna, biaya total, keamanan data, dan manfaat terukur. Digitalisasi yang terlalu kompleks dapat meningkatkan biaya tanpa memperbaiki nilai pelanggan.

Food and Agriculture Organization (2024) menempatkan inovasi teknologi dan model bisnis sebagai pengungkit transformasi sistem *agrifood*, tetapi manfaatnya bergantung pada kesesuaian teknologi dengan kebutuhan produsen kecil, kapasitas pengguna, akses pembiayaan, dan ekosistem pendukung.

Tabel 24. Integrasi Digitalisasi dalam BMC Agribisnis

<i>Elemen BMC</i>	Contoh Dukungan Digital	Indikator Awal
<i>Customer Segments</i>	Analitik penjualan dan basis data pelanggan	Profil pelanggan dan pola pembelian teridentifikasi
<i>Value Propositions</i>	Ketertelusuran QR, informasi mutu, personalisasi	Keluhan turun; kepercayaan meningkat
<i>Channels</i>	WhatsApp Business, <i>marketplace</i> , media sosial, <i>platform</i> B2B	Jangkauan, <i>conversion rate</i> , dan waktu respons
<i>Customer Relationships</i>	CRM sederhana, katalog digital, <i>chatbot</i> terkontrol	Pembelian ulang dan kepuasan

<i>Elemen BMC</i>	Contoh Dukungan Digital	Indikator Awal
<i>Revenue Streams</i>	<i>Pre-order, subscription, pembayaran digital</i>	Pendapatan berulang dan arus kas
<i>Key Activities</i>	Pencatatan produksi, stok, jadwal panen, AI untuk konten	Waktu kerja, kesalahan, kehilangan hasil
<i>Key Partnerships</i>	Platform koordinasi pemasok dan logistik	Ketepatan pasokan dan pengiriman
<i>Cost Structure</i>	Pencatatan biaya dan dashboard margin	Biaya per unit dan margin per kanal

❖ ***Business Model Canvas Berkelanjutan dan Ekonomi Sirkular***

Business Model Canvas konvensional berfokus pada logika ekonomi dan pelanggan. Untuk agribisnis, analisis perlu diperluas dengan dampak sosial dan lingkungan. *Triple Layered Business Model Canvas* menambahkan lapisan lingkungan berbasis siklus hidup dan lapisan sosial berbasis pemangku kepentingan sehingga penciptaan nilai ekonomi tidak dipisahkan dari dampaknya (Joyce & Paquin, 2016).

Ekonomi sirkular menggeser pola linear “ambil-buat-buang” menjadi pengurangan penggunaan sumber daya, pemanfaatan kembali, perbaikan, dan daur ulang. Pada agribisnis, penerapannya dapat berupa pengolahan produk tidak sesuai grade menjadi produk olahan, pemanfaatan limbah organik menjadi kompos atau pakan sesuai ketentuan keamanan, penggunaan kemasan kembali, serta kerja sama dengan pengelola limbah.

Circular economy dapat membuka arus pendapatan baru, tetapi tetap memerlukan analisis keamanan, regulasi, biaya, dan pasar (Geissdoerfer dkk., 2017).

Tabel 25. BMC Berkelanjutan dan Ekonomi Sirkular

Dimensi	Pertanyaan Evaluasi	Contoh
Ekonomi	Apakah model menghasilkan arus kas dan margin yang layak?	Kontrak pasokan, diversifikasi produk, efisiensi logistik.
Sosial	Siapa yang memperoleh atau kehilangan manfaat?	Harga yang adil bagi petani, kerja layak, keamanan konsumen.
Lingkungan	Apa dampak sumber daya, emisi, dan limbah?	Kemasan guna ulang, pemanfaatan hasil samping, pengurangan <i>food loss</i> .

❖ **Contoh Aplikatif: BMC UMKM Olahan Lidah Buaya**

Kasus berikut merupakan ilustrasi pembelajaran. Data pasar, biaya, kapasitas, dan klaim produk harus divalidasi sebelum diterapkan pada usaha nyata.

