

## **STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PANGGILAN PADI UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING USAHA DI UD. SUMBER TANI**

**Narto<sup>1)</sup>, Ahmad Aminuddin Syah<sup>2)</sup>**

<sup>1,2)</sup>Program Studi Teknik Industri, Universitas Qomaruddin Gresik  
Email: nartonazriel@gmail.com

### **ABSTRAK**

*Komoditi unggulan yang strategis di Indonesia adalah sektor pertanian yang dapat menghasilkan beras guna mencukupi kebutuhan pangan nasional. Salah satu pendukung industri dalam memenuhi kebutuhan pokok adalah usaha penggilingan padi. Ketersediaan lahan pertanian tidak menjadi jaminan dalam memenuhi jumlah pasokan beras nasional, terlebih lagi adanya peraturan dalam penetapan harga beras premium menjadi kendala utama dalam keberlangsungan usaha penggilingan padi UD Sumber Tani. Untuk menciptakan usaha yang mempunyai daya saing tinggi dibutuhkan model bisnis yang terstruktur dan strategi pengembangan yang mampu meningkatkan keunggulan bersaing. Tujuan penelitian ini adalah pengembangan usaha penggilingan padi dengan model business canvas untuk menentukan strategi yang tepat guna meningkatkan daya saing usaha di UD. Sumber Tani. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai IFAS sebesar 2,9838 dan EFAS dengan skor 3,0540, sedangkan hasil penyusunan matriks IE diketahui bahwa posisi perusahaan masuk dalam sel II yaitu pertumbuhan. Strategi pengembangan dilakukan melalui segmentasi pasar dengan menyusun penjualan berbasis startup digital, peningkatan proses produksi dengan meningkatkan kualitas produk, pengembangan produk melalui inovasi produk yang berstandart dan bersertifikat, membangun sistem distribusi barang untuk menciptakan rantai pasok barang yang stabil.*

**Kata kunci:** *Segmentasi, BMC, Daya saing, SWOT.*

### **Pendahuluan**

Salah satu komoditi unggulan dan strategis Indonesia adalah beras, lebih dari 95 persen digunakan penduduk Indonesia sebagai makanan pokok. Indonesia adalah negara agraris yang sebagian besar penduduknya hidup dari hasil bercocok tanam atau bertani. Padi merupakan produk pertanian berupa tanaman asli negara-negara Asia termasuk juga Indonesia. Pada Tahun 2015 produksi padi dalam 3 tahun terakhir yaitu pada tahun 2013 sebesar 71.279.709 ton, pada tahun 2014 sebesar 70.846.465 ton, sedangkan pada tahun 2015 sebesar 75.397.841 ton, hal ini menunjukkan tingginya tingkat produksi padi nasional [1]. Kebijakan perberasan di Indonesia meliputi kebijakan produksi, distribusi, impor dan pengendalian harga domestik dalam rangka menjaga ketahanan pangan nasional [2].

Konsumsi beras per kapita mempunyai kecenderungan penurunan yakni dari 139 kg perkapita/tahun pada tahun 1994 menjadi 113 kg perkapita/tahun pada tahun 2012. Jumlah penduduk Indonesia pada tahun 2014 mencapai 250 juta jiwa dengan pertumbuhan yang melaju dengan cepat yakni sebesar 1,27 persen per tahun sehingga total konsumsi nasional mencapai 34,75 juta ton beras. Sedangkan dari data BPS tahun 2019 Rata-rata Harga Beras di Tingkat Perdagangan Besar (Grosir) Indonesia (Perusahaan) pada bulan Januari sebesar Rp. 12.211 rupiah, bulan sebesar Februari 12.222 rupiah, sedangkan bulan Maret sebesar Rp. 12.124 rupiah [3]. Hal ini menunjukkan peningkatan konsumsi dan harga jual dipasaran mengakibatkan tingginya persaingan para produsen beras lokal.

