

Perspektif Kewirausahaan Sosial dalam Kelompok Usaha Nata de Coco Sejahtera Mandiri di Nagari Balai Baiak III Koto, Kabupaten Padang Pariaman

Helmy Gusriani^{1*}, Ferdhinal Asful², Zulvera³

¹Mahasiswa Program Studi Penyuluhan Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Andalas, Padang, Indonesia

²Staf Pengajar Program Studi Penyuluhan Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Andalas, Padang, Indonesia

³Staf Pengajar Program Studi Penyuluhan Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Andalas, Padang, Indonesia

*Corresponding author. Email: helmygusriani13@gmail.com

Received: 2 Mei 2023

Accepted: 8 Juni 2023

Available online: 29 Juni 2023

ABSTRACT

This study aims to describe the application of social entrepreneurship elements and describe the canvas business model for social entrepreneurship development in the Nata de Coco Sejahtera Mandiri business group. This research was conducted for 1 month (July-August 2022). This type of research is descriptive qualitative using the case study method. The data used are primary data and secondary data obtained through observation, in-depth interviews and documentation. For the first objective, the data was analyzed using the Miles and Huberman data analysis model, and for the second objective, it was analyzed descriptively qualitatively, then an assessment of the social benefits of the program was carried out using the Social Return of Investment (SRoI) method. The results of this study indicate that the elements of social entrepreneurship have been implemented by the Nata de Coco Sejahtera Mandiri business group in the form of social values, civil society, innovation and economic activity but have not optimally provided benefits. Nine elements in the business model canvas for social entrepreneurship development have been implemented consisting of customer segmentation, value proposition and social value, channels, customer relationships, revenue streams and community reinvestment, key activities, key resources, key partners, and cost structure, but not yet optimal. Based on the SRoI assessment of the Nata de Coco Sejahtera Mandiri business group, it can be concluded that the benefits generated are 1:0.03, meaning that social entrepreneurship activities have not been able to create sustainability benefits for stakeholders and have not been able to create social business independence, because the resulting SRoI ratio is less than 1 (<1). We recommend that the Nata de Coco Sejahtera Mandiri business group optimize the management of environmental aspects by managing liquid waste from the production of Nata de Coco produced, increasing the participation of local residents and increasing the scale of social business.

Keywords : Social Entrepreneurship, Nata de Coco, SRoI

1. PENDAHULUAN

Ketidakmerataan pembangunan ekonomi menjadi salah satu penyebab terjadinya kemiskinan (Firdaus, 2014: 55). Kemiskinan diartikan sebagai ketidakberdayaan seseorang dalam memenuhi kebutuhan dasarnya karena mereka tidak mampu dalam mengakses atau menguasai sumber-sumber ekonomi. Usaha pengentasan kemiskinan dilakukan agar penduduk miskin dapat keluar dari jaring kemiskinan. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan melakukan pengembangan program kewirausahaan sosial.

Kewirausahaan sosial (*social entrepreneurship*) adalah strategi/ pendekatan untuk menyelesaikan suatu permasalahan sosial melalui prinsip-prinsip bisnis atau kewirausahaan. Tujuan kewirausahaan sosial adalah untuk menyelesaikan masalah sosial yang ada di masyarakat terutama kemiskinan. Kewirausahaan sosial menjadi salah satu konsep alternatif untuk mengkaji aktivitas kewirausahaan dengan tujuan tidak hanya ekonomi semata, namun juga tentang sosial dan lingkungan. Perkembangan para wirausaha sosial (*social entrepreneurs*) merupakan sebuah peluang baru yang mulai disadari oleh berbagai kalangan, terutama kalangan yang mampu memanfaatkan potensi lokal dan mengenali peluang usaha dari

masalah sosial yang dihadapi masyarakat sekitar. Sehingga kewirausahaan yang dijalankan perlu menerapkan elemen-elemen kewirausahaan sosial dan juga menggunakan metode perencanaan berupa model kanvas kewirausahaan sosial dalam pengembangan usaha sosial yang dijalankan. Model kanvas kewirausahaan sosial adalah suatu *tools* model bisnis sosial yang menggambarkan secara rasional dari suatu organisasi atau kelompok dalam menciptakan usaha, mengembangkan produk dan nilai, serta bagaimana produk atau jasa yang diciptakan dapat tersalurkan ke pelanggan (Osterwalder dan Pigneur, 2010 *dalam* Kusumastuti, dkk., 2018: 135).

Salah satu kelompok usaha di Kecamatan IV Koto Aur Malintang Kabupaten Padang Pariaman, ada di Nagari Balai Baiak, yaitu kelompok usaha Nata de Coco Sejahtera Mandiri. Nagari Balai Baiak merupakan salah satu nagari yang menghasilkan kelapa paling banyak di Kecamatan IV Koto Aur Malintang. Kelompok usaha Nata de Coco Sejahtera Mandiri ini dibentuk untuk mengoptimalkan nilai tambah produk melalui pengolahan hasil produksi kelapa di daerah tersebut. Hasil produksi kelapa tersebut berupa air kelapa yang diolah menjadi Nata de Coco.