Tabel 26. Contoh Aplikatif: BMC UMKM Olahan Lidah Buaya

Blok BMC	Rancangan Awal
<i>Customer Segments</i>	Konsumen sadar kesehatan; toko oleh-oleh; kafe; reseller lokal.

Blok BMC	Rancangan Awal
<i>Value Propositions</i>	Minuman dan pangan olahan lidah buaya yang praktis, konsisten mutunya, menggunakan bahan baku lokal, serta memiliki informasi komposisi dan penyimpanan yang jelas.
<i>Channels</i>	Gerai lokal, bazar, WhatsApp <i>Business</i> , <i>marketplace</i> , <i>reseller</i> , dan kemitraan kafe.
<i>Customer Relationships</i>	Respons cepat, edukasi penyimpanan, program repeat order, sampel produk, dan penanganan keluhan.
<i>Revenue Streams</i>	Penjualan ritel, paket bundling, pesanan B2B, dan produk samping yang aman.
<i>Key Resources</i>	Bahan baku terstandar, resep dan SOP, tenaga terampil, alat pengolahan, izin, merek, data pelanggan.
<i>Key Activities</i>	Pengadaan, sortasi, pengolahan higienis, pengemasan, pengendalian mutu, pemasaran, dan distribusi.
<i>Key Partnerships</i>	Petani lidah buaya, pemasok kemasan, laboratorium, dinas terkait, reseller, logistik, dan perguruan tinggi.
<i>Cost Structure</i>	Bahan baku, gula/bahan tambahan, tenaga kerja, energi, kemasan, pengujian, izin, pemasaran, distribusi, dan penyusutan.

Asumsi kritis yang harus diuji antara lain: pelanggan bersedia membeli ulang; umur simpan sesuai hasil pengujian; bahan baku tersedia stabil; harga menutup biaya total; klaim kesehatan tidak melampaui bukti dan

ketentuan; serta saluran digital menghasilkan transaksi, bukan hanya interaksi.

❖ Langkah Praktis Menyusun dan Menguji BMC

- a. Tentukan masalah pelanggan dan konteks usaha, bukan langsung menentukan produk.
- b. Pilih satu segmen pelanggan prioritas dan susun *Customer Profile*.
- c. Rumuskan proposisi nilai yang spesifik, terukur, dan dapat dibuktikan.
- d. Tentukan *channels* dan *customer relationships* yang sesuai dengan perilaku pelanggan.
- e. Rancang *revenue streams*, satuan harga, dan syarat pembayaran.
- f. Identifikasi *key activities*, *key resources*, dan *key partnerships* yang benar-benar kritis.
- g. Hitung struktur biaya awal, biaya per unit, margin kontribusi, dan titik impas sederhana.
- h. Tandai asumsi berisiko tinggi dan rancang metode validasinya.
- i. Uji melalui wawancara, *prototipe*, *pre-order*, atau penjualan terbatas.
- j. Perbarui BMC berdasarkan bukti dan lanjutkan ke *business plan*.

❖ Kriteria Kualitas dan Keterbatasan BMC

BMC yang baik memiliki keterkaitan logis antarblok, didasarkan pada bukti pelanggan, dapat dijalankan dengan sumber daya yang tersedia, menunjukkan

mekanisme pendapatan dan biaya, serta mampu beradaptasi terhadap perubahan. BMC harus cukup spesifik untuk diuji, tetapi tetap ringkas.

Tabel 27. Kriteria Kualitas dan Keterbatasan BMC

Kelebihan	Keterbatasan dan Tindak Lanjut
Ringkas, visual, dan mudah dikomunikasikan.	Tidak memuat proyeksi keuangan rinci; lanjutkan dengan analisis biaya, arus kas, dan kelayakan.
Memudahkan identifikasi asumsi dan inovasi.	Dapat terlalu menyederhanakan hubungan sebab-akibat; gunakan data proses dan validasi.
Fleksibel untuk diperbarui.	Tidak otomatis menjamin kebutuhan pelanggan telah dipahami; lakukan riset pelanggan.
Menyatukan perspektif pasar dan operasi.	Aspek risiko, regulasi, sosial, dan lingkungan perlu dianalisis secara eksplisit.

