

**Analisis Pemetaan Bisnis Badan Usaha Milik Kampung Agro Makmur Kampung
Depokrejo Kecamatan Trimurjo Kabupaten Lampung Tengah**

Bambang Suhada¹, Sri Retnaning Rahayu², Agus Setiawan³

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Universitas Muhammadiyah Metro

Email: agussetiawan123@gmail.com

Abstrak

Strategi penguatan ekonomi desa melalui BUMDes, menjadi salah satu solusi untuk melepaskan ketergantungan masyarakat desa terhadap bantuan pemerintah dan untuk menggali potensi daerah. Keberhasilan dari Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) sangat ditentukan oleh strategi yang diambil oleh pengelola atau pengurus BUMDes. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis hasil Pemetaan Bisnis BUMKam Agro Makmur Kampung Depokrejo Kecamatan Trimurjo Kabupaten Lampung Tengah. Jenis penelitian adalah penelitian yang mengkombinasikan pendekatan kuantitatif dan kualitatif dengan rancangan observasional analitik. Objek dalam penelitian ini adalah pemetaan bisnis menggunakan Business Model Canvas. Kegiatan penelitian ini dilakukan pada Badan Usaha Milik Kampung di Kampung Depokrejo Kecamatan Trimurjo Kabupaten Lampung Tengah. Hasil penelitian menunjukkan Segmen Pelanggan dari BUMKam Agro Makmur Kampung Depokrejo adalah perusahaan yang mendaur ulang sampah serta masyarakat yang membutuhkan produk daur ulang untuk keperluan industri kreatif dalam skala kecil. Porsi nilai produk yang dihasilkan sudah disortir sejak dari rumah tangga sehingga tidak hanya sampah yang dihasilkan sudah terpilih-pilah dengan baik. Jaringan usaha dengan pabrik yang ada di dalam provinsi Lampung dan juga antar provinsi. Hubungan dengan pelanggan dilakukan dengan komunikasi terkait spesifikasi sampah yang memenuhi kriteria mereka serta update harga terbaru Sumber pendapatan utama adalah selisih antara harga beli dan harga jual jumlah produk yang dihasilkan. Sumber Daya Kunci terdiri atas masyarakat yang menyetorkan sampah daur ulang, pengurus badan usaha serta sarana dan prasarana. Kegiatan Inti menyediakan sampah daur ulang yang sudah di kelompokkan dalam berbagai jenis seperti sampah plastik, kertas, kardus, besi dan lain-lain Kemitraan kunci dengan masyarakat, pabrik penampung produk serta lembaga perangkat kampung Struktur biaya diantaranya yaitu biaya modal, biaya operasional, biaya overhead dan biaya untuk gaji dari pengurus

Kata Kunci: Business model canvas, BUMKam

Abstract

The strategy of strengthening the village economy through BUMDes is one of the solutions to release the dependence of village communities on government assistance and to explore regional potential. The object of this research is business mapping using Business Model Canvas. This research activity was conducted at the Village-Owned Enterprises in Depokrejo Village, Trimurjo District, Central Lampung Regency. The research population was the Village Officials and the management of the Village-Owned Enterprises. Data collection techniques using interviews and documentation and literature studies. The analytical tool used is using Business Model Canvas analysis. The results showed that the Customer Segment of BUMKam Agro Makmur Kampung Depokrejo is a company that recycles waste and people who need recycled products for the purposes of creative industries on a small scale. The portion of the value of the products produced has been sorted from the

household so that not only the waste produced has been properly sorted. Business network with factories within Lampung province and also between provinces. The main source of income is the difference between the purchase price and the selling price of the number of products produced. Key Resources consist of people who deposit recyclable waste, business entity management and facilities and infrastructure. Key Activities provide recyclable waste that has been grouped into various types such as plastic waste, paper, cardboard, iron and others Key partnerships with the community, product collection factories and village apparatus institutions Cost structure includes capital costs, operational costs, overhead costs and costs for salaries of administrators.

