

## ANALISIS BMC USAHA JAMBU KRISTAL DI DESA SUCI KECAMATAN PANTI KABUPATEN JEMBER

Hilmi Hafifatul Hijriyah<sup>1</sup>, Hikmatul Lutfiah<sup>2</sup>

1. Hilmi Hafifatul Hijriyah  
Fakultas Pertanian  
Universitas Islam  
Jember, Indonesia
2. Hikmatul Lutfiah,  
Fakultas Pertanian  
Universitas Islam  
Jember, Indonesia
3. Email:  
[hikmatullutfiah@gmail.com](mailto:hikmatullutfiah@gmail.com)

### ABSTRACT

*The Business Model Canvas (BMC) is a strategic management tool for quickly and easily defining and communicating a business idea or concept. The research objectives were (1) to find out the Business Model Canvas (BMC) for the crystal guava business in Suci Village, Panti District (2) to find out the SWOT analysis for the crystal guava business in Suci Village, Panti District. The research method is to use descriptive analysis, and data analysis by observation, interviews and questionnaires. The results of this study indicate that the harvest is in demand by all groups ranging from children, adults and the elderly. Because it tastes sweet, crunchy and the price is cheap compared to other crystal guava sellers. The results of the SWOT analysis are increasing increasing capital, increasing production and innovating products derived from crystal guava and increasing marketing with good consumer perception so that it can be increased more intensely by promoting it to new consumers.*

**Keywords:** BMC; Crystal Guava; SWOT

### ABSTRAK

Business Model Canvas (BMC) adalah alat manajemen strategis untuk mendefinisikan serta mengkomunikasikan ide atau konsep bisnis dengan cepat dan mudah. Panti (2) Untuk mengetahui analisis SWOT usaha jambu kristal di Desa Suci Kecamatan Panti. Metode penelitian adalah menggunakan analisis deskriptif, dan analisis data dengan observasi, wawancara dan kuisioner. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hasil panen diminati oleh semua kalangan mulai dari anak-anak, orang dewasa maupun orang tua. Dikarenakan rasanya yang manis, renyah dan harganya yang murah dibanding penjual jambu kristal lainnya. Hasil dari analisis SWOT adalah meningkatkan permodalan,

meningkatkan produksi serta membuat inovasi produk turunan dari jambu kristal dan meningkatkan pemasaran dengan persepsi konsumen yang baik sehingga dapat ditingkatkan dengan lebih intens dengan mempromosikan kepada konsumen-konsumen baru.

**Kata Kunci:** BMC; Jambu Kristal; SWOT

## PENDAHULUAN

Sektor pertanian memiliki peranan penting dalam hal perekonomian di Indonesia dapat dilihat dari penyerapan tenaga kerja, penyediaan pangan dan bahan baku industri. Hal ini dapat dilihat dari berbagai jenis tanaman baik tanaman hias, sayur-sayuran dan buah-buahan salah satunya jambu kristal. Jambu biji kristal adalah salah satu tanaman buah yang sudah memasyarakat. Oleh karena itu, jambu kristal merupakan salah satu bisnis yang bagus untuk dikembangkan, baik dipasarkan secara langsung atau di pasarkan melalui sosial media. *Business Model Canvas* (BMC) adalah alat manajemen strategis untuk mendefinisikan serta mengkomunikasikan ide atau konsep bisnis dengan cepat dan mudah. BMC berbentuk dokumen satu halaman yang bekerja melalui elemen fundamental bisnis atau produk, serta menyusun ide dengan cara yang koheren. BMC sisi kanan berfokus pada pelanggan (eksternal), sedangkan kanvas sisi kiri berfokus pada bisnis (internal). Baik faktor eksternal dan internal bertemu di sekitar *Value Proposition*, yang merupakan pertukaran nilai antara bisnis dan pelanggan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui *Business Model Canvas* (BMC) dan untuk mengetahui strategi pengembangan usaha jambu kristal di Desa Suci Kecamatan Panti.

## METODE PENELITIAN

Tempat dan waktu penelitian dilaksanakan di Desa Suci Kecamatan Panti Kabupaten Jember dengan metode deksriptif, Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah *purposive*. Data primer diperoleh dari observasi, wawancara dan pengisian kuisioner untuk mengetahui Business Model Canvas (BMC) usaha jambu kristal beserta strategi pemasarannya. Sedangkan data sekunder diperoleh dari penelitian terdahulu. Analisis tujuan pertama secara deskriptif, dan tujuan kedua dengan metode *EFAS* dan *IFAS*, matrik *SWOT*, matrik posisi usaha.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### ***Business Model Canvas (BMC) Usaha Jambu Kristal***

#### 1. *Value proposition*

Value proposition merupakan nilai yang diposisikan perusahaan untuk calon customer. Seperti yang terjadi dilapangan produsen menawarkan harga yang lebih murah dibanding harga yang ditetapkan oleh para penjual jambu kristal lainnya, diluaran harga perkilonya masih sembilan ribuan, sedangkan jambu kristal yang dimiliki bapak H. Tohar dijual dengan harga tujuh ribu perkilonya. Tidak hanya itu, ada hal lainnya yang ditawarkan yaitu produk yang terjaga kebersihannya dan kinerja yang baik yang membuat daya daya tarik tersendiri.