Business Model Canvas dapat digunakan untuk menggambarkan cara suatu usaha budidaya menciptakan, menyampaikan, dan memperoleh nilai. Pada sektor pertanian, pemetaan BMC membantu pelaku usaha memahami hubungan antara kegiatan produksi, kebutuhan konsumen, mitra usaha, biaya, dan sumber pendapatan. Contoh berikut menggunakan usaha budidaya sayuran hidroponik sebagai objek pemetaan.

**Tabel 28. Contoh Pemetaan *Business Model Canvas*
Usaha Budidaya Sayuran Hidroponik**

Elemen BMC	Pemetaan Usaha
<i>Customer Segments</i>	Rumah tangga perkotaan, restoran, hotel, katering, toko sayuran, supermarket, dan konsumen yang memperhatikan pola hidup sehat.
<i>Value Propositions</i>	Sayuran segar, bersih, berkualitas, bebas tanah, mudah diolah, memiliki pasokan relatif stabil, dan dapat dipanen sesuai pesanan konsumen.
<i>Channels</i>	Penjualan langsung di lokasi usaha, pasar tani, toko sayuran, supermarket, media sosial, aplikasi pesan instan, lokapasar, serta pengantaran langsung kepada konsumen.
<i>Customer Relationships</i>	Pelayanan pemesanan langsung, komunikasi melalui media sosial, pemberian informasi mengenai proses budidaya, layanan berlangganan, potongan harga, dan penanganan keluhan pelanggan.
<i>Revenue Streams</i>	Penjualan sayuran segar, paket langganan mingguan, penjualan bibit, penjualan media tanam, pelatihan hidroponik, serta kunjungan edukasi.
<i>Key Resources</i>	Lahan atau rumah tanam, instalasi hidroponik, air, benih, nutrisi, peralatan produksi, tenaga kerja, kendaraan distribusi, modal usaha, dan keterampilan budidaya.
<i>Key Activities</i>	Penyemaian benih, pemindahan bibit, pemberian nutrisi, pengendalian hama dan

	penyakit, pemeliharaan instalasi, panen, sortasi, pengemasan, pemasaran, dan distribusi.
<i>Key Partnerships</i>	Pemasok benih dan nutrisi, penyedia instalasi hidroponik, kelompok tani, penyuluh pertanian, toko pertanian, lembaga keuangan, jasa pengiriman, restoran, dan pengecer.
<i>Cost Structure</i>	Biaya benih, nutrisi, listrik, air, media tanam, kemasan, tenaga kerja, perawatan instalasi, transportasi, promosi, penyusutan peralatan, dan sewa lahan.

Pemetaan tersebut menunjukkan bahwa usaha budidaya sayuran hidroponik tidak hanya berfokus pada kegiatan produksi. Pelaku usaha juga perlu menentukan konsumen sasaran, manfaat yang ditawarkan, saluran pemasaran, mitra usaha, dan pola hubungan dengan pelanggan. Sebagai contoh, rumah tangga dapat dilayani melalui paket langganan mingguan, sedangkan restoran membutuhkan jaminan mutu, volume, dan jadwal pengiriman yang konsisten.

Nilai utama usaha hidroponik terletak pada kesegaran, kebersihan, kualitas, dan kontinuitas produk. Nilai tersebut harus didukung oleh kegiatan budidaya yang terencana, penggunaan benih dan nutrisi yang tepat, pengendalian mutu, serta penanganan pascapanen. Apabila pelaku usaha tidak mampu menjaga kualitas dan kontinuitas pasokan, keunggulan yang ditawarkan kepada konsumen akan sulit dipertahankan.

Sumber pendapatan usaha dapat dikembangkan tidak hanya dari penjualan hasil panen, tetapi juga melalui diversifikasi kegiatan. Pelaku usaha dapat menjual bibit, menawarkan paket instalasi sederhana, menyelenggarakan pelatihan, atau membuka kunjungan edukasi. Diversifikasi tersebut dapat meningkatkan pendapatan sekaligus mengurangi ketergantungan usaha pada penjualan sayuran segar.