Salah satu sektor industri beras lokal yaitu melalui usaha penggilingan padi yang mampu memenuhi kebutuhan beras di pasar lokal. UD. Sumber Tani merupakan industri penggilingan beras yang mempunyai kontribusi dalam memenuhi sektor industri beras lokal. Banyaknya kendala yang dihadapi dalam pasokan bahan baku serta pola penjualan produk, mengharuskan usaha penggilingan beras ini harus menyusun pengembangan bisnis yang tepat sehingga dapat meningkatkan daya saing usaha guna terciptanya peluang pasar. Tantangan yang dihadapi untuk dapat memenuhi kebutuhan pasar tersebut relatif berat karena alih fungsi lahan pertanian sulit dibendung, sementara ancaman perubahan iklim dalam bentuk banjir dan kekeringan sudah menjadi kenyataan, sedangkan jumlah penduduk yang mengkonsumsi beras terus meningkat. Oleh karena itu, diperlukan strategi yang tepat yang disertai oleh kerja keras berbagai pihak terkait. Perubahan segmentasi pasar dan pola perdagangan yang semakin dinamis serta permintaan konsumen yang semakin beragam diperlukan model bisnis yang mempunyai keunggulan kompetitif [4]. Perumusan model bisnis yang tepat dapat membantu meningkatkan daya saing usaha.

Untuk dapat melihat peluang bisnis diperlukan suatu analisis tentang peluang bisnis yang ada dengan dibantu oleh pendekatan model bisnis yang mutakhir yang nantinya akan menggambarkan secara jelas tentang elemen-elemen yang saling terkait terhadap bisnis [5]. Dalam konteks ini perusahaan dapat memperbaiki posisi persaingannya sehingga dapat bersaing dengan perusahaan lainnya untuk mendapatkan konsumen yang semakin loyal [6]. Penggunaan *Business Model Canvas* dapat

memberikan gambaran mengenai model bisnis perusahaan dan hubungan yang terjadi antar-blok dengan cara yang lebih atraktif. Sembilan blok *Business Model Canvas* yaitu *customer segments, value propositions, channels, customer relationship, revenue streams, key resources, key activities, key partnership* dan *cost structure* [7]. Strategi pengembangan bisnis harus dapat mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang dimiliki oleh perusahaan. Dengan menggunakan analisis SWOT akan memaksimalkan kekuatan dan peluang yang dimiliki perusahaan yang akhirnya diharapkan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman yang ada [8]. Tujuan penelitian ini adalah pengembangan usaha penggilingan padi dengan *model business canvas* untuk menentukan strategi yang tepat guna meningkatkan daya saing usaha di UD. Sumber Tani.

### Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan metode kualitatif dan kuantitatif. Dinama metode kualitatif digunakan untuk mengumpulkan data melalui wawancara terhadap manajemen perusahaan yang berkaitan dengan pemetaan terhadap 9 blok dalam *business model canvas*. Sedangkan untuk metode kuantitatif digunakan pada pengukuran kuesioner dengan skala likert untuk menentukan nilai bobot dan rating pada faktor kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman yang dimiliki oleh perusahaan. Selanjutnya menyusun matrik SWOT dan matrik *grand strategy* sehingga dapat menentukan strategi pengembangan yang tepat untuk meningkatkan daya saing usaha.

### Hasil dan Pembahasan

Dari hasil pengumpulan data melalui teknik *brainstroming*, wawancara dan kuesioner dengan skala likert, maka dapat diperoleh data yang dibutuhkan untuk memetakan model bisnis UD Sumber Tani kedalam sembilan *building blocks*. Setelah dilakukan pemetaan kedalam sembilan blok, langkah selanjutnya yaitu identifikasi faktor internal dan eksternal perusahaan dengan menghitung bobot dan nilai rating serta skor masing-masing faktor internal dan eksternal. Selanjutnya yaitu melakukan strategi pengembangan bisnis dengan menyusun model bisnis baru hasil penyusunan strategi pengembangan dengan analisis SWOT.