#### 2. *Customer Segments*

Customer yang dituju adalah anak-anak dan orang dewasa. Akan tetapi pada kenyataan dilapangan yang terjadi, bukan hanya anak-anak dan orang dewasa yang menyukai jambu kristal ini, melainkan juga orang tua. Dikarenakan jambu yang dihasilkan dari kebun bapak H. Tohar buahnya yang besar-besar dan bersih juga rasanya yang enak, manis, dan sangat renyah.

### 3. *Channels*

Channels merupakan sarana atau cara untuk menyampaikan informasi hasil panen kepada customer sesuai segmen yang ditentukan sebelumnya. Sarana yang digunakan untuk menyampaikan informasi hasil panen disini menggunakan media sosial meliputi WhatsApp, Facebook dan Instagram. Yang berupa foto dan video produk. kemudian foto dan video di edit sebgus mungkin agar produk terlihat menarik, dan yang terakhir foto dan video itu di upload di sosial media.

### 4. *Customer Relationship*

Ada hal menarik yang membuat pelanggan berlangganan untuk membeli jambu kristal milik bapak H. Tohar yaitu adanya potongan harga dan mendapat beberapa buah gratis yang biasa diberikan oleh bapak H. Tohar kepada para customer apabila membeli dengan jumlah yang banyak. Dengan cara itu, membuat para customer tidak berpaling ke penjual yang lain.

### 5. *Key activities*

Aktivitas yang biasa dilakukan dalam usaha tani ini adalah perawatan, mulai dari pemupukan, yang bertujuan agar pohon jambu tumbuh dengan subur, kemudian penyiraman, agar pohon jambu tidak kekurangan cairan dan tetap terlihat sehat, dan pembungkusan buah yang bertujuan untuk melindungi buah dari serangan hama dan hewan seperti kelelawar, kemudian kebersihan yang bertujuan agar kebun dan hasil kebun terlihat bagus, tidak kotor. Dan yang terakhir adalah pemanenan, yang dilakukan setelah buah matang. Aktivitas-aktivitas ini dilakukan dengan rutin setiap hari dengan tujuan mendapatkan hasil yang baik dan tidak mengecewakan.

### 6. *Key Resources*

Usaha jambu kristal ini memiliki pekerja yang ulet dan telaten didalam melakukan aktivitas-aktivitas dalam usaha tani ini, sehingga dapat menghasilkan buah yang baik dan tidak mengecewakan. Dalam usaha tani ini terdapat empat pekerja diantaranya dua orang lulusan Sekolah Dasar dan dua orang lainnya lulusan SMA. Karena zaman semakin canggih tak mengurangi pengetahuan mereka tentang usaha tani, karena di sosial media sudah sangat banyak tersedia cara untuk berkebun dengan baik. Sehingga apa yang mereka pelajari dari berbagai pengalaman dan ditambah dengan apa yang mereka pelajari disosial media membuat para petani dalam melakukan pekerjaannya ulet dan telaten.

Lahan yang di gunakan untuk pertanian jambu kristal milik bapak H.Tohar adalah lahan milik sendiri tidak sewa, yang bertempat tidak jauh dari rumah bapak H.Tohar. untuk pembiayaan atau modal awal yang digunakan untuk bisnis pertanian jambu kristal ini murni hasil tabungan sendiri. kemudian untuk pengisian lahan seperti perolehan bibit pertama, yang mana bibit itu diperoleh dari hasil pembelian kepada kepada seorang petani yang memang menjual beberapa macam bibit buah yang diantaranya adalah bibit buah jambu kristal, dan perbibit buah jambu kristal itu di beri harga Rp 7.000. Selanjutnya ada pupuk, yang mana di perkebunan ini menggunakan pupuk kandang yang diperoleh dari hasil ternak kambing dan ayam sendiri dan hasil ternak kambing dan ayam milik tetangga yang sudah biasa mengolah kotoran hewan itu menjadi pupuk kandang. Kemudian yang selanjutnya adalah perawatan buah yang meliputi pembungkusan buah yang menggunakan plastik. Jenis plastik yang digunakan adalah plastik buram ukuran yang paling besar