Struktur biaya perlu dihitung secara cermat agar harga jual mampu menutup biaya produksi dan memberikan keuntungan. Biaya yang perlu diperhatikan meliputi benih, nutrisi, tenaga kerja, listrik, air, kemasan, distribusi, dan penyusutan instalasi. Dengan demikian, BMC membantu pelaku usaha melihat usaha budidaya sebagai satu kesatuan sistem yang menghubungkan proses produksi, kebutuhan pasar, penggunaan sumber daya, dan penciptaan pendapatan.

❖ **Aktivitas Kelas Berbasis *Outcome-Based Education* (OBE)**

Aktivitas dirancang agar mahasiswa menghasilkan produk kinerja yang dapat diamati dan dinilai. Dosen berperan sebagai fasilitator, pemberi umpan balik, dan penguji konsistensi bukti.

🔗 **Aktivitas 1 – Bedah Model Bisnis Agribisnis**

Alokasi waktu: 60–75 menit

Outcome: Mahasiswa mampu mengidentifikasi sembilan elemen BMC dan menjelaskan keterkaitannya.

Langkah kegiatan:

- a. Bentuk kelompok 4–5 mahasiswa dan pilih satu usaha agribisnis lokal.
- b. Kumpulkan informasi dari observasi, situs/media sosial, kemasan, atau wawancara singkat.
- c. Isi sembilan blok BMC dan tandai informasi yang berupa fakta serta asumsi.
- d. Presentasikan dua keterkaitan terpenting dan satu kelemahan model bisnis.

Bukti asesmen: BMC awal satu halaman, daftar bukti, dan presentasi 5 menit.

👉 **Aktivitas 2 – Wawancara Pelanggan dan *Value Proposition Canvas***

Alokasi waktu: 1 minggu

Outcome: Mahasiswa mampu memvalidasi jobs, pains, gains, serta memperbaiki proposisi nilai.

Langkah kegiatan:

- a. Tentukan satu segmen dan susun panduan wawancara terbuka.
- b. Lakukan minimal tiga wawancara calon pelanggan; jangan menawarkan produk pada awal wawancara.
- c. Kelompokkan temuan menjadi jobs, pains, dan gains; sertakan kutipan ringkas tanpa identitas sensitif.
- d. Perbaiki *Value Map* dan jelaskan perubahan berdasarkan bukti.

Bukti asesmen: VPC sebelum–sesudah, ringkasan wawancara, dan refleksi validasi.

📌 Aktivitas 3 – Sprint BMC Agribisnis Digital dan Berkelanjutan

Alokasi waktu: 2 pertemuan

Outcome: Mahasiswa mampu menghasilkan BMC terintegrasi yang layak diuji dan mempertimbangkan digitalisasi serta keberlanjutan.

Langkah kegiatan:

- Pilih masalah agribisnis nyata dan susun BMC versi 1.
- Tambahkan satu solusi digital yang menjawab masalah spesifik dan satu praktik sirkular yang realistis.
- Hitung harga, biaya variabel utama, margin kontribusi, dan perkiraan titik impas sederhana.
- Lakukan peer review antarkelompok menggunakan rubrik; revisi menjadi BMC versi 2.
- Lakukan pitch 7 menit dan jawab pertanyaan berbasis bukti.

Bukti asesmen: BMC versi 1 dan 2, asumsi kritis, hasil perhitungan, dan pitch deck satu halaman.

❖ Rubrik Penilaian Proyek BMC

Tabel 29. Rubrik Penilaian Proyek BMC

Kriteria	Bobot (%)	Indikator Kinerja
Ketepatan masalah dan segmen pelanggan	20	Segmen spesifik; masalah didukung bukti; kebutuhan diprioritaskan.