Kelompok usaha Nata de Coco Sejahtera Mandiri berdiri pada tahun 2019 yang didirikan oleh ibu-ibu di Nagari Balai Baiak III Koto atas dukungan Badan Amil Zakat Nasional (Baznas). Pada tahun 2020 kelompok usaha Nata de Coco Sejahtera Mandiri mendapat dukungan berupa bantuan dari Baznas Indonesia yang bermitra atau bekerjasama dengan Baznas Kabupaten Padang Pariaman melalui sebuah program yang dinamakan *Zakat Community Development (ZCD)*. Program ini berfokus pada pengentasan kemiskinan melalui pemberdayaan masyarakat untuk mengkeasikan sebuah produk/merek yang mampu mengangkat potensi serta kearifan lokal sehingga berdampak pada kemajuan nagari dalam aspek sosial, ekonomi dan lingkungan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pendamping kelompok dari Program ZCD ini didapatkan informasi bahwa usaha yang telah dijalankan selama ini sudah mulai menerapkan elemen kewirausahaan sosial. Hal ini dilihat dari manfaat positif dari usaha ini pada berbagai aspek di tengah-tengah masyarakat, seperti aspek sosial, ekonomi dan lingkungan.

Untuk mendalami lebih jauh tentang hal tersebut, maka penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui bagaimana kelompok usaha Nata de Coco Sejahtera Mandiri ini menerapkan elemen-elemen kewirausahaan sosial dalam menjalankan usahanya dan model bisnis kanvas pengembangan

kewirausahaan sosial yang diterapkan untuk pengembangan kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri ini, agar usaha ini dapat berkembang dengan baik dan dapat bermanfaat bagi masyarakat sekitar baik dari segi sosial, ekonomi dan juga lingkungan.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan penerapan elemen-elemen kewirausahaan sosial dalam kelompok usaha Nata de Coco Sejahtera Mandiri dan mendeskripsikan model bisnis kanvas untuk pengembangan kewirausahaan sosial dalam kelompok usaha Nata de Coco Sejahtera Mandiri.

2. KAJIAN LITERATUR

A. Konsep Kewirausahaan Sosial

Menurut Firdaus (2014: 58) dalam kewirausahaan sosial, nilai yang dituju adalah nilai sosial karena kewirausahaan sosial sangat menitikberatkan pada penciptaan ide ataupun gagasan yang bersifat inovatif untuk menyelesaikan permasalahan sosial. Sedangkan menurut beberapa pakar kewirausahaan sosial diantaranya Muhamad Yunus (2007) pendiri Grameen Bank, Perrini dan Vuro (2006) *dalam* Mulyaningrum dan Rusliati (2019: 194), menyebutkan bahwa kewirausahaan sosial memiliki ide dasar untuk menyelesaikan permasalahan sosial yang ada dengan cara mengembangkan bisnis. Tujuan *social entrepreneurship* adalah membuat perubahan sosial, bukan melakukan investasi terhadap modal sosial untuk perubahan (pendapatan) ekonomi semata. Dengan demikian, kewirausahaan sosial merupakan sebuah bisnis dengan tujuan mengatasi masalah sosial dengan mengembangkan kemampuan *entrepreneuership* dan potensi lokal, serta melakukan perubahan sosial (*social change*) untuk meningkatkan kesejahteraan sosial (*social welfare*).

B. Wirausaha Sosial

Wirausaha sosial (*social entrepreneur*) adalah orang yang mampu melihat peluang terhadap permasalahan yang tidak mampu dipecahkan oleh pemerintah untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, dan mereka mengumpulkan sumber daya yang dibutuhkan untuk membuat perubahan (Thompson, *et al.*, 2000 *dalam* Albinsaid, 2018: 62). Menurut Albinsaid (2018: 63) wirausaha sosial adalah seseorang yang mampu melihat masalah sosial sebagai peluang kemudian menggunakan strategi kewirausahaan dan berani mengambil risiko untuk melakukan perubahan sosial ke arah yang lebih baik. Sedangkan Albinsaid (2018: 65) juga

mendefinisikan wirausaha sosial adalah seseorang yang mampu menyelesaikan permasalahan sosial di tengah-tengah masyarakat dengan pendekatan kewirausahaan sosial.

Elemen Kewirausahaan Sosial

Kewirausahaan sosial terdiri dari beberapa elemen kewirausahaan sosial. Menurut Albinsaid (2018: 69) elemen-elemen kewirausahaan sosial terdiri dari empat elemen utama, yaitu nilai sosial (*social value*), masyarakat sipil (*civil society*), inovasi (*innovation*), dan aktivitas ekonomi (*economic activity*) sebagai berikut:

a. Nilai sosial

Nilai sosial pada kewirausahaan sosial ini adalah nilai yang mempunyai peran untuk menyelesaikan permasalahan sosial, seperti masalah ekonomi, kesehatan, lingkungan, dan juga pendidikan. Sedangkan menurut Tenrinippi (2019: 28) *Social value* (nilai sosial) yaitu menciptakan nilai sosial yang nyata bagi masyarakat dan lingkungan sekitar.

b. Masyarakat sipil/komunitas

Kewirausahaan sosial memerlukan peran dan partisipasi masyarakat sipil/komunitas untuk mengoptimalkan potensi modal sosial yang ada ditengah masyarakat. Sedangkan menurut Tenrinippi (2019: 28) *Civil society* (masyarakat sipil/ komunitas) dalam kewirausahaan sosial berasal dari inisiatif dan partisipasi masyarakat sipil dengan mengoptimalkan modal sosial yang ada di tengah-tengah masyarakat. Modal sosial merujuk pada adanya rasa saling percaya di dalam masyarakat (*stocks of social trust*), norma-norma dan jejaring yang dapat dimanfaatkan masyarakat dalam rangka menyelesaikan masalah sosial (Lang dan Hornbung (1998) dalam Fathy, 2019: 4).