atau sering disebut dengan plastik kiloan. dengan tujuan agar supaya buah terlindungi dari serangan hama dan serangan hewan seperti kelelawar. Untuk pembungkusan buah disini menggunakan plastik dengan tujuan supaya buah lebih awet dan tidak mudah rusak. Banyak juga pedagang buah jambu kristal yang menggunakan pembungkus buahnya tidak hanya menggunakan plastik, ada juga yang menggunakan kertas yang dibungkuskan langsung pada buah yang tujuannya sama yaitu melindungi buah dari serangan hama dan hewan. Bedanya penggunaan bungkus buah dengan plastik dan bungkus buah dengan kertas adalah jika menggunakan kertas kita akan mendapat minimal harga karena bisa menggunakan kerta-kertas yang ada dirumah yang sudah tidak terpakai seperti contoh kertas koran yang pernah dibaca dan sudah tidak terpakai, akan tetapi penggunaan kertas ini tidak terlalu bertahan lama karena akan mengalami kelembapan karena adanya perubahan cuaca yang akan berpengaruh terhadap kertas tersebut dan akhirnya kertasnya menjadi rusak. Pembungkusan buah dengan plastik ini lebih baik dari pembungkusan menggunakan kertas karena bahan plastik yang tidak mudah rusak meskipun ada perubahan cuaca, dan bisa bertahan lebih lama dibanding pembungkusan menggunakan kertas.

#### 7. *Key Partnership*

Adanya hubungan dengan pihak lain (*supplier*). Perusahaan yang memproduksi barang, bekerja sama dengan supplier untuk memasarkan hasil panen bapak H. Tohar kepada para customer. Bapak H. Tohar disini melakukan kerja sama atau relasi kepada beberapa pihak terkait meliputi tengkulak, pedagang buah dipasaran, penjual rujak manis dan customer lainnya seperti

tetangga dan orang-orang yang yang membeli ecer langsung ditempat.

#### 8. *Cost Structure*

**Tabel 1. Rincian Biaya Yang Dikeluarkan**

	<b>Jenis</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Harga</b>	<b>Total</b>
FC	Bibit/th	190 pohon	7.000	1330.000
	Biaya air/th	12 kali	10.000	120.000
VC	Pestisida/th	24 kali	18.000	432.000
	Pupuk/th	12 kali	10.000	120.000
<b>Jumlah Total</b>				<b>1.932000</b>

*Sumber data: diolah 2022*

Pada saat bisnis dijalankan, pada perusahaan ini juga terdapat biaya lain seperti biaya perawatan, misalkan memberi pupuk atau untuk perawatan lainnya. Dan juga biaya air yang sudah digunakan. Modal awal yang dikeluarkan oleh bapak H. Tohar adalah Rp 2.000.000. Satu tahun usaha ini mengalami 24 kali panen yang mana setiap panennya rata-rata menghasilkan 50kg. Keuntungan yang diperoleh selama satu tahun adalah Rp 6.468.000.

#### 9. *Revenue Stream*

Hasil panen jambu kristal bapak H. Tohar mendapat keuntungan dari banyaknya permintaan yang diterimanya. Dengan keunikan yang dimiliki oleh jambu kristal bapak H. Tohar mulai dari harga yang terbilang murah, pelayanan yang cepat dan tanggap dan hasil produk yang bagus membuat para customer tertarik dan mempunyai permintaan yang cukup banyak, sehinggal hasil atau keuntungan yang diterima lebih banyak. Pada saat bisnis dijalankan, pada usaha tani ini juga terdapat biaya lain seperti biaya perawatan, misalkan memberi pupuk atau untuk perawatan lainnya. Dan juga biaya air yang sudah digunakan. Yang mana pada usaha jambu kristal ini terjadi dua kali panen. Setiap panennya usaha jambu kristal ini rata-rata

menghasilkan 50kg buah jambu. Yang mana perkgnya diberi harga Rp 7.000. berarti rata-rata pertahunnya bapak H. Tohar mendapatkan keuntungan Rp 6.468.000.