Kriteria	Bobot (%)	Indikator Kinerja
Kekuatan proposisi nilai	20	Menjawab pains/gains; berbeda; realistis; klaim dapat dibuktikan.
Konsistensi sembilan blok	20	Setiap blok saling mendukung; tidak ada kontradiksi utama.
Kelayakan ekonomi awal	15	Sumber pendapatan, biaya, harga, margin, dan asumsi jelas.
Digitalisasi dan keberlanjutan	15	Solusi relevan, terjangkau, aman, dan berdampak terukur.
Validasi, komunikasi, dan refleksi	10	Menggunakan bukti; menanggapi umpan balik; presentasi sistematis.

Kriteria ketuntasan yang disarankan: nilai minimal 70. Mahasiswa yang belum tuntas memperbaiki blok dengan skor terendah dan menyerahkan revisi beserta penjelasan perubahan.

❖ Pertanyaan Reflektif dan Latihan

- Jelaskan perbedaan fungsi BMC, *Value Proposition Canvas*, dan *business plan*.
- Pilih satu produk pertanian lokal. Identifikasi dua segmen pelanggan yang memiliki kebutuhan berbeda dan susun proposisi nilai untuk masing-masing segmen.
- Jelaskan bagaimana perubahan *channels* dari pasar tradisional ke *marketplace* memengaruhi *customer*

relationships, key activities, cost structure, dan revenue streams.

- d. Identifikasi satu peluang ekonomi sirkular pada usaha agribisnis dan evaluasi manfaat, biaya, risiko keamanan, serta mitra yang dibutuhkan.
- e. Sebutkan tiga asumsi paling kritis pada BMC kelompok Anda dan metode validasi yang sesuai.

❖ **Rangkuman**

Business Model Canvas membantu mahasiswa dan pelaku usaha melihat model bisnis sebagai sistem yang saling terhubung. Keunggulan BMC terletak pada kesederhanaan visual dan kemampuannya memfasilitasi pengujian asumsi. Dalam agribisnis, BMC perlu dilengkapi dengan validasi pelanggan, analisis biaya dan risiko, pemenuhan regulasi, digitalisasi yang tepat guna, serta evaluasi dampak sosial dan lingkungan. Hasil akhir pembelajaran bukan sekadar kanvas yang terisi, melainkan model bisnis yang logis, didukung bukti, dan siap diuji lebih lanjut.

❖ **Daftar Pustaka**

- Badan Pusat Statistik. (2025). Statistik e-commerce 2024. Badan Pusat Statistik.
- Bocken, N. M. P., Short, S. W., Rana, P., & Evans, S. (2014). A literature and practice review to develop sustainable business model archetypes. *Journal of*

- Cleaner Production, 65, 42–56.
<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2013.11.039>
- Elkington, J. (1997). Cannibals with forks: The triple bottom line of 21st century business. Capstone.
- Food and Agriculture Organization of the United Nations. (2024). The state of food security and nutrition in the world 2024: Financing to end hunger, food insecurity and malnutrition in all its forms. FAO.
<https://doi.org/10.4060/cd1254en>
- Geissdoerfer, M., Savaget, P., Bocken, N. M. P., & Hultink, E. J. (2017). The circular economy—A new sustainability paradigm? Journal of Cleaner Production, 143, 757–768.
<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.12.048>
- Joyce, A., & Paquin, R. L. (2016). The triple layered *business model canvas*: A tool to design more sustainable business models. Journal of Cleaner Production, 135, 1474–1486.
<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.06.067>
- OECD. (2024). SME digitalisation to manage shocks and transitions. OECD Publishing.
<https://doi.org/10.1787/eb4ec9ac-en>
- OECD. (2025). SME digitalisation for competitiveness: 2025 policy highlights. OECD.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). Business model generation: A handbook for visionaries, game changers, and challengers. John Wiley & Sons.

Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., & Smith, A. (2014). Value proposition design: How to create products and services customers want. John Wiley & Sons.

Osterwalder, A., Pigneur, Y., Etienne, F., & Smith, A. (2020). The invincible company: How to constantly reinvent your organization with inspiration from the world's best business models. John Wiley & Sons.