c. Inovasi sosial

Inovasi diperlukan dalam kewirausahaan sosial baik inovasi dalam pemecahan masalah sosial yang terjadi, inovasi yang diterapkan pada sebuah model bisnis, inovasi dalam suatu produk, inovasi pada proses pemasaran, maupun inovasi dalam menyelesaikan masalah sosial. Menurut Tenrinippi (2019: 28) inovasi dalam kewirausahaan sosial merupakan pemecahan masalah sosial dengan cara-cara yang inovatif dengan memadukan kearifan lokal dan inovasi sosial. Sedangkan menurut Alvord, *et al.*, (2004) dalam Afiani (2019: 11) inovasi dalam kewirausahaan sosial terdiri dari tiga jenis, yaitu inovasi transformasi, inovasi ekonomi dan inovasi politik. Inovasi transformasi adalah

inovasi dengan membangun kapasitas lokal, sedangkan inovasi ekonomi adalah inovasi dengan menyediakan alat dan sumberdaya untuk meningkatkan produktivitas serta mengubah keadaan ekonomi, dan sedangkan inovasi politik adalah membangun gerakan lokal untuk menentang.

d. Aktivitas ekonomi

Dalam kewirausahaan sosial, aktivitas ekonomi yang terjadi didalamnya harus mampu menyeimbangi antara kegiatan sosial dan kegiatan ekonomi. Menurut Tenrinippi (2019: 28) aktivitas ekonomi pada kewirausahaan sosial harus mampu menyeimbangkan antara aktivitas sosial dan aktivitas bisnis/ ekonomi untuk menjamin kemandirian dan keberlanjutan misi sosial kelompok. Aktivitas ekonomi dikembangkan untuk menjamin terjadinya kemandirian dan keberlanjutan dari misi sosial kelompok.

C. Model Kanvas Kewirausahaan Sosial

Model bisnis kanvas adalah suatu *tools* model bisnis yang menggambarkan secara rasional dari suatu organisasi atau kelompok dalam menciptakan usaha, mengembangkan produk dan nilai, serta bagaimana produk atau jasa yang diciptakan dapat tersalurkan ke pelanggan (Osterwalder dan Pigneur, 2010 dalam Kusumastuti, *et al.*, 2018: 135). Menurut Osterwalder, Pigneur, dan Smith (2010) dalam Sumarni dan Handayani (2020: 322) model bisnis canvas terdiri dari empat dasar blok balam bisnis, yakni penawaran, konsumen, infrastruktur, dan keuangan. Empat blok tersebut terdiri dari sembilan komponen, yakni pertama penawaran meliputi manfaat yang ditawarkan (*value propositions*), kedua konsumen meliputi segmentasi pelanggan (*customer segments*), saluran (*channels*), hubungan dengan pelanggan (*customer relationship*), ketiga infrastruktur meliputi kemitraan (*key partnerships*), kegiatan utama (*key activities*), dan sumber daya (*key resources*), dan keempat keuangan terdiri dari biaya-biaya (*cost structure*) dan aliran pendapatan (*revenue streams*).

Social Return of Investment (SROI)

Social Return on Investment (SROI) adalah sebuah metode yang digunakan untuk mengukur dampak sosial. SROI tidak hanya berbicara mengenai nilai uang, tetapi juga mengukur nilai yang lebih luas seperti nilai sosial, ekonomi dan lingkungan. SROI melibatkan para pemangku kepentingan (*stakeholder*) dari suatu program/proyek untuk dianalisis untuk mengeksplorasi berbagai dampak yang dirasakan setelah program/

proyek tersebut berjalan. SROI juga merupakan suatu metode yang dapat digunakan untuk mengukur kembalian bisnis dari aktivitas sosial yang dilakukan oleh perusahaan. SROI dimaksudkan untuk mengukur dampak dengan nilai biaya program yang telah diinvestasikan (Asmita, Andayani, dan Maesarach, 2020: 3).

D. Agribisnis Nata de Coco

Agribisnis adalah suatu konsep utuh yang didalamnya terdiri dari beberapa sistem agribisnis. Sistem agribisnis terdiri dari: sub sistem agribisnis hulu (*off farm hulu*) meliputi kegiatan input produksi, informasi dan teknologi; sub sistem usaha tani (*on-farm*) meliputi kegiatan produksi pertanian; sub sistem agribisnis hilir (*off farm hilir*) meliputi kegiatan pengolahan dan pemasaran; dan sub sistem penunjang (Zakaria, 2015:9). Nata de coco yaitu jenis komponen minuman yang merupakan senyawa selulosa (*dietary fiber*), yang dihasilkan dari air kelapa melalui proses fermentasi, dan melibatkan mikroba golongan bakteri *Acetobacter xylinum* (Pambayun, 2002 dalam Tutuarima, Rosalina dan Muthia, 2019: 57).