### Strategi Pemasaran

#### Analisis Faktor Internal dan Eksternal

**Tabel 2. Faktor Internal dan Eksternal**

Faktor Internal	Kekuatan	Kelemahan
Kondisis keuangan	-	Modal kecil
SDM	1.Telaten, Ulet 2.Loyalitas Pekerja	1.Latar belakang pendidikan karyawan 2.Perlu adanya pelatihan lanjutan
Pemasaran	Kualitas produk terjamin	Sistem pemasaran seadanya
Produksi	1. Tempat produksi baik 2. Pohon jambu kristal mudah didapatkan 3. Kualitas pohon bagus	Hama dan penyakit bisa saja menyerang
Manajemen	-	Kurang baik dalam mengelola keuangan
Kondisi perekonomian	Volume permintaan Pemasaran yang luas	Pemasaran tidak resmi Fluktuasi harga jambu kristal
Sosial dan Budaya	Persepsi konsumen baik Kondisi lingkungan aman dan mendukung	Produk jambu kristal tidak terlalu bertahan lama
Teknologi	Hasil bisa dibuat produk turunan	-

Sumber : Data Primer 2022

#### 1) Identifikasi Faktor Kekuatan

##### a. Sumber Daya Manusia

- Pekerja telaten dan ulet dalam mengerjakan pekerjaan budidaya jambu kristal, seperti merawat jambu, menyemprot jambu, dan memanennya
- Loyalitas pekerja sangat baik karena pekerja memiliki hubungan yang baik

##### b. Pemasaran

Kualitas produk terjamin dikarenakan dirawat dengan baik dan benar sehingga produksi yang didapatkan berkualitas baik

##### c. Produksi

- Tempat produksi baik dan selalu dijaga kebersihannya
  - Bahan baku (pohon jambu) mudah didapatkan
  - Kualitas bahan baku bagus karena didapatkan dari tempat yang baik
- 2) Identifikasi faktor kelemahan
- a. Kondisi Keuangan

Keterbatasan modal yang dimiliki oleh petani sehingga untuk mengembangkan usaha lebih besar lagi perlu adanya modal lebih agar dalam mengembangkan usaha budidaya jambu kristal dapat lebih besar lagi dari sekarang
  - b. Sumber daya manusia
    - Latar belakang pendidikan pekerja yang kurang, rata-rata lulusan SD dan SMP
    - Diperlukan pendidikan dan pelatihan lanjutan sehingga pekerja lebih menguasai ilmu budidaya jambu kristal
  - c. Pemasaran
    - Sistem pemasaran yang kurang baik belum langsung dijual ke konsumen
    - Kapasitas produksi yang kurang banyak dalam memenuhi permintaan
  - d. Manajemen

Kurang baik mengelola keuangan pengeluaran dan pemasukan dari usaha budidaya jambu kristal
- 3) Identifikasi Faktor Peluang
- a. Kondisi Perekonomian
    - Volume permintaan produk jambu kristal banyak peminatnya
    - Usaha berkembang dengan baik
  - b. Sosial dan budaya

- Persepsi konsumen baik dikarenakan bahan baku diperoleh dari tempat yang baik dan berkualitas
- Lingkungan sekitar mendukung dikarenakan masyarakat yang baik dan saling menjaga

c. Teknologi

Hasil dapat dibuat produk turunan seperti manisan atau rujak dan lain sebagainya

4) Identifikasi Faktor Ancaman

a. Kondisi Perekonomian

- Pemasaran tidak resmi dari petani, peluang masuk pasar tidak dimanfaatkan, hanya pada tempat tertentu
- Fluktuasi harga jambu yang kurang stabil dalam pasar

b. Sosial dan budaya

Produk yang sudah dipanen tidak bertahan terlalu lama dan mudah layu disebabkan cuaca

**Internal Faktor Analysis Summary (IFAS)**

**Tabel 3. Bobot Faktor Internal Budidaya Jambu Kristal**

No.	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
<b>Kekuatan</b>				
1	Pekerja telaten dan ulet	0,117	4	0,468
2	Loyalitas pekerja	0,088	3	0,264
3	Kualitas produk terjamin	0,088	3	0,264
4	Tempat produksi baik	0,058	2	0,116
5	Bahan baku mudah didapatkan	0,088	3	0,264
6	Kualitas bahan baku bagus	0,0584	2	0,116
<b>Sub total</b>		<b>0,5</b>	<b>17</b>	<b>1,492</b>
<b>Kelemahan</b>				
1	Modal kecil	0,125	4	0,500
2	Latar belakang pendidikan karyawan	0,062	2	0,124
3	Pendidikan dan pelatihan lanjutan	0,093	3	0,279
4	Sistem pemasaran	0,093	3	0,279
5	Kapasitas produksi rendah	0,062	2	0,124
6	Kurang baik dalam mengelola keuangan	0,062	2	0,1241
<b>Sub total</b>		<b>0,5</b>	<b>16</b>	<b>1,430</b>
<b>Total</b>		<b>1</b>	<b>33</b>	<b>2,922</b>

Sumber : Data Primer 2022

Berdasarkan hasil analisis IFAS pada tabel 12 menunjukkan bahwa faktor yang menjadi kekuatan utama budidaya jambu kristal adalah pekerja yang telaten dan ulet, dengan nilai sebesar 0,468 sedangkan kelemahan utama adalah modal kecil pada usaha jambu kristal dengan nilai tertinggi sebesar 0,500 dan diperoleh total bobot skor sebesar 2,922. Hal ini menunjukkan bahwa usaha jambu kristal memiliki posisi internal yang kuat karena telah mampu menggunakan kekuatan dan mengatasi kelemahan dengan cukup baik dengan memiliki pekerja yang telaten dan ulet meskipun terkendala minimnya modal namun tetap bisa berkembang.