Teece, D. J. (2010). Business models, business strategy and innovation. *Long Range Planning*, 43(2–3), 172–194. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2009.07.003>

Yunus, M. (2010). Building social business: The new kind of capitalism that serves humanity's most pressing needs. PublicAffairs.

❖ Glosarium

Istilah	Pengertian
<i>Agregator</i>	Pihak yang menghimpun produk dari beberapa produsen untuk dipasarkan, didistribusikan, atau dijual dalam jumlah yang lebih besar.
Agribisnis	Rangkaian kegiatan ekonomi pertanian yang mencakup penyediaan sarana produksi, budidaya, pengolahan hasil, distribusi, pemasaran, dan jasa pendukung.

Istilah	Pengertian
Analitik penjualan	Proses mengolah data transaksi untuk mengetahui pola pembelian, jenis produk yang diminati, waktu penjualan, dan karakteristik pelanggan.
Arus pendapatan	Sumber dan mekanisme penerimaan yang diperoleh usaha dari penjualan produk, jasa, kontrak, langganan, atau kegiatan lainnya.
Asumsi bisnis	Perkiraan awal mengenai pelanggan, pasar, biaya, harga, produksi, atau pendapatan yang masih perlu diuji dengan data dan bukti.
B2B (<i>Business-to-Business</i>)	Kegiatan penjualan produk atau jasa dari suatu usaha kepada usaha atau organisasi lain.
Biaya tetap	Biaya yang jumlahnya relatif tidak berubah meskipun volume produksi mengalami perubahan, seperti sewa bangunan dan penyusutan alat.
Biaya variabel	Biaya yang jumlahnya berubah mengikuti volume produksi atau penjualan, seperti bahan baku, kemasan, dan biaya pengiriman.
<i>Business Model Canvas</i> (BMC)	Alat visual yang digunakan untuk menggambarkan cara suatu usaha menciptakan, menyampaikan, dan

Istilah	Pengertian
	memperoleh nilai melalui sembilan elemen model bisnis.
<i>Business plan</i>	Dokumen terperinci yang menjelaskan strategi operasional, pemasaran, organisasi, risiko, dan proyeksi keuangan suatu usaha.
<i>Channels</i>	Cara yang digunakan usaha untuk berkomunikasi, menjual, mendistribusikan, dan menyerahkan produk atau jasa kepada pelanggan.
<i>Chatbot</i>	Program digital yang digunakan untuk memberikan tanggapan otomatis kepada pelanggan melalui percakapan berbasis teks.
<i>Circular economy</i>	Pendekatan ekonomi yang mengurangi limbah melalui penggunaan kembali, perbaikan, pengolahan ulang, dan daur ulang sumber daya.
<i>Cold chain</i>	Sistem penyimpanan dan distribusi produk pada suhu terkendali untuk menjaga mutu dan mengurangi kerusakan.
<i>Conversion rate</i>	Persentase calon pelanggan yang melakukan tindakan tertentu, seperti pembelian, setelah melihat promosi atau penawaran.

Istilah	Pengertian
<i>Cost structure</i>	Susunan seluruh biaya yang diperlukan untuk menjalankan suatu model bisnis.
<i>Customer jobs</i>	Kegiatan, kebutuhan, masalah, atau tujuan yang ingin diselesaikan pelanggan melalui penggunaan suatu produk atau jasa.
<i>Customer profile</i>	Gambaran mengenai kebutuhan, pekerjaan, masalah, dan manfaat yang diharapkan oleh suatu kelompok pelanggan.
<i>Customer relationships</i>	Cara usaha memperoleh, me-layani, mempertahankan, dan meningkatkan hubungan dengan pelanggan.
<i>Customer segments</i>	Kelompok pelanggan yang me-miliki kebutuhan, karakteristik, perilaku, atau kemampuan membayar yang relatif serupa.
<i>Dashboard</i>	Tampilan visual yang menyajikan data penting usaha secara ringkas untuk membantu pemantauan dan pengambilan keputusan.
Digitalisasi	Pemanfaatan teknologi digital untuk mendukung pemasaran, transaksi, pencatatan, pelayanan pelanggan, produksi, dan pengelolaan usaha.