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri di Nagari Balai Baiak III Koto, Kecamatan IV Koto Aur Malintang, Kabupaten Padang Pariaman. Informan penelitian adalah mereka yang mengetahui dan mempunyai banyak informasi pokok yang diperlukan oleh peneliti. Menurut Afrizal (2014: 139) informan terbagi dua yaitu informan kunci dan informan pengamat. Informan kunci pada penelitian ini terdiri dari anggota kelompok yang berjumlah 4 orang terdiri dari ketua, sekretaris, dan 2 anggota. Informan pengamat pada penelitian ini terdiri dari pendamping kelompok. Topik pengamatan untuk tujuan pertama terdiri dari nilai sosial (*social value*), masyarakat sipil (*civil society*), inovasi (*innovation*), dan aktivitas ekonomi (*economic activity*). Topik pengamatan untuk tujuan kedua yaitu segmentasi pelanggan (*customer segment*), nilai proposisi (*value proposition*) dan nilai sosial (*social value*), saluran (*channels*), hubungan pelanggan (*customer relationship*), aliran pendapatan (*revenue streams*) dan investasi ulang komunitas (*community reinvestment*), kegiatan utama (*key activities*), sumber daya utama (*key resources*), mitra kunci (*key allies*), dan struktur biaya (*cost of delivery*). Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif menggunakan metode studi kasus. Metode penelitian kualitatif artinya objek yang dikembangkan apa adanya, tidak

dimanipulasi oleh peneliti serta kehadiran peneliti mempengaruhi dinamika dari objek yang akan diteliti tersebut (Sugiyono, 2019:17). Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder yang berkaitan dengan penelitian ini, data dikumpulkan melalui observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi. Analisa data pada tujuan pertama menggunakan analisis data Model Miles and Huberman yang merupakan teknik analisa data dalam penelitian kualitatif yang dilakukan secara interaktif dan terus menerus sehingga datanya jenuh (Sugiyono, 2019: 321). Adapun langkah-langkahnya adalah reduksi data, penyajian data (*display data*), dan penarikan kesimpulan (*verifikasi*). Untuk tujuan kedua data dianalisis secara deskriptif kualitatif, kemudian dilakukan penilaian terhadap manfaat yang dari program yang dilakukan kelompok menggunakan metode *Social Return on Investment* (SROI). Secara sederhana SROI akan menghasilkan sebuah rasio yang dihitung menggunakan persamaan berikut (Purwohedhi, 2016: 13):

$$SROI = \frac{\text{Net present value of benefits}}{\text{Net present value of investment}}$$

- *Present value of benefits* = nilai saat ini atas manfaat yang dihasilkan diukur dengan satuan uang
- *Present value of investment* = nilai seluruh input yang telah dikeluarkan untuk menjalankan kegiatan program

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penerapan Elemen-elemen Kewirausahaan Sosial pada Kelompok Usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri

Elemen-elemen kewirausahaan sosial yang diterapkan oleh kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri sebagai berikut:

1. Nilai Sosial (*Social Value*)

Nilai sosial merupakan elemen yang paling khas dari kewirausahaan sosial. Nilai sosial pada kewirausahaan sosial adalah nilai yang mempunyai peran untuk menyelesaikan permasalahan sosial, seperti masalah lingkungan, sosial, dan juga ekonomi (Albinsaid, 2018: 69). Adapun nilai sosial yang sudah diterapkan pada kelompok usaha Nata de Coco Sejahtera Mandiri adalah:

a. Manfaat lingkungan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa manfaat lingkungan pada kelompok usaha Nata de Coco Sejahtera Mandiri adalah input produksi memanfaatkan limbah yang ada seperti limbah air kelapa, pemeliharaan kebersihan tempat produksi

dan peralatan yang digunakan, pengelolaan limbah padat hasil produksi nata menjadi minuman jelly dan juga pakan ternak, dan kemasan yang digunakan masih kemasan plastik, tetapi pada kemasan sudah terdapat informasi untuk membuang sampah pada tempatnya.

b. Manfaat sosial

Berdasarkan hasil penelitian manfaat sosial terdapat pada bidang pendidikan menambah pengetahuan dan keterampilan anggota kelompok.

c. Manfaat ekonomi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa manfaat ekonomi dari kelompok usaha Nata de Coco Sejahtera Mandiri adalah sebagai pekerjaan sampingan bagi anggota kelompok.

2. Masyarakat Sipil (*Civil Society*)

Dalam kewirausahaan sosial memerlukan peran dan partisipasi masyarakat sipil (komunitas) untuk mengoptimalkan modal sosial yang ada ditengah-tengah masyarakat (Albinsaid, 2018: 69). Keterlibatan komunitas ditujukan dengan adanya kelompok usaha Nata de Coco Sejahtera Mandiri, dimana keanggotaan kelompok ini terdiri dari ibu-ibu rumah tangga petani yang berada di sekitar Nagari Balai Baiak III Koto. Adapun modal sosial yang diterapkan dalam interaksi antar ibu ibu di komunitas, dapat dijelaskan sebagai berikut.

a. Partisipasi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa bentuk partisipasi yang ada dalam kelompok usaha Nata de Coco Sejahtera Mandiri adalah kerjasama anggota yang dilakukan dalam setiap kegiatan yang akan dilakukan kelompok.

b. Rasa saling percaya

Hasil penelitian didapatkan bahwa adanya keterbukaan dan kepercayaan antar sesama anggota kelompok, dan adanya rasa saling percaya terhadap kegiatan dan informasi yang disampaikan dalam kelompok usaha Nata de Coco Sejahtera Mandiri.

c. Norma sosial

Berdasarkan hasil penelitian tidak ada aturan tertulis yang mengikat anggota kelompok. Namun, dalam kelompok usaha Nata de Coco Sejahtera Mandiri hanya terdapat aturan secara lisan yang disepakati bersama yaitu mengenai kehadiran, pendapatan anggota, dan masalah keuangan/uang kas kelompok.