Keywords: *Business Mapping Analysis, BUMKam*

I. Pendahuluan

Permasalahan utama dari pembangunan di Indonesia adalah belum meratanya pertumbuhan ekonomi di Indonesia khususnya untuk daerah-daerah marginal dalam hal ini adalah wilayah pedesaan. Pertumbuhan dan perkembangan ekonomi desa dinilai lamban dalam mengimbangi pertumbuhan ekonomi di daerah perkotaan. Berdasarkan hal tersebut maka pemerintah menjalankan program dana desa guna pemerataan pembangunan dan pertumbuhan ekonomi di seluruh wilayah Indonesia. Pembangunan ekonomi desa harus lebih ditekankan pada peningkatan yang bersamaan antara pertumbuhan ekonomi dengan pendapatan perkapita sehingga akan mendongkrak daya beli untuk memenuhi segala kebutuhan masyarakat (Kemendes, 2017).

Jika dilihat dari tujuan pembangunan desa guna meningkatkan meratakan hasil pembangunan melalui upaya penanggulangan kemiskinan, perekonomian desa dengan cara peningkatan kualitas hidup manusia serta penyediaan pemenuhan kebutuhan dasar, pembangunan sarana dan prasarana, pengembangan potensi ekonomi lokal, serta pemanfaatan sumber daya alam dan lingkungan secara berkelanjutan, dengan mengedepankan kebersamaan, kekeluargaan dan kegotong royongan guna mewujudkan keadilan sosial maka seharusnya program dana desa tersebut dapat menjadi program yang dapat memberikan banyak kontribusi mewujudkan tujuan tersebut.

Sebagaimana diketahui bahwa permasalahan pemerataan pembangunan yang terletak di Desa, menjadikan Desa sebagai ujung tombak pembangunan di Indonesia. Hal ini membuat pemerintah terus berupaya mendorong ekonomi desa dengan penyaluran Dana Desa dan program pengembangan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes). Tujuan BUMDes seperti dalam Permendesa PDT dan Transmigrasi No. 4/2015 adalah, meningkatkan perekonomian desa, meningkatkan usaha masyarakat dalam pengelolaan potensi ekonomi desa.

Badan Usaha Milik Desa (BUMD) sebagai lembaga usaha mandiri masyarakat kampung dibentuk agar menjadi tulang punggung yang menggerakkan roda perekonomian kampung guna mencapai peningkatan kesejahteraan warganya. (Febriyanto : 2023). Upaya memperkuat perekonomian desa berdasarkan kebutuhan dan potensi desa itulah yang menjadi dasar program BUMDes. BUMDes adalah badan usaha yang seluruh atau sebagian besar modalnya dimiliki desa melalui penyertaan modal langsung yang berasal dari kekayaan desa. Tujuan BUMDes seperti dalam Permendesa PDT dan Transmigrasi No. 4/2015 adalah, meningkatkan perekonomian desa, meningkatkan usaha masyarakat dalam pengelolaan potensi ekonomi desa. Lembaga ini diharapkan menjadi kekuatan yang akan bisa mendorong terciptanya peningkatan kesejahteraan dengan cara menciptakan produktivitas ekonomi bagi desa dengan berdasar pada ragam potensi yang dimiliki desa (Kemendes, 2017).

Strategi penguatan ekonomi desa melalui BUMDes, menjadi salah satu solusi untuk melepaskan ketergantungan masyarakat desa terhadap bantuan Pemerintah dan untuk

menggali potensi daerah. BUMDes dikelola oleh masyarakat dan pemerintah desa serta tidak lagi didirikan atas instruksi Pemerintah, tidak dikuasai oleh kelompok tertentu serta dalam menjalankan usahanya untuk kepentingan hajat hidup orang banyak yang strategis di desa. Selain itu lembaga usaha desa yang dikelola oleh masyarakat tersebut dibentuk berdasarkan kebutuhan dan potensi desa (Fitriyani, dkk, (2018).

Keberhasilan dari Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) ditentukan oleh strategi yang diambil oleh pengelola atau pengurus BUMDes. Strategi dapat didefinisikan sebagai suatu arah tindakan atau rencana, termasuk didalamnya sumber daya tertentu yang dibutuhkan, untuk mencapai suatu tujuan BUMDes. BUMDes memiliki perbedaan dengan lembaga ekonomi pada umumnya. Maksud dari perbedaan lembaga ekonomi komersil lainnya agar keberadaan dan kinerja BUMDes mampu memberikan kontribusi yang signifikan terhadap peningkatan kesejahteraan warga desa.

Sebagaimana data Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi (Kemendesa PDTT) melaporkan sepanjang tahun 2022 telah hadir 60.417 BUM Desa. Jumlah tersebut meningkat dari sebelumnya 57.288 BUM Desa pada tahun 2021. Saat ini BUM Desa telah berangsur pulih setelah beberapa waktu lalu diterjang badai pandemi Covid - 19. Pada tahun 2022, dari 60.417 BUM Desa, sebanyak 47.807 BUM Desa yang kembali aktif berusaha, mencakup 156.851 unit usaha. PDB desa berbasis pengeluaran pemerintah desa, keluarga desa dan swasta dari desa mencapai Rp 4.645 triliun pada tahun 2022 (Anisah, 2023)

Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi menyebutkan bahwa masalah hingga sampai saat ini adalah adanya berbagai data yang menyebut bahwa sebagian besar BUMDes masih sebatas berdiri dan belum memiliki aktivitas usaha yang menghasilkan (Kemendes, 2020). Permasalahan tersebut juga ada pada BUMKam di Kampung Depokrejo Kabupaten Lampung Tengah dimana BUMKam yang telah didirikan tidak berkembang sesuai dengan yang diencanakan. Beberapa unit usaha yang dikelola tidak berkembang bahkan terdapat beberapa unit usaha yang tidak diketahui sejauh mana perkembangannya akibat dari pengurus BUMKam yang belum jelas pertanggungjawabannya, serta terkesan pengelolaan keuangan BUMKam yang kurang transparan. Hasil survey awal menggambarkan bawah BUMKam belum dikelola orang yang berkompeten, bidang usaha BUMDes yang ternyata belum memaksimalkan potensi unggulan kampung, serta kontribusi BUMKam terhadap pendapatan kampung yang masih minim. Permasalahan-permasalahan tersebut yang menyebabkan kurangnya kontribusi dari BUMKam terhadap perkembangan ekonomi Kampung Depokrejo.

II. Metode Penelitian

Jenis penelitian adalah penelitian yang mengkombinasikan pendekatan kuantitatif dan kualitatif dengan rancangan observasional analitik. Objek dalam penelitian ini adalah pemetaan bisnis menggunakan Business Model Canvas. Kegiatan penelitian ini dilakukan pada Badan Usaha Milik Kampung di Kampung Depokrejo Kecamatan Trimurjo Kabupaten Lampung Tengah. Populasi penelitian adalah Aparat Kampung dan pengurus Badan Usaha Milik Kampung. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara dan dokumentasi dan studi literatur. Alat analisis yang digunakan adalah menggunakan analisa Business Model Canva.

III. Hasil Dan Pembahasan

Bidang usaha terbesar dari BUMKam Kampung Agro Makmur adalah Bank Sampah. Konsep bisnis ini adalah pengelolaan sampah melalui bank sampah kepada masyarakat untuk mendapatkan hasil tambah dari hasil limbah rumah tangga yang sudah tidak terpakai lagi. Bank sampah mempunyai konsep bisnis yaitu sampah akan ditimbang dan ditaksir

nilainya sesuai harga di pasaran atau dapat berubah sewaktu-waktu mengikuti harga pasar yang ada.

Lokasi dari Bank Sampah cukup strategis karena mempunyai lahan bekas gudang cukup luas yang sudah tidak terpakai dan bisa digunakan untuk mengumpulkan sampah warga yang disetorkan. Berada di tengah-tengah dari rumah warga sekitar membuat warga dengan mudah mengakses lokasi dari Bank Sampah tersebut. Hasil penelitian atas analisis terhadap Business model canvas terhadap Badan Usaha Milik Kampung Agro Makmur yang terbagi ke dalam 9 elemen sebagai berikut:

1. Segmen Pelanggan (*Customer Segment*)

Analisis terhadap Segmen Pelanggan (*Customer Segment*) menjelaskan kelompok-kelompok orang atau organisasi yang ingin dicapai dan dilayani oleh perusahaan. Secara demografis segmentasi dari bank sampah ini adalah warga Kampung Depokrejo yang sudah berumah tangga. Warga yang mengasihkan sampah hasil dari limbah rumah tangga bisa dijual kepada bank sampah untuk mendapatkan nilai tambah dari barang yang sudah tidak terpakai.

Posisi bisnis bank sampah ini adalah sebagai pencetus ide bisnis baru yang belum ada di daerah setempat yaitu pengelolaan sampah berbasis bank sampah. Dengan adanya metode baru dari pengelolaan sampah membuat warga sekitar bisa memilah sampah mana yang bisa dijual dan sampah yang tidak dijual dari bisnis ini juga mengajarkan warga untuk menabung dalam bentuk sederhana dengan menabung sampah kepada bank sampah yang bisa diambil bila tabungan sampah sudah banyak dan bisa di simpan lagi untuk mengumpulkan hasilnya.

Hasil dari produksi Badan Usaha Milik Kampung Agro Makmur menyediakan produk berupa bahan-bahan yang dapat recycle yang dikelompokkan kedalam beberapa kategori sampah daur ulang seperti plastik, kertas, kardus, besi, tembaga dan timah yang selanjutnya di jual ke pabrik daur ulang limbah yang ditampung oleh pemasok besar di Surabaya dan kota besar lainnya. Berdasarkan kondisi tersebut maka segmen pasar dari Badan Usaha Milik Kampung Agro Makmur adalah perusahaan seperti PT. Mahkota Plastik Natar yang mngolah limbah plastik cacah, PT. Maharga Plastik/Pabrik Handoko yang terletak di Lampung Tengah, Rajabasa Plastik ataupun perusahaan besar lain di dalam maupun di luar provinsi yang mendaur ulang sampah menjadi produk yang bernilai lebih seperti menjadi kertas daur ulang dan bahan baku daur ulang lainnya. Selain itu juga Badan Usaha Milik Kampung Agro Makmur melayani masyarakat yang membutuhkan produk daur ulang untuk keperluan masyarakat dalam skala kecil seperti menjual produk sampah daur ulang yang masih bisa dimanfaatkan ulang oleh masyarakat yang membutuhkan seperti beberapa peralatan rumah tangga yang masih layak untuk digunakan dan dibutuhkan oleh masyarakat.

2. Porsi Nilai (*Value Proposition*)

Value proposition merupakan kumpulan produk dan layanan yang dimiliki oleh perusahaan sehingga dapat memberikan nilai lebih kepada pelanggan. Dari sampah yang telah digolongkan di atas warga harus memisahkan antara sampah-sampah berdasarkan jenisnya setelah itu bisa langsung menyetorkan sampah tersebut ke Bank Sampah. Dan untuk menjadi anggota bank sampah adalah gratis atau tidak di pungut biaya apapun. Warga hanya membawa sampah kemudian di timbang dan di catat hasilnya.

Berdasarkan beberapa hal tersebut maka:

- a. Keunggulan yang diberikan produk atau layanan yang disediakan oleh Badan Usaha Milik Kampung Agro Makmur adalah produk yang dihasilkan sudah disortir sejak dari rumah tangga sehingga tidak hanya sampah yang dihasilkan sudah terpilih-pilah dengan baik, namun juga memberikan pengetahuan kepada masyarakat terkait dengan jenis-jensi sampah yang dapat didaur ulang dan sampak organik lainnya.

- b. Alasan konsumen harus memilih produk dibanding competitor di dasarkan atas produk yang dihasilkan berasal dari masyarakat setempat sehingga produk yang dihasilkan tidak hanya menguntungkan perusahaan tapi juga membantu perekonomian masyarakat di sekitar Badan Usaha Milik Kampung Agro Makmur.
- c. Manfaat yang akan didapat konsumen ketika menggunakannya adalah turut membantu perekonomian masyarakat sekaligus turut berperan serta dalam menjaga kelestarian lingkungan.

3. Jaringan (*Channel*)

Channels business model canvas adalah media atau saluran yang dapat digunakan untuk memasarkan produk sekaligus berkomunikasi dengan calon konsumen. Komunikasi yang dilakukan oleh Badan Usaha Milik Kampung Agro Makmur tidak ahanya kepada konsumen dari produk yang dihasilkan namun juga kepada masyarakat sebagai penyedia utama bahan baku dari produksi perusahaan.

Komunikasi dengan masyarakat dengan memberikan edukasi kepada masyarakat tentang pentingnya sampah dan cara memanfaatkan sampah limbah hasil rumah tangga untuk menghasilkan nilai tambah dari sampah tersebut. Dalam edukasi masyarakat diajarkan jenis-jenis sampah apa saja yang bisa di setorkan kepada bank sampah dan sampah-sampah mana saja yang tidak bisa di setorkan ke bank sampah. Terkait dengan jaringan pemasaran produk yang dihasilkan oleh Badan Usaha Milik Kampung Agro Makmur dilakukan dengan konsumen dari produk yang ada di dalam provinsi Lampung dan juga antar provinsi guna menyalurkan produk yang dihasilkan berupa sampah yang dapat di recycle dengan mengedepankan keuntungan bagi badan usaha yang didirikan. Penentuan dari pabrik penerima produk yang dihasilkan juga mempertimbangkan biaya distribusi produk yang dihasilkan dimana jalur distribusi yang dipilih dengan mempertimbangkan jalur distribusi yang paling efisien dan efisien guna memaksimalkan keuntungan yang dapat diperoleh oleh perusahaan.

Berdasarkan hasil pengamatan, diketahui bahwa terdapat beberapa saluran distribusi yang digunakan oleh Badan Usaha Milik Kampung Agro Makmur. bahwa terdapat 3 jenis pola saluran distribusi yang ada yaitu:

- a. Pola Saluran I : BUMKam- pabrik pengolah limbah
- b. Pola Saluran II : BUMKam – Pengepul besar/Penyuplai-pabrik pengolah limbah
- c. Pola Saluran III : BUMKam – masyarakat penghasil barang hasil daur ulang

Pada pola saluran 1 BUMKam Agro Makmur menyalurkan langsung produknya ke pabrik pengolahan daur ulang sampah yag ada di provinsi lampung dan luar provinsi lainnya. Pada saluran 2 BUMKam Agro Makmur menyalurkannya ke pengepul besar atau penyuplai pabrik seperti yang nantinya barang tersebut di salurkan kembali ke pabrik besar. Pada saluran ke 3 sampah daur ulang juga di jual kepada produsen pengeoah sampah untuk dijadikan kerajinan tangan dan produk daur ulang lainnya.

4. Hubungan dengan Pelanggan (*Customer Relationship*)

Customer relationship merupakan hubungan perusahaan dengan pelanggan yang menggunakan produk dari perusahaan. Hubungan dengan masyarakat sebagai pemasok utama dari produk yang dihasilkan oleh perusahaan dengan terus memberikan edukasi kepada masyarakat tentang pentingnya pendaurulangan sampah untuk dapat digunakan kembali menjadi produk yang memiliki nilai ekonomis dari sekedar sampah yang dibuang selama ini. Selain itu juga memberikan harga beli yang bersaing dibandingkan para pengepul sampah keliling agar masyarakat tetap diuntungkan dari sampah daur ualg yang mereka kumpulkan.

Hubungan dengan konsumen utama yaitu dengan pengepul besar dan pabrik pengolah sampah besar dengan terus melakukan komunikasi dengan mereka terkait spesifikasi sampah

yang memenuhi kriteria mereka serta update harga terbaru. Upaya tersebut dilakukan agar mereka tetap mau menerima produk yang diberikan karena sesuai dengan permintaan mereka serta menjaga harga beli mereka sesuai dengan harga pasaran yang ada, hal ini terkait dengan adanya kemungkinan penurunan harga beli jika barang yang diberikan belum memenuhi spesifikasi yang mereka inginkan.

5. Sumber pendapatan (*Revenue Stream*)

Revenue stream adalah pendapatan yang didapatkan oleh perusahaan berupa uang tunai yang diperoleh dari pelanggan. Aliran dana yang diterima oleh perusahaan sangat bergantung pada jumlah sampah daur ulang yang didapatkan. Berdasarkan data tersebut maka penghasil utama dari perusahaan adalah dari jumlah produk yang dihasilkan serta selisih antara harga beli dan harga jual.

6. Sumber Daya Kunci (*Key Resources*)

Key resources mempunyai artian lain yaitu berupa aset terpenting yang dibutuhkan oleh perusahaan sehingga model bisnis dapat berjalan dengan baik. Sumberdaya utama dari perusahaan ini adalah masyarakat di sekitar perusahaan yang menyediakan sampah daur ulang ke perusahaan. Besar kecil produk yang dihasilkan sangat bergantung pada seberapa banyak masyarakat yang menyetorkan sampah daur ulangnya ke perusahaan. Berdasarkan kondisi tersebut maka upaya untuk meningkatkan motivasi masyarakat untuk memilih dan menyetorkan sampah daur ulangnya menjadi upaya utama yang dilakukan perusahaan guna menjaga pasokan sampah daur ulang ke perusahaan dengan juga mengembangkan wilayah cakupan serta menerima perongsok keliling untuk menyetorkan barangnya ke perusahaan. Sumber daya manusia pada unit usaha bank sampah ini terdiri dari beberapa orang yaitu manajer, bagian admin, bagian pemilah dan penimbang, bagian driver yang berkerja sesuai dengan spesifikasi pekerjaannya masing-masing.

Dalam upaya memberi semangat atau motivasi terhadap karyawan agar bekerja lebih optimal dengan memberikan reward berupa uang tambahan bila melebihi target yang ditentukan. Dengan memberikan motivasi diharapkan karyawan akan menjadi lebih semangat untuk bekerja di tambah juga dengan uang bonus jika sampah yang dihasilkan melebihi target yang telah di tentukan. Berdasarkan hasil tersebut dapat diketahui bahwa sumberdaya inti dari Badan Usaha Milik Kampung Agro Makmur terdiri atas masyarakat yang menyetorkan sampah daur ulang, pengurus badan usaha serta sarana dan prasarana yang dimiliki perusahaan guna menunjang kegiatan operasional perusahaan.

7. Kegiatan Inti (*Key Activities*)

Key Activities dalam pengertian lain yaitu kegiatan yang harus dilakukan perusahaan dalam membuat model bisnis. Sama halnya dengan *key resources*, *key activities* diwajibkan untuk membuat serta menawarkan proposisi nilai, menjangkau pasar, menjaga hubungan pelanggan, dan mendapatkan pendapatan. Dalam kegiatan bisnis bank sampah proses yang dilakukan adalah dengan menimbang barang hasil dari para nasabah bank sampah yang telah disetorkan selanjutnya akan di catat oleh karyawan sesuai dengan jenis dan harganya masing-masing. Bank Sampah beroperasi setiap hari hal ini dikarenakan agar masyarakat bisa menyetorkan sampah kapan saja dengan waktu pelaksanaan berjalan dari jam 08.00 – 16.00 WIB.

Kegiatan inti dari badan usaha milik Kampung Agro Makmur adalah menyediakan sampah daur ulang yang sudah di kelompokkan dalam berbagai jenis seperti sampah plastik, kertas, kardus, besi dan lain-lain yang sudah di press sehingga lebih memudahkan dalam transportasi ke pengepul yang lebih besar atau langsung ke pabrik pengolahan sampah daur ulang.

Untuk sampah jenis kertas akan dikelompokkan dengan cara di press menjadi satu sehingga memudahkan dalam hal penyimpanan dan pengangkutan nantinya, Untuk jenis sampah plastik dilakukan penggilingan dengan mesin penggiling plastik untuk menjadikannya biji plastik. Kegiatan ini dilakukan agar plastik dapat lebih mudah dikumpulkan kedalam karung dan tidak memakan tempat di gudang. Untuk sampah jenis logam yang tidak terlalu keras dilakukan pengepressan agar lebih mudah untuk dikelompokkan kedalam karung-karung sedangkan logam keras disusun agar lebih mudah dimasukkan ke dalam karung. Sedangkan untuk sampah dalam bentuk botol kaca disusun ke dalam karung-karung agar lebih rapih dan tidak memakan tempat serta memudahkan dalam rangka pengangkutan nantinya.

8. Kemitraan Kunci (*Key Partners*)

Kemitraan adalah jaringan yang dimiliki oleh perusahaan yang berhubungan dengan pemasok bahan baku dan mitra bisnis dari perusahaan sehingga dapat membuat model bisnis berjalan. Kemitraan yang dijalankan oleh BUMKam Agro Makmur adalah kemitraan dengan masyarakat sebagai sumberdaya kunci dari penyedia produk yang dihasilkan. Kemitraan ini dapat berjalan dengan baik terkait dengan adanya konsep Bank Sampah dimana masyarakat tidak langsung dibayar melainkan dimasukkan kedalam tabungan, sehingga masyarakat akan lebih terpacu dalam mengumpulkan sampah daur ulang untuk memperbesar