Istilah	Pengertian
Distribusi	Kegiatan menyalurkan produk dari produsen kepada pelanggan melalui saluran tertentu.
Ekonomi sirkular	Sistem ekonomi yang berupaya mempertahankan nilai produk dan bahan selama mungkin serta mengurangi timbunan limbah.
<i>Food loss</i>	Kehilangan jumlah atau mutu pangan yang terjadi pada tahap produksi, pascapanen, pe-nyimpanan, pengolahan, atau distribusi.
<i>Gain creators</i>	Cara produk atau jasa men-ciptakan manfaat tambahan yang diharapkan pelanggan.
<i>Gains</i>	Hasil positif atau manfaat yang diharapkan pelanggan dari suatu produk atau jasa.
Hubungan pelanggan	Bentuk interaksi yang dibangun usaha dengan pelanggan, seperti layanan personal, kontrak, komunitas, langganan, atau layanan digital.
<i>Key activities</i>	Kegiatan utama yang harus dilakukan agar usaha mampu menghasilkan dan menyampaikan proposisi nilai.
<i>Key partnerships</i>	Pihak eksternal yang membantu usaha menyediakan sumber daya,

Istilah	Pengertian
	melaksanakan kegiatan, mem-perluas pasar, atau mengurangi risiko.
Key resources	Aset utama yang diperlukan usaha untuk menjalankan model bisnis, seperti lahan, tenaga kerja, modal, teknologi, merek, dan data.
Ketertelusuran	Kemampuan menelusuri asal, proses produksi, pengolahan, dan distribusi suatu produk.
Langganan	Mekanisme penjualan ketika pelanggan membayar secara berkala untuk memperoleh produk atau jasa secara rutin.
Margin	Selisih antara pendapatan penjualan dan biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan produk atau jasa.
Margin kontribusi	Selisih antara harga jual per unit dan biaya variabel per unit yang digunakan untuk menutup biaya tetap dan menghasilkan keuntungan.
Marketplace	<i>Platform digital</i> yang mempertemukan penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi produk atau jasa.
Mitra kunci	Pihak yang mendukung kegiatan usaha melalui penyediaan bahan

Istilah	Pengertian
	baku, teknologi, pembiayaan, distribusi, sertifikasi, atau akses pasar.
Model bisnis	Gambaran mengenai cara suatu usaha menciptakan nilai bagi pelanggan, menyampaikan nilai, dan memperoleh pendapatan.
Nilai pelanggan	Manfaat yang diterima pelanggan dibandingkan dengan biaya, waktu, tenaga, dan risiko yang dikeluarkan untuk memperoleh produk.
<i>Pains</i>	Masalah, biaya, risiko, atau ketidaknyamanan yang dialami pelanggan ketika melakukan suatu kegiatan atau menggunakan produk.
<i>Pain relievers</i>	Cara produk atau jasa mengurangi masalah, risiko, atau ketidaknyamanan yang dialami pelanggan.
Pelanggan bisnis	Usaha atau organisasi yang membeli produk untuk digunakan kembali, diolah, dijual, atau mendukung kegiatan operasionalnya.
Pelanggan akhir	Individu atau rumah tangga yang membeli produk untuk digunakan atau dikonsumsi sendiri.
Penjualan terbatas	Kegiatan menjual produk dalam skala kecil untuk menguji penerimaan

Istilah	Pengertian
	konsumen sebelum usaha dikembangkan lebih luas.
<i>Pre-order</i>	Sistem pemesanan produk sebelum produk tersedia atau sebelum proses produksi selesai.
Produk sampling	Hasil tambahan dari suatu proses produksi yang masih dapat dimanfaatkan atau dijual secara aman.
Proposisi nilai	Manfaat utama yang ditawarkan usaha kepada pelanggan dan menjadi alasan pelanggan memilih produk tersebut.
<i>Prototype</i>	Bentuk awal produk atau layanan yang dibuat untuk menguji fungsi, desain, mutu, atau penerimaan pelanggan.
<i>Repeat order</i>	Pembelian kembali yang dilakukan pelanggan setelah melakukan pembelian sebelumnya.
<i>Reseller</i>	Pihak yang membeli produk dari produsen atau pemasok untuk dijual kembali kepada konsumen.
<i>Revenue streams</i>	Berbagai sumber pendapatan yang diperoleh usaha dari setiap segmen pelanggan.