3. Inovasi (*Innovation*)

Inovasi dalam kewirausahaan sosial merupakan pemecahan masalah sosial dengan cara-cara yang inovatif dengan memadukan kearifan lokal dan inovasi sosial (Tenrinippi, 2019: 28). Inovasi yang ada dalam kelompok usaha Nata de

Coco Sejahtera Mandiri adalah inovasi produk dan inovasi jasa.

a. Inovasi produk

Inovasi produk pada kelompok usaha Nata de Coco Sejahtera Mandiri adalah produk dibuat dalam bentuk dua kemasan yaitu kemasan plastik ukuran 500 gr dan kemasan cup/gelas plastik ukuran 220 ml. Produk dibuat dalam dua rasa, yaitu rasa leci dan rasa pandan. Produk yang dibuat memiliki manfaat bagi kesehatan dan produk yang dibuat merupakan inovasi dari pemanfaatan produk kelapa lokal.

b. Inovasi jasa

Inovasi jasa pada kelompok usaha Nata de Coco Sejahtera Mandiri adalah pada proses pemasaran. Dimana kelompok usaha Nata de Coco Sejahtera Mandiri memberikan pelayanan pemesanan kepada pelanggan yang dapat dilakukan melalui WA (*WhatsApp*). Promosi dilakukan melalui WA dan event yang diadakan di nagari/desa tersebut dan penawaran harga yang diberikan lebih murah dibandingkan dengan produk lain.

4. Aktivitas Ekonomi (*Economic Activity*)

Aktivitas ekonomi dikembangkan untuk menjamin kemandirian dan keberlanjutan misi sosial kelompok. Dalam kewirausahaan sosial, aktivitas ekonomi harus mampu menyeimbangkan antara aktivitas sosial dan aktivitas ekonomi/ bisnis untuk menjamin kemandirian dan keberlanjutan misi sosial kelompok (Tenrinippi, 2019: 28). Bentuk aktivitas ekonomi yang dilakukan oleh kelompok usaha Nata de Coco Sejahtera Mandiri adalah sebagai berikut:

a. Kegiatan yang menghasilkan nilai ekonomi

Kegiatan yang menghasilkan nilai ekonomi pada kelompok usaha Nata de Coco Sejahtera Mandiri adalah penawaran produk dan jasa yang terdiri dari penawaran produk Nata de Coco, penawaran bibit dan pemasaran produk.

b. Tenaga kerja

Berdasarkan hasil penelitian tenaga kerja yang digunakan adalah tenaga kerja anggota kelompok yang berjumlah 4 orang.

c. Pendapatan

Pendapatan yang diterima oleh masing-masing anggota kelompok berbeda-beda, berdasarkan jumlah kehadiran anggota tersebut dalam proses produksi Nata de Coco.

Model Bisnis Kanvas Kewirausahaan Sosial pada Kelompok Usaha Nata de Coco Sejahtera Mandiri

Model bisnis kanvas terdiri dari 9 *tools*, namun dalam kewirausahaan sosial model bisnis kanvas memiliki sedikit modifikasi. Model bisnis

kanvas kewirausahaan sosial dalam kelompok usaha Nata de Coco Sejahtera Mandiri, sebagai berikut:

a. Segmentasi pelanggan

Segmentasi pelanggan (*customer segment*) pada kelompok usaha Nata de Coco Sejahtera Mandiri adalah masyarakat sekitar Nagari Balai Baiak dan ada juga diluar daerah seperti Kota Padang. Pelanggan nata de coco juga terdiri dari pedagang, petani, dosen, anak-anak hingga dewasa. Dimana umur pelanggan ini berkisaran antara 5 tahun hingga 60 tahun. Produk nata de coco ini dapat dikonsumsi oleh semua kalangan, baik dari segi umur, pekerjaan, dan juga tempat tinggal.

b. Nilai proposisi dan manfaat sosial

Nilai proposisi (*value proposition*) yang ditawarkan adalah dari segi produk, produk nata de coco ini berbahan baku utama air kelapa yang merupakan potensi daerah tersebut. Dari segi kesehatan, produk nata de coco ini juga memiliki manfaat bagi kesehatan karena kandungan nutrisi didalamnya dapat meningkatkan kekebalan tubuh dan dapat memenuhi kebutuhan air dalam tubuh, serta memperlancar sistem pencernaan. Dari segi harga, kelompok usaha ini memberikan harga yang lebih murah dan terjangkau oleh pelanggan dari produk lain.