### Eksternal Faktor Analysis Summary (EFAS)

**Tabel 4. Bobot Faktor Eksternal Budidaya Jambu Kristal**

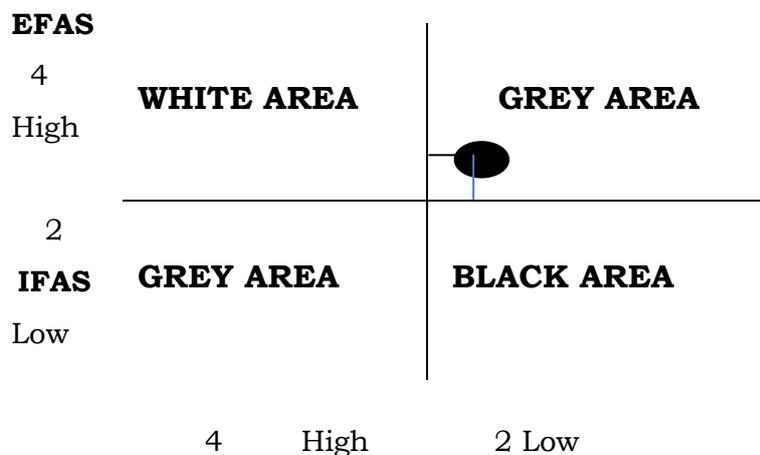
No.	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
<b>Peluang</b>				
1	Volume permintaan	0,111	3	0,333
2	Persepsi konsumen yang baik	0,111	3	0,333
3	Lingkungan sekitar mendukung	0,148	4	0,592
4	Hasil bisa dibuat produk turunan	0,074	2	0,148
5	Tidak ada pesaing	0,111	3	0,33
6	Hubungan dekat dengan stekholder	0,111	3	0,33
<b>Sub Total</b>		<b>0,67</b>	<b>18</b>	<b>2,072</b>
<b>Ancaman</b>				
1	Pemasaran tidak resmi	0,082	2	0,164
2	Fluktuasi harga jambu kristal	0,165	4	0,66
3	Tidak bertahan lama	0,082	2	0,164
<b>Sub Total</b>		<b>0,33</b>	<b>8</b>	<b>0,988</b>
<b>Total</b>		<b>1</b>	<b>26</b>	<b>3,06</b>

Sumber: Data Primer 2022

Berdasarkan hasil analisis EFAS pada tabel 4 menunjukkan bahwa faktor yang menjadi peluang utama usaha jambu kristal adalah lingkungan yang sangat mendukung dalam berusaha tani, dengan nilai tertinggi sebesar 0,592 sedangkan ancaman utama adalah fluktuasi harga jambu kristal yang tidak stabil dengan nilai 0,66. Berdasarkan perhitungan pada tabel 4 maka dapat diperoleh total bobot skor sebesar 3,06. Hal ini menunjukkan

bahwa usaha jambu kristal telah mampu merespon faktor eksternal dengan memanfaatkan peluang untuk mengatasi ancaman, yaitu meskipun harga jambu dapat terjadi fluktuasi sewaktu-waktu namun dapat diatasi dengan mendukungnya kondisi di sekitar usaha jambu kristal yaitu banyaknya jumlah peminat jambu kristal.

### Matriks Posisi Pengembangan Usaha



**Gambar 1. Matriks Posisi Usaha**

Penentuan area ini didasarkan perhitungan yang ada pada pada tabel IFAS dan EFAS sehingga didapatkan sebagai berikut : pada tabel IFAS diatas total skor kekuatan yang didapat adalah 1,942 dan dibanding dengan kelemahan dengan perolehan total skor 1,430 sehingga dioperasikan dengan cara total skor kekuatan dikurangi total skor kelemahan, dengan perolehan dari pengurangan tersebut sebesar 0,062 sehingga bergerak kearah high atau positif. Dan pada tabel EFAS tersebut diperoleh total skor peluang sebesar 2,072 dan dibandingkan dengan ancaman dengan perolehan skor 0,988. Sama halnya dengan tabel IFAS peluang dan ancaman dioperasikan dengan pengurangan dengan perolehan skor 1,084 sehingga bergerak ke arah high atau positif. Dari hasil diatas didapatkan bahwa usaha

budidaya jambu kristal yang berada di Desa Suci kecamatan Panti kabupaten Jember berada pada GREY AREA, yang berarti dari usaha budidaya jambu kristal ini (Bidang Lemah berpeluang). Maka usaha jambu kristal ini memiliki peluang besar yang prospektif tetapi tidak memiliki kompetensi untuk mengembangkan produknya.