Istilah	Pengertian
Saluran digital	Media berbasis internet yang digunakan untuk promosi, penjualan, komunikasi, dan distribusi informasi kepada pelanggan.
Segmen pelanggan	Kelompok pelanggan yang dipilih sebagai sasaran utama usaha berdasarkan kebutuhan dan karakteristik tertentu.
Struktur biaya	Komponen biaya utama yang harus ditanggung untuk menjalankan kegiatan produksi, pemasaran, distribusi, dan pengelolaan usaha.
<i>Subscription</i>	Model pendapatan yang diperoleh dari pembayaran pelanggan secara rutin dalam periode tertentu.
Sumber daya intelektual	Aset tidak berwujud seperti merek, resep, data pelanggan, pengetahuan proses, izin, dan sertifikat.
Sumber daya kunci	Sumber daya utama yang memungkinkan usaha menghasilkan produk, melayani pelanggan, dan memperoleh pendapatan.
Titik impas	Kondisi ketika jumlah penerimaan sama dengan jumlah biaya sehingga usaha belum memperoleh keuntungan maupun mengalami kerugian.

Istilah	Pengertian
<i>Traceability</i>	Kemampuan menelusuri asal bahan, proses produksi, pengolahan, penyimpanan, dan distribusi suatu produk.
<i>Triple Layered Business Model Canvas</i>	Pengembangan BMC yang menambahkan lapisan sosial dan lingkungan selain lapisan ekonomi.
Uji pasar	Kegiatan menguji produk, harga, saluran, dan respons pelanggan sebelum usaha dijalankan dalam skala lebih besar.
Validasi pasar	Proses membuktikan bahwa kebutuhan pelanggan, manfaat produk, harga, dan peluang penjualan benar-benar ada berdasarkan data atau transaksi.
<i>Value map</i>	Bagian dalam <i>Value Proposition Canvas</i> yang memuat produk dan jasa, pengurang masalah, serta pencipta manfaat.
<i>Value Proposition Canvas (VPC)</i>	Alat yang digunakan untuk menilai kesesuaian antara kebutuhan pelanggan dan manfaat yang ditawarkan produk atau jasa.

Istilah**WhatsApp
Business****Pengertian**

Aplikasi komunikasi bisnis yang menyediakan fitur katalog, pesan otomatis, profil usaha, dan pengelolaan komunikasi pelanggan.

BIODATA PENULIS



Sri Sari Utami S.Pt., M.Sc

Penulis adalah merupakan dosen, peneliti, sekaligus penulis profesional yang memiliki keahlian dalam bidang agribisnis dan sosial ekonomi pertanian dengan Pendidikan terakhir S2 Magister Manajemen Agribisnis, Universitas Gadjah Mada. Saat ini, Penulis berkiprah sebagai pengajar di Akademi Pertanian Yogyakarta serta aktif melaksanakan berbagai kegiatan penelitian yang berorientasi pada pengembangan agribisnis, pertanian berkelanjutan, dan kewirausahaan di sektor pertanian. Penulis telah memberikan kontribusi dalam penulisan berbagai karya ilmiah dan book chapter. Beberapa buku yang ditulis antara lain Kasus-Kasus Bisnis Syariah: Tantangan Manajemen Rantai Pasokan Halal Rocket Chicken, Kasus Bisnis Syariah: Bertahan di Masa Pandemi-Rumah Potong Ayam Abbadi Broiler, Ekonomi Pertanian, Pertanian Berkelanjutan, Perilaku Konsumen dan Dinamika Pasar Pangan Inovatif. Selain itu, Penulis juga dipercaya sebagai reviewer dan editor pada sejumlah jurnal nasional terakreditasi.