1. Analisis Bisnis Model UD Sumber Tani

Dari hasil pengumpulan data melalui wawancara dan reduksi data, diperoleh informasi untuk memetakan model bisnis penggilingan padi berdasarkan sembilan blok *business model canvas*. Gambar 1 merupakan gambaran kondisi *existing* pada sembilan *building blocks* yang ada di UD Sumber Tani.

Tabel 1. Existing Model Bisnis UD Sumber Tani

<p><b><u>Key Partner</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Petani padi</li> <li>• Agen dan toko</li> </ul>	<p><b><u>Key Activities</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Penjualan produk</li> <li>• Pengiriman produk</li> </ul>	<p><b><u>Value Propositions</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kualitas terjamin</li> <li>• Proses penggilingan menggunakan mesin modern</li> </ul>	<p><b><u>Customer Relationships</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Personal</li> </ul>	<p><b><u>Customer Segments</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Masyarakat umum</li> <li>• Rumah makan</li> </ul>
<p><b><u>Key Resources</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bahan baku</li> <li>• Tenaga kerja terampil.</li> </ul>		<p><b><u>Channels</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Toko Sembako</li> </ul>		
<p><b><u>Cost Structure</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Biaya produksi</li> <li>• Biaya perawatan mesin dan peralatan</li> <li>• Biaya tenaga kerja</li> </ul>			<p><b><u>Revenue Stream</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Penjualan beras</li> </ul>	

Pada model bisnis UD Sumber Tani saat ini dapat dijelaskan bahwa *value proporsitions* nilai yang dimiliki UD Sumber Tani adalah kualitas terjamin dan proses penggilingan menggunakan mesin modern. Hal ini dapat dibuktikan dengan pola pengadaan dan pemilihan bahan baku yang di beli dari berbagai tempat yang ada disekitar lokasi pabrik. Pegecekan kualitas dan kadar air merupakan syarat utama saat pembelian bahan baku. *Customer segment* yang dimiliki sekarang yaitu mayoritas adalah dari kalangan masyarakat umum, rumah makan yang ada di sekitar perusahaan. Aktivitas kunci dari penggilingan padi adalah penjualan produk dan pengiriman produk yang dilakukan melalui moda transportasi darat. *Key partner* dari UD Sumber Tani dalah penyediaan bahan baku adalah para petani, hal ini menjadi prioritas karena pembelian dari petani langsung dapat mengetahui secara langsung kualitas padi yang di panen oleh para petani, disisi lain yaitu dapat menekan harga menjadi lebih murah karena pembelian dilakukan langsung kepada pemilik padi. Selanjutnya *key resources* yang dimiliki adalah bahan baku yang digunakan merupakan bahan pilihan yang dipasok dari daerah sentra produksi padi nasional yang ada di Jawa Timur seperti Lamongan, Mojokerto dan Jombang. Sumber daya tenaga kerja

yang dimiliki sangat terampil dalam melakukan proses produksi. *Channels* yang sekarang bisa dilakukan kerja sama yaitu toko sembako sebagai distributor perusahaan, dari toko sembako ini produk dapat dijual ke konsumen. Model penjualan produk masih menggunakan model konvensional, hal ini sangat tidak efektif karena kurangnya informasi yang diperoleh oleh masyarakat atau distributor terhadap produk beras yang di produksi oleh UD Sumber Tani. *Cost structure* yaitu biaya yang dikeluarkan adalah biaya produksi, biaya perawatan dan perbaikan mesin dan biaya tenaga kerja. Sedangkan *revenue stream* adalah penjualan beras dalam kemasan 25 kilogram.