Kelompok usaha Nata de Coco Sejahtera Mandiri juga memiliki manfaat sosial, karena program yang dijalankan dari Baznas tentunya usaha ini juga memiliki manfaat sosial dibidang keagamaan dan pendidikan kewirausahaan. Kelompok usaha ini menyalurkan bantuan berupa meja belajar, rak buku, iqra', dan juga Al-qur'an untuk anak-anak yang belajar agama di mushalla disekitar lokasi produksi.

c. Saluran

Saluran yang dimiliki kelompok usaha ini dalam menjangkau pelanggan terdiri dari dua, yaitu secara *offline* dan *online*. Secara *offline* atau secara langsung dilakukan promosi dan menjual produk secara langsung ke warung-warung yang ada di sekitar Nagari Balai Baiak dan juga bisa membeli secara langsung ke rumah ketua kelompok (rumah produksi) atau dipesan melalui anggota kelompok. Secara *online* atau tidak langsung dilakukan promosi dan pemesanan melalui WA (WhatsApp), namun promosi secara *online* ini dinilai kurang efektif karena promosi tidak dilakukan secara konsisten, jadi pesanan yang diterima juga sedikit.

d. Hubungan pelanggan

Hubungan pelanggan (*customer relationship*) yang dilakukan oleh kelompok usaha Nata de Coco Sejahtera Mandiri untuk menjaga hubungan dengan pelanggan adalah dengan memberikan pelayanan yang baik dan juga membangun kepercayaan

pelanggan dengan menjaga kualitas produk dan memberikan harga yang terjangkau untuk mempertahankan pelanggan.

e. Aliran pendapatan dan investasi ulang komunitas

Aliran pendapatan (*revenue streams*) pada kelompok usaha ini didapatkan dari hasil penjualan produk nata de coco itu sendiri. Kelompok usaha ini mendapatkan modal usaha dari Baznas Indonesia yang bermitra dengan Baznas Kabupaten Padang Pariaman sebesar Rp. 30.000.000,-. Modal ini didapatkan secara bertahap yang diberikan berupa alat dan bahan untuk memproduksi nata de coco.

Investasi ulang komunitas (*community reinvestment*) kelompok usaha nata de coco adalah berasal dari hasil penjualan produk nata de coco. Dalam hal ini, hasil penjualan yang didapatkan akan dikeluarkan modal untuk produksi nata de coco dan upah tenaga kerja (pendapatan bagi anggota kelompok), setelah itu sisanya dijadikan uang kas kelompok yang nantinya akan digunakan untuk keperluan kelompok.

f. Kegiatan utama

Kegiatan utama (*key activities*) yang dilakukan oleh kelompok usaha ini adalah kegiatan penyediaan input produksi, kegiatan produksi nata de coco, pengolahan hasil produksi, pengolahan limbah hasil produksi nata de coco, dan aktivitas berhubungan dengan pelanggan.

g. Sumber daya utama

Sumber daya utama (*key resources*) pada kelompok usaha ini terdiri dari sumber daya manusia, sumber daya fisik, dan sumber daya finansial. Sumber daya manusia yang dimiliki kelompok adalah sumber daya manusia atau tenaga kerja yang berasal dari anggota kelompok yang berjumlah 15 orang. Sumber daya fisik yang dimiliki kelompok dalam kegiatan produksi adalah ruang penyimpanan nata serta alat-alat lainnya yang digunakan untuk menunjang proses produksi nata de coco, seperti botol sirup untuk pembibitan nata, nampan untuk fermentasi nata, serta alat-alat pendukung lainnya yang meliputi dirigen ukuran 30 liter, dandang besar dan kecil, mesin cutting nata atau mesin pemotong nata, alat pres, mesin cup sealer, freezer, saringan santan, gayung dan gayung tangkai, kompor dan regulator, tabung gas 3 kg, baskom besar, drum plastik/tong, corong besar dan kecil, timbangan, blender, sikat/brush botol, dan karet. Sedangkan sumber daya finansial yang dimiliki kelompok adalah uang kas kelompok.

h. Mitra kunci

Mitra kunci atau *key allies* yang dimiliki kelompok usaha Nata de Coco Sejahtera Mandiri adalah Baznas Indonesia yang bermitra dengan

Baznas Kabupaten Padang Pariaman, pedagang santan, pedagang pasar dan juga pedagang kecil/warung-warung di sekitar Nagari Balai Baiak.

Tabel 1. Model bisnis kanvas untuk pengembangan kewirausahaan sosial pada kelompok usaha Nata de Coco Sejahtera Mandiri

Mission: memberdayakan masyarakat Nagari Balai Baiak III Koto, Kecamatan IV Koto Aur Malintang Kabupaten Padang Pariaman, untuk memaksimalkan pengolahan hasil produksi alam dalam rangka peningkatan ekonomi masyarakat			
IMPLEMENTATION	VALUE	MARKET	
Mitra Kunci <ul style="list-style-type: none"> Baznas Indonesia Baznas Kab. Padang Pariaman Pedagang santan Pedagang pasar Warung 	Nilai Proposisi <ul style="list-style-type: none"> Produk yang dijual dengan kelola potensi lokal (kelapa) Produk memiliki manfaat kesehatan Harga lebih murah dan terjangkau Manfaat Sosial <ul style="list-style-type: none"> Menjadi pekerjaan tambahan bagi anggota 	Hubungan Pelanggan <ul style="list-style-type: none"> Melayani pelanggan dengan baik Menjaga kepercayaan pelanggan Memberikan produk yang berkualitas Harga lebih murah 	Saluran <ul style="list-style-type: none"> Sosial media (WA) Warung Grosir
FINANCES			
Biaya-biaya <ul style="list-style-type: none"> Biaya input produksi nata de coco (pembuatan bibit nata) Biaya produksi nata de coco Biaya pengolahan nata de coco Biaya pengemasan nata de coco Biaya pengantaran air kelapa (upah ojek) Biaya atau upah tenaga kerja anggota kelompok 		Aliran Pendapatan dan Investasi Ulang Komunitas <ul style="list-style-type: none"> Penjualan produk nata de coco dan uang kas kelompok 	

i. Biaya-biaya

Biaya-biaya (*cost of delivery*) merupakan semua biaya yang dikeluarkan kelompok usaha dalam menjalankan aktivitas yang dilakukan. Adapun biaya-biaya yang dikeluarkan kelompok dalam menjalankan usahanya adalah biaya penyediaan input produksi, biaya produksi nata, biaya pengolahan hasil produksi, biaya pengemasan, biaya transportasi, dan pendapatan/upah tenaga kerja anggota kelompok.