**Tabel 5. Matriks Internal dan Eksternal**

	Tinggi 3,00-4,00	Sedang 2,00-2,99	Rendah 1,00-1,99
Kuat 3,00-4,00	<b>1. GROWTH</b> Konsentrasi melalui integrasi vertikal	<b>4. STABILITY</b> Hati-hati	<b>7 GROWTH</b> Diversifikasi konsentrik
Rata-Rata 2,00-2,99	 <b>2. GROWTH</b> Konsentrasi melalui integrasi horizontal	<b>5 GROWTH</b> Konsentrasi melalui integrasi horizontal <b>STABILITY</b> Tidak ada perubahan profit strategi	<b>8 GR OWTH</b> Diversifikasi konglomerat
Lemah 1,00-1,99	<b>3 RETRENCHMENT</b> Tournaround	<b>6 RETRENCHMENT</b> Captive company atau divestment	<b>9 RETRENCMENT</b> Likuidasi

Dari Matriks diatas penentuan posisi perubahan yang didasarkan pada analisis total skor faktor internal dan faktor eksternal dapat dikatakan dari tabel IFAS dan EFAS sehingga didapatkan skor IFAS 2,922 dan skor yang diperoleh dari tabel EFAS sebesar 3,06 sehingga dapat diketahui posisi usaha budidaya jambu kristal di Desa Suci Kecamatan Panti Kabupaten Jember hasil tersebut menempatkan usaha budidaya jambu kristal di Desa Suci pada **Sel 2 GROWTH** Konsentrasi melalui integritas horizontal. Growht adalah peningkatan atau penurunan total aset yang dimiliki oleh perusahaan. Pertumbuhan perusahaan dihitung sebagai presentase perubahan aset pada tahun tertentu terhadap tahun sebelumnya. (Suprantiningrum, 2013). Dari hasil tersebut usaha budidaya jambu kristal yang berada di Desa Suci Kecamatan Panti Kabupaten Jember berada

pada posisi tumbuh yang artinya strategi yang cocok untuk diterapkan pada usaha budidaya jambu kristal ini antara lain strategi intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar dan pengembangan produk) atau strategi integratif (integrasi kebelakang, kedepan, dan horizontal).

**Tabel 6. Matriks SWOT**

<b>Internal</b>	<b>Eksternal</b>	<b>Kekuatan ( S )</b>	<b>Kelemahan ( W )</b>
		<ol style="list-style-type: none"> <li>1.Pekerja telaten dan ulet</li> <li>2.Loyalitas pekerja</li> <li>3.Kualitas produk terjamin</li> <li>4. Tempat produksi baik</li> <li>5.Bahan baku mudah didapatkan</li> <li>6.Kualitas bahan baku bagus</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Modal kecil</li> <li>2.Latar belakang pendidikan karyawan</li> <li>3.Pendidikan dan pelatihan lanjutan</li> <li>4.Sistem pemasaran</li> <li>5.Kapasitas produksi rendah</li> <li>6.Kurang baik dalam mengelola keuangan</li> </ol>
	<b>Peluang ( O )</b>	<b>Strategi S-O</b>	<b>Strategi W-O</b>
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Volume permintaan</li> <li>2. Persepsi konsumen yang baik</li> <li>3. Lingkungan sekitar mendukung</li> <li>4. Hasil bisa dibuat produk turunan</li> <li>5.Tidak ada pesaing</li> <li>6.Hubungan baik dengan stekholder</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.Meningkatkan ketelatenan pekerja agar volume permintaan terpenuhi</li> <li>2.Mempertahankan kualitas, kontinuitas dan SDA</li> <li>3.Persepsi konsumen yang baik tentang kualitas produk jambu kristal yang dihasilkan sehingga dapat dijadikan sebagai strategi untuk mengembangkan usaha.</li> <li>4.Meningkatkan hubungan baik dengan stekholder</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meningkatkan permodalan</li> <li>2.Meningkatkan produksi serta membuat inovasi produk turunan jambu kristal</li> <li>3.Meningkatkan pemasaran jambu kristal dengan persepsi konsumen yang baik sehingga dapat ditingkatkan lebih intens dengan promosi-promosi kepada konsumen baru.</li> </ol>
	<b>Ancaman ( T )</b>	<b>Strategi</b>	<b>Strategi W-T</b>
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.Pemasaran tidak resmi</li> <li>2.Fluktuasi harga jambu kristal</li> <li>3.Produk jambu kristal tidak bertahan terlalu lama</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.Meningkatkan kualitas produk jambu kristal serta menjaga produk bagaimana agar tidak mudah rusak kaitannya dengan pengemasan yang lebih baik lagi.</li> <li>2.Pemasaran yang tidak resmi dikarenakan dengan tidak adanya kemasan paten dari usaha serta label halal dan kemasan usaha dengan citra produk yang terjamin kualitasnya.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.Meningkatkan kualitas sumberdaya pengusaha secara teknis secara moral dan kegiatan pembinaan untuk memaksimalkan produksi</li> <li>2.Menjalin kerja sama dengan masyarakat sekitar dalam rangka menjaga keharmonisan dan menambah kesempatan kerja.</li> </ol>