2. Penyusunan Strategi Peningkatan Daya Saing

Setelah mengidentifikasi informasi terhadap elemen-elemen yang dibutuhkan dalam sembilan blok dalam *business model canvas*, maka tahap selanjutnya yaitu melakukan pemetaan terhadap faktor internal dan faktor eksternal yang dimiliki oleh perusahaan untuk merumuskan strategi yang tepat dengan pendekatan analisis SWOT. Untuk mengetahui posisi perusahaan dan strategi yang tepat dengan pengembangan yang dilakukan maka disusun matrik *Internal - External*. Sebagai dasar penyusunan IE matriks adalah melakukan analisis IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) dan analisis EFAS (*External Factor Analysis Summary*). Tabel 2. dan Tabel 3. menunjukkan matrik IFAS dan Matrik EFAS. Perumusan strategi pengembangan dilakukan dengan menyusun matrik SWOT yang menghasilkan empat kelompok alternatif strategi yaitu strategi SO untuk meningkatkan kekuatan dengan memanfaatkan peluang, strategi WO dibuat untuk mengatasi kelemahan dengan cara memanfaatkan peluang, strategi ST menggunakan kekuatan perusahaan untuk mengatasi ancaman yang dihadapi, strategi WT meminimalkan kelemahan dengan menghindari ancaman yang dihadapi oleh perusahaan.

Tabel 2. Matriks IFAS UD Sumber Tani

No	Faktor - faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
<b>Kekuatan</b>				
1	lokasi usaha penggilingan padi strategis	0,1834	4	0,7336
2	pembelian bahan baku dilakukan langsung ke petani	0,0920	4	0,3680
3	Sarana dan prasarana pendukung produksi yang memadai	0,0926	3	0,2779
4	proses produksi menggunakan mesin modern	0,0843	4	0,3371
5	kualitas produk yang terjamin	0,0886	4	0,3544
6	mempunyai tenaga kerja yang terampil	0,0895	3	0,2686
<b>Sub Total</b>		<b>0,6304</b>		<b>2,3395</b>
<b>Kelemahan</b>				
1	pengiriman barang tidak tepat waktu	0,0465	2	0,0929
2	kurangnya pengembangan produk	0,0474	1	0,0474
3	tidak mempunyai varian produk	0,0465	2	0,0929
4	belum memiliki sertifikasi BPOM	0,1344	2	0,2688
5	Tidak mempunyai modal pendukung	0,0474	2	0,0948
6	layout produksi tidak tertata dengan baik	0,0474	1	0,0474
<b>Sub Total</b>		<b>0,3695</b>		<b>0,6443</b>
<b>TOTAL</b>		<b>1</b>		<b>2,9838</b>