Berdasarkan hasil penelitian, secara ringkas model bisnis kanvas untuk pengembangan kewirausahaan sosial pada kelompok usaha Nata de Coco Sejahtera Mandiri dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 2. Data Manfaat yang didapatkan *Stakeholder* dari Kelompok Usaha Nata de Coco Sejahtera Mandiri

No	Impact/Dampak	Pendekatan Perhitungan	Value/Nilai (Rp)
Kelompok			
1	Pendapatan kelompok	Jumlah pendapatan kelompok	557.000
2	Kas kelompok	Jumlah uang kas yang berasal dari kontribusi pendapatan kelompok	75.000
Pelanggan			
3	Harga produk yang lebih murah dari produk lain	Selisih harga yang didapatkan jika dibanding dengan harga produk lain x dengan jumlah produk	$(13.000-10.000) \times 8 = 24.000$ (kemasan plastik) $(22.000-19.000) \times 13 = 39.000$ (13 kardus kemasan gelas) Total: $24.000 + 39.000 = 63.000$
Pedagang santan (air kelapa)			
4	Penghasilan tambahan dari pembelian proses produksi x kebutuhan banyak proses usaha	Jumlah pembelian air kelapa setiap proses produksi x banyak proses produksi	$10.000 \times 4 = \text{Rp.}40.000$
Ojek (transportasi umum)			
5	Penghasilan tambahan dari biaya transportasi pengantaran air kelapa	Biaya transportasi x banyak proses produksi	$25.000 \times 4 = 100.000$
Penjual pengadaan bahan input produksi			
6	Penghasilan tetap dari penjualan kebutuhan usaha selama proses produksi	Jumlah pembelian pengadaan input produksi nata selama proses produksi (Lampiran 11)	223.330
Penjual kemasan nata			
7	Penghasilan tetap dari penjualan kebutuhan usaha selama proses produksi	Banyaknya kemasan yang digunakan selama proses produksi (Lampiran 11)	43.600

Setelah mengetahui model bisnis kanvas pengembangan kewirausahaan sosial pada kelompok usaha Nata de Coco Sejahtera Mandiri ini, kemudian dilakukan penilaian manfaat yang dihasilkan dari kegiatan program yang dilakukan. Penilaian manfaat ini dilakukan terhadap *stakeholders* yang terlibat dalam kegiatan yang dilakukan kelompok usaha Nata de Coco Sejahtera Mandiri. Manfaat kewirausahaan sosial yang dijalankan kelompok usaha Nata de Coco Sejahtera Mandiri dapat dilihat melalui analisis *Social Return of Investment* (SROI) yang bisa diperoleh oleh masing-masing pihak yang terlibat.

Nilai input yang disalurkan Baznas pada kelompok usaha Nata de Coco Sejahtera Mandiri adalah sebanyak Rp.30.000.000,- sebagai bantuan modal usaha, dan *impact* yang diterima oleh para *stakeholders* dengan total sebesar Rp. 1.101.930. Hal tersebut dapat dilihat pada Tabel 3 sebagai berikut.

Tabel 3. Nilai Input dan Setiap Manfaat Bagi *Stakeholder* dari Kelompok Usaha Nata de Coco Sejahtera Mandiri

No	Uraian	Value
1.	Input (Modal Investasi Awal)	
	Bantuan Baznas berupa input bahan-bahan untuk produksi nata	Rp.30.000.000
	Total (1) <i>Net present value on investment</i>	Rp.30.000.000
2.	<i>Impact/ dampak</i>	
	1. Anggota kelompok	Rp. 632.000
	2. Pelanggan	Rp. 63.000
	3. Pedagang santan	Rp. 40.000
	4. Tukang ojek	Rp. 100.000
	5. Penjual pengadaan bahan input produksi nata	Rp. 223.330
	6. Penjual kemasan nata	Rp. 43.600
	Total (2) <i>Net present value of benefits</i>	Rp.1.101.930
	SROI = Total (2) : Total (1)	0,03

Berdasarkan hasil perhitungan SROI, dapat diketahui bahwa manfaat yang dihasilkan dari program yang dijalankan kelompok usaha Nata de Coco Sejahtera Mandiri adalah 1:0,03. Artinya kegiatan program tidak/belum memiliki manfaat, karena rasio SROI yang dihasilkan kurang dari 1 (<1), artinya manfaat program yang dihasilkan lebih kecil dari dana yang disalurkan.