Sumber: Data Primer 2022

**Alternatif Strategi Pengembangan Usaha Jambu Kristal**

### **1. Strategi S-O**

- a. Meningkatkan ketelatenan pekerja agar volume permintaan terpenuhi
- b. Mempertahankan kualitas serta potensi SDA
- c. meningkatkan hubungan baik dengan stekholder
- d. Persepsi konsumen yang baik tentang kualitas produk jambu kristal yang dihasilkan sehingga dapat dijadikan sebagai strategi untuk mengembangkan usaha

### **2. Strategi W-O**

- a. Meningkatkan permodalan
- b. Meningkatkan produksi serta membuat inovasi produk turunan dari jambu kristal
- c. Meningkatkan pemasaran dengan persepsi konsumen yang baik sehingga dapat ditingkatkan dengan lebih intens dengan mempromosikan kepada konsumen-konsumen baru.

### **3. Strategi S-T**

- a. Meningkatkan kualitas produksi jambu kristal serta menjaga produk bagaimana tidak mudah rusak kaitannya dengan pengemasan yang lebih baik lagi
- b. Pemasaran yang tidak resmi karena tidak adanya kemasan paten dari usaha serta label halal dari MUI. dapat dikembangkan dengan menggunakan label serta kemasan yang baik sehingga tercipta produk yang terjamin kualitasnya.

### **4. Strategi W-T**

- a. Meningkatkan kualitas sumber daya pengusaha serta teknis melalui kegiatan pembinaan untuk memaksimalkan produk
- b. Menjalin kerja sama dengan masyarakat sekitar dalam rangka menjaga keharmonisan dan menambah kesempatan kerja.

### **Rekomendasi Prioritas Strategi Tertinggi**

Dari matriks IFAS dan Efas total skor IFAS sebesar 2,922 dan total skor yang diperoleh dari tabel EFAS sebesar 3,06 sehingga dapat diketahui posisi usaha budidaya jambu kristal di Desa Suci Kecamatan Panti Kabupaten Jember berada pada posisi tumbuh yang artinya strategi yang cocok untuk diterapkan pada usaha budidaya jambu kristal ini antara lain strategi intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar dan pengembangan produk) atau strategi integratif (integrasi kebelakang, kedepan dan horizontal).

Dari matriks posisi pengembangan usaha didapatkan hasil bahwa usaha budidaya jambu kristal di Desa Suci Kecamatan Panti Kabupaten Jember berada pada GREY AREA yang berarti usaha jambu kristal ini berada pada “bidang lemah berpeluang” maka usaha jambu kristal memiliki peluang pasar yang prospektif tetapi tidak kompetensi untuk mengerjakannya, sehingga rekomendasi prioritas tertinggi yang dapat diterapkan pada matriks SWOT dengan penerapan strategi W-O yang artinya menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang dengan strategi sebagai berikut: Meningkatkan permodalan, meningkatkan produksi serta membuat inovasi produk turunan dari jambu kristal dan meningkatkan pemasaran dengan persepsi konsumen yang baik sehingga dapat ditingkatkan dengan lebih intens dengan mempromosikan kepada konsumen-konsumen baru.