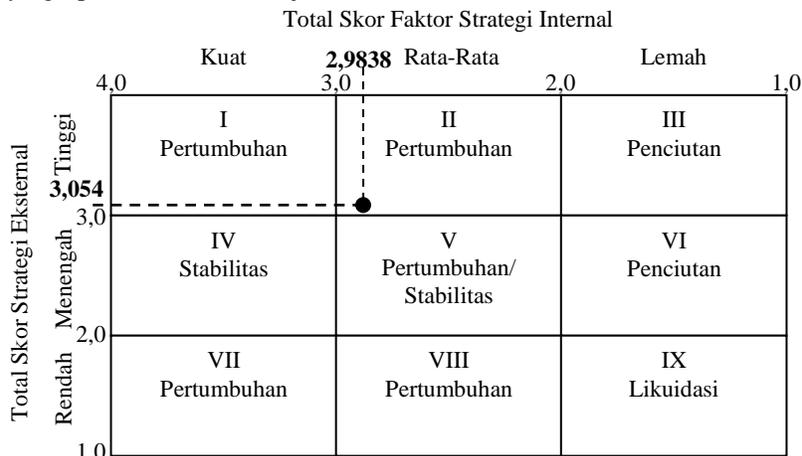
Tabel 3. Matriks EFAS UD Sumber Tani

No	Faktor - faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
<b>Peluang</b>				
1	Ketersediaan bahan baku padi	0,1164	4	0,4657
2	Segementasi pasar luas	0,1222	3	0,3666
3	Adanya kelompok usaha penggilingan padi	0,1210	3	0,3631
4	Penjualan melalui media sosial	0,1160	3	0,3481
5	Peningkatan modal usaha melalui kredit bank	0,1137	4	0,4549
6	Kebijakan pemerintah mengenai industri beras nasional	0,1172	3	0,3516
<b>Sub Total</b>		<b>0,7066</b>		<b>2,3500</b>
<b>Ancaman</b>				
1	Persaingan dengan usaha sejenis	0,0578	3	0,1735
2	Adanya harga standart dari pemerintah	0,0594	3	0,1781
3	Import beras dari luar negeri	0,0578	2	0,1157
4	Kondisi alam yang tidak dapat diprediksi	0,0594	2	0,1187
5	Tingginya biaya transportasi	0,0590	2	0,1180
<b>Sub Total</b>		<b>0,2934</b>		<b>0,7039</b>
<b>TOTAL</b>		<b>1</b>		<b>3,0540</b>

Penilaian terhadap bobot dan rating diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner, sehingga diperoleh nilai skor masing-masing faktor internal perusahaan. Skor tertinggi untuk faktor kekuatan yaitu lokasi usaha penggilingan padi yang sangat strategis dengan skor 0,7336, hal ini menggambarkan bahwa lokasi yang dimiliki merupakan daerah yang dekat dengan sentra penghasil padi nasional yang ada di wilayah Kabupaten Gresik dan Lamongan. Sedangkan skor terendah untuk faktor kekuatan yaitu sarana dan prasarana pendukung produksi yang memadai dengan skor 0,2779, hal ini membuktikan bahwa kualitas produk yang dihasilkan merupakan salah satu faktor penting dalam pengembangan usaha. Sedangkan untuk skor tertinggi faktor kelemahan yaitu belum mempunyai sertifikasi BPOM dengan skor sebesar 0,2688, ini menandakan bahwa kurangnya kepercayaan masyarakat terhadap jaminan akan produk yang aman untuk dikonsumsi sehingga hal ini menjadi tanggungjawab perusahaan untuk meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang dihasilkan.

Pada matriks EFAS diatas diperoleh skor tertinggi untuk faktor peluang yaitu pada faktor ketersediaan bahan baku padi dengan nilai skor 0,4657 yang berasal dari daerah sekitar perusahaan dan daerah lain saat panen lokal yaitu pada panen kedua dipertengahan tahun. Hal ini menjadi peluang besar terhadap keberlangsungan usaha penggilingan padi, dimana saat panen raya berlangsung pasokan bahan baku tinggi dengan harga murah. Sedangkan pada saat panen lokal di daerah tertentu hal itu menjadi pasokan tambahan terhadap ketersediaan bahan baku. Sedangkan skor terendah dari faktor peluang adalah penjualan melalui media sosial dengan skor 0,3481. Kondisi ini menggambarkan bahwa konsumen lebih menyukai pola pembelian secara langsung dengan melihat kualitas produk dan memilih jenis produk beras yang ditawarkan. Untuk skor tertinggi faktor ancaman yaitu Adanya harga standart dari pemerintah dengan skor sebesar 0,1781, kebijakan yang dibuat oleh pemerintah terhadap standarisasi beras di pasaran membuat pengusaha penggilingan padi mengalami hambatan dikarenakan tingkat biaya produksi yang semakin tinggi dan harga bahan baku padi yang dibeli dari petani sangat tidak menentu.

Setelah diperoleh hasil perhitungan terhadap matriks IFAS didapat skor 2,9838 dan EFAS dengan skor sebesar 3,0540 maka selanjutnya yaitu menyusun matrik IE untuk mengetahui posisi perusahaan dan untuk menentukan strategi pengembangan yang tepat. Gambar 2. menunjukkan matrik IE UD Sumber Tani.



Gambar 2. Matrik IE UD Sumber Tani

Dari hasil penyusunan matrik IE dapat diketahui bahwa posisi perusahaan pada sel II yaitu pertumbuhan, dimana perusahaan dapat memilih strategi konsentrasi melalui integrasi horisontal maupun vertikal baik secara internal melalui sumber daya yang dimiliki dan secara eksternal menggunakan sumber daya yang berasal dari luar. Untuk melakukan strategi pengembangan guna meningkatkan pengembangan usaha maka dapat disusun dengan menggunakan Matrik SWOT seperti pada Tabel 4.

Berdasarkan penyusunan strategi alternatif terhadap faktor internal dan eksternal maka diperoleh strategi pengembangan usaha untuk meningkatkan daya saing usaha, dimana strategi S-O dengan memperluas jaringan pemasaran ke luar daerah dan meningkatkan kapasitas produksi untuk menghindari keterlambatan pasokan. Strategi W-O dengan menjalin kerjasama dengan perusahaan ekspedisi barang untuk memperlancar proses pengiriman barang dan membangun sistem penjualan berbasis media sosial. Strategi S-T dengan menetapkan tingkat harga yang terjangkau oleh konsumen dan menciptakan kualitas produk yang mampu bersaing dengan produk import. Strategi W-T dengan membuat sistem distribusi barang yang baik dan melakukan inovasi produk yang berstandart dan bersertifikasi, hal ini dilakukan untuk memenuhi kebutuhan konsumen dengan memberikan produk yang bervariasi dan mempunyai standart serta bersertifikat sehingga dapat menumbuhkan kepercayaan konsumen.



*resources* adanya layout produksi yang sesuai standart kerja dilengkapi dengan *standart operation procedure* (SOP), peningkatan kerjasama dengan para kelompok usaha penggilingan padi agar memperoleh informasi tentang pengadaan bahan baku, perbaikan proses produksi, regulasi dan harga jual beras dipasaran. *Channels* hasil pengembangan ditambah dengan penjualan melalui sosial media baik penjualan berbasis bisnis *online* dan pameran yang diadakan oleh pemerintah dan sponsor pendukung. *Cost Structure* ada tambahan pengeluaran anggaran yaitu biaya untuk media sosial dan operasional pelaksanaan pameran, karena diharapkan dari di adakannya pameran dapat memperkenalkan produk secara langsung kepada konsumen.

Tabel 5. Pengembangan Model Bisnis UD Sumber Tani

<p><b><u>Key Partner</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Petani padi</li> <li>• Kelompok tani</li> <li>• Agen dan toko</li> <li>• Tengkulak</li> <li>• Bank</li> </ul>	<p><b><u>Key Activities</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Penjualan produk</li> <li>• Pengiriman produk</li> <li>• Perbaikan proses produksi</li> <li>• Pengembangan produk</li> </ul>	<p><b><u>Value Propositions</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kualitas terjamin</li> <li>• Proses penggilingan menggunakan mesin modern</li> <li>• Hak paten</li> <li>• Varian kemasan</li> <li>• Kemasan produk</li> <li>• Sertifikasi BPOM</li> </ul>	<p><b><u>Customer Relationships</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Personal</li> <li>• Pengiriman tepat waktu</li> </ul>	<p><b><u>Customer Segments</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Masyarakat umum</li> <li>• Rumah makan</li> <li>• Industri rumah tangga</li> </ul>
<p><b><u>Key Resources</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bahan baku</li> <li>• Tenaga kerja terampil</li> <li>• Layout produksi</li> <li>• Kebutuhan konsumen</li> <li>• Kelompok usaha penggilingan padi</li> </ul>			<p><b><u>Channels</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Toko Sembako</li> <li>• Agen penjualan</li> <li>• Sosial media</li> <li>• Pameran</li> </ul>	
<p><b><u>Cost Structure</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Biaya produksi</li> <li>• Biaya perawatan mesin dan peralatan</li> <li>• Biaya tenaga kerja</li> <li>• Biaya sosial media dan pameran</li> </ul>			<p><b><u>Revenue Stream</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Penjualan beras</li> <li>• Penjualan dari sosial media</li> <li>• Pendapatan dari pameran</li> </ul>	

### Simpulan

Hasil identifikasi terhadap faktor internal dan eksternal diperoleh nilai IFAS sebesar 2,9838 dan EFAS dengan skor sebesar 3,0540, sedangkan hasil penyusunan matriks IE diketahui bahwa posisi perusahaan masuk dalam sel II yaitu pertumbuhan. strategi pengembangan usaha untuk meningkatkan daya saing usaha pada UD Sumber Tani yaitu dari segi segmentasi pasar dengan memperluas jaringan pemasaran ke luar daerah, membangun sistem penjualan berbasis media sosial melalui *startup digital*, menetapkan tingkat harga yang terjangkau oleh konsumen. Dari segi proses produksi yaitu meningkatkan kapasitas produksi dan menciptakan kualitas produk yang mampu bersaing dengan produk import. Dari segi distribusi barang yaitu menjalin kerjasama dengan perusahaan ekspedisi barang guna memperlancar proses pengiriman kepada konsumen, dan membangun sistem distribusi barang yang baik sehingga dapat memperlancar rantai pasok. Sedangkan dari segi pengembangan produk yaitu melakukan inovasi produk yang berstandart dan bersertifikasi, hal ini dilakukan untuk memenuhi kebutuhan konsumen dengan memberikan produk yang bervariasi dan mempunyai standart serta bersertifikat sehingga dapat menumbuhkan kepercayaan konsumen.

### Daftar Pustaka

- [1] BPS, "Produksi Padi Menurut Provinsi (ton), 1993-2015," 2019. [Online]. Available: <https://www.bps.go.id/linkTableDinamis/view/id/865>. [Accessed: 10-Apr-2019].
- [2] E. Dewi, "Analisis Kebijakan Swasembada Beras dalam Upaya Peningkatan Ketahanan Pangan," *J. Agribis - Fak. Pertanian, Univ. Tulungagung*, vol. 14, pp. 29-42, 2018.
- [3] BPS, "Rata-rata Harga Beras di Tingkat Perdagangan Besar/Grosir Indonesia (Rupiah/Kg), 2010-2019," 2018. .

- [4] R. M. Rukka, N. Busthanul, and N. Fatonny, “Strategi Pengembangan Bisnis Keripik Bayam (*Amaranthus Hybridus*) Dengan Pendekatan Business Model Kanvas: Studi Kasus Pada CV. Oag Di Kota Makassar, Sulawesi Selatan,” *J. Sos. Ekon. Pertan.*, vol. 14, no. 1, pp. 41–54, 2018.
- [5] D. . Permana, “Analisis Peluang Bisnis Media Cetak Melalui Pendekatan Bisnis Model Canvas Untuk Menentukan Strategi Bisnis Baru,” *Fakt. Exacta*, vol. 6, no. 4, pp. 309–319, 2013.
- [6] R. P. Pratama and E. Azis, “Analisis Model Bisnis Dengan Pendekatan Business Model Canvas (Studi Kasus MxD),” *e-Proceeding Manag.* , vol. 5, no. 3, pp. 3005–3019, 2018.
- [7] A. Osterwalder and Y. Pigneur, *Business Model Generation*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2012.
- [8] M. D. T. A. A. P. F. P. A. Ramdhani, “E-Business Analysis of Garut University (UNIGA) Using the Business Model Canvas,” *Int. J. Sci. Res.*, vol. 3, no. 6, pp. 529–534, 2014.