Berdasarkan hasil perhitungan SROI pada Tabel 3, manfaat yang dihasilkan program tersebut

adalah kurang dari 1 atau sebesar 0,03, artinya setiap Rp.1 yang diinvestasikan oleh Baznas memiliki manfaat sebesar Rp. 0,03 dengan kata lain manfaat yang dihasilkan program tersebut lebih kecil dibandingkan dana yang diinvestasikan pada kelompok.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian pada kelompok usaha Nata de Coco Sejahtera Mandiri, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Elemen-elemen kewirausahaan sosial yang diterapkan kelompok usaha Nata de Coco Sejahtera Mandiri yang terdiri dari *social value*, *civil society*, *innovation* dan *economic activity*, cenderung masih terbatas, sehingga kelompok usaha ini belum memiliki manfaat yang diharapkan, baik manfaat lingkungan, sosial maupun ekonomi.
2. Model bisnis kanvas untuk pengembangan kewirausahaan sosial sudah diterapkan dalam kelompok usaha Nata de Coco Sejahtera Mandiri yang terdiri dari 9 elemen. Adapun perinciannya dapat dijelaskan sebagai berikut, *customer segment* masyarakat sekitar Nagari Balai Baiak, petani, pedagang, anak-anak hingga dewasa. *Value proposition* dan *social value* produk memanfaatkan potensi lokal, manfaat kesehatan, harga lebih murah, serta membuka lapangan pekerjaan dan menambah pendapatan bagi anggota. *Channels* sosial media (WA) dan warung, sedangkan *customer relationships* melayani pelanggan, menjaga kepercayaan pelanggan, produk yang berkualitas, dan harga lebih murah. *Revenue streams dan community reinvestment* hasil penjualan produk nata dan uang kas kelompok. *Key activities* kegiatan penyediaan input produksi, kegiatan produksi, kegiatan pengolahan hasil produksi, kegiatan pengolahan limbah hasil produksi, dan aktivitas yang berhubungan dengan pelanggan. *Key resources*, sumber daya manusia terdiri dari anggota kelompok, sumber daya fisik segala peralatan yang mendukung dalam kegiatan produksi nata, dan sumber daya finansial berasal dari uang kas kelompok. *Key allies* Baznas Indonesia, Baznas Kabupaten Padang Pariaman, pedagang santan, pedagang pasar, dan warung disekitar Balai Baiak. *Cost of delivery* biaya penyediaan input produksi, biaya produksi, biaya pengolahan hasil produksi, biaya pengemasan, dan biaya upah tenaga kerja/pendapatan anggota kelompok. Berdasarkan hasil penilaian SROI pada

kelompok usaha Nata de Coco Sejahtera Mandiri dapat disimpulkan bahwa manfaat yang dihasilkan adalah 1:0,03 artinya kegiatan pengembangan kewirausahaan sosial yang dilakukan belum mampu mewujudkan keberlanjutan manfaat bagi para *stakeholders* dan belum dapat mewujudkan kemandirian usaha sosial.

REFERENSI

- Afiani, Nur. (2019). Analisis Elemen dan Dampak Kewirausahaan Sosial Terhadap Kinerja Usaha Mitra KampungWisata Bisnis Tegal Baru. [Skripsi]. Bogor. Fakultas Manajemen dan Bisnis. Institut Pertanian Bogor. 58 hal.
- Afrizal. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif dalam Berbagai Disiplin Ilmu*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. 261 hal.
- Albinsaid, Gamal. 2018. Era Baru Wirausaha Sosial. Malang: CV. Indonesia Medika. 254 hal.
- Asmita, B., Andayani, D. R., & Maesarach, R. M. (2020). Penilaian Dampak Investasi Sosial Program Baznas Microfinance Desa Menggunakan Metode *Social Return On Investment* (SROI). *Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi (KNEMA)*, pp. 1-13.
- Fathy, R. (2019). Modal Sosial: Konsep, Inklusivitas dan Pemberdayaan Masyarakat. *Jurnal Pemikiran Sosiologi*, 6(1), 1-17
- Firdaus, Nur. 2014. Pengentasan Kemiskinan Melalui Pendekatan Kewirausahaan Sosial. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan* 22 (1): 55-67.
- Kusumastuti, Retno, dkk. 2018. Understanding Bussiness Model of Social Innovation: Kajian Desa Wisata Bisnis Tegal Waru. *Jurnal Pemikiran dan Penelitian Administrasi Bisnis dan Kewirausahaan* 3 (2): 131-142.
- Mulyaningrum & Rusliati, E. (2019). Membangun Kewirausahaan Sosial Sektor Agribisnis Sebagai Inovasi Peluang Kerja Pedesaan: Studi Kasus Pada Usaha Jamur “Saung Suung Yuceu” Majalengka. *Prosiding Seminar dan Lokakarya Kualitatif Indonesia*, pp. 193- 202.
- Purwohedi, Unggul. 2016. *Social Return on Investment (SROI) Sebuah Teknik untuk Mengukur Manfaat/ Dampak dari Sebuah Program atau Proyek*. Yogyakarta: LeutikaPrio. 88 hal.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. 444 hal.
- Sumarni, E., & Handayani, M. A. (2020). Strategi Pengembangan Bisnis Usaha Mikro Kecil Menengah Keripik Pisang dengan Pendekatan *Business Model Canvas*: (Studi Kasus UMKM Arabar Shop di Kota Bandar Lampung, Provinsi Lampung). *Journal Management, Business, and Accounting*, 19(3), 320-330.
- Tenrinippi, A. (2019). Kewirausahaan Sosial di Indonesia: Apa, Mengapa, Kapan, Siapa, dan Bagaimana). *Meraja Journal*, 2(3), 25-40.