## **KESIMPULAN**

1. Apabila ditinjau dari segi Business Model Canvas (BMC). bahwa usaha tani jambu kristal yang dimiliki bapak H. Tohar memiliki harga yang lebih murah dibanding harga yang ditetapkan oleh penjual lainnya, hasil panen diminati oleh

semua kalangan mulai dari anak-anak, orang dewasa maupun orang tua, sarana yang digunakan untuk menyampaikan hasil panen dari usaha tani ini adalah sosial media meliputi whatsapp, facebook, dan dan instagram berupa video atau foto yang di uploadnya, tidak hanya itu juga dalam pembelian dengan jumlah yang banyak maka customer akan mendapat potongan harga atau diskon, usaha tani ini memiliki perawatan yang bertujuan agar hasil panen tidak mengecewakan. Dalam usahatani ini bapak H. Tohar menggunakan lahan milik sendiri tidak sewa. Bapak H. Tohar juga bekerja sama dengan suplier untuk memasarkan hasil panennya.

2. Apabila ditinjau dari segi Analisis SWOT :
  - a. Berdasarkan analisis matriks IFAS faktor yang menjadi kekuatan utama budidaya jambu kristal adalah pekerja yang ulet dan telaten, dengan nilai 0,48 sedangkan kelemahan utama adalah modal kecil pada usaha jambu kristal dengan nilai 0,500
  - b. Berdasarkan analisis matriks EFAS menunjukkan bahwa faktor yang menjadi peluang utama usaha jambu kristal adalah lingkungan yang sangat mendukung dengan nilai 0,592 sedangkan ancaman utama adalah fluktuasi harga jambu kristal yang tidak stabil dengan nilai 0,66
  - c. Dari matriks IFAS dan EFAS total skor IFAS sebesar 2,922 dan total skor yang diperoleh dari tabel EFAS sebesar 3,06 sehingga dapat diketahui posisi usaha berada pada posisi tumbuh.
  - d. Dari matriks posisi pengembangan usaha jambu kristal berada pada GREY AREA yang berarti usaha jambu kristal ini berada pada “bidang lemah berpeluang” maka usaha

jambu kristal memiliki peluang pasar yang prospektif tetapi tidak kompetensi untuk mengerjakannya, sehingga rekomendasi prioritas tertinggi yang dapat diterapkan pada matriks SWOT dengan penerapan strategi W-O yang artinya menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang dengan strategi sebagai berikut: Meningkatkan permodalan, meningkatkan produksi serta membuat inovasi produk turunan dari jambu kristal dan meningkatkan pemasaran dengan persepsi konsumen yang baik sehingga dapat ditingkatkan dengan lebih intens dengan mempromosikan kepada konsumen-konsumen baru.

#### **SARAN**

Bagi pihak pengusah jambu kristal seperti yang sudah dijelaskan dalam rekomendasi prioritas strategi tertinggi.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Hanifah Inas. 2021. *Mengenal Business Model Canvas (BMC)*. <https://socialmediamarketer.id>. diakses pada 26 november 2022.

Isyanto Agus Yuniawan. 2019. *Analisis Saluran Pemasaran Jambu Kristal (Studi Kasus Desa Bangun Sari Kecamatan Pamarican Kabupaten Ciamis*. Jurnal Wawasan dan Riset. Jawa Barat.

Jamira Anase Putri, dkk. 2021. *Business Model Canvas (BMC) Sebuah Pendekatan Dalam Mendorong Mindset Kewirausahaan*. Malang.

N Hendrik. *Strategi Pemasaran : Pengertian, Fungsi, Tujuan dan Contohnya*. <https://www.gramedia.com/literasi/author/hendrik-n/>

Nuroso Heri, dkk. 2020. *Analisis Usaha Komoditas Jambu Biji Kristal di Desa Wergonayan Kecamatan Mirit Kabupaten Kebumen*.

Oktapriandi, dkk. 2017. *Analisis Pengembangan Model Bisnis Pada Industri Animasi Menggunakan Business Model Canvas Yang Terbatas Biaya*

Qotrunnada Khalida. 2022. *12 Manfaat Jambu Kristal*.  
<https://www.detik.com/jabar/jabar-gaskeun/d-6216697/12-manfaatjambukristalbagikesehatan>. Diakses pada 26 november 2022

Rangkuti, Fredy. 1997. *Analisis Swot, Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama

Rangkuti, Fredy. 2009. *Strategi Pengembangan*  
<http://eprints.umpo.ac.id>, diakses pada 24 november 2022

Santoso, Lollen Regina. 2015. *Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan Koran Kompas di Surabaya*. Jurnal Strategi Pemasaran. Surabaya.

Setiawan Eko, dkk. 2020. *Strategi Pengembangan Produk Jambu Kristal di Era New Normal*. Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat. Malang.

Trubus. 2020. *Latar Belakang Jambu Kritical*.  
<https://eprints.umm.ac.id/36349/2jiptumpp-gdgoniessar-48442-2-babi.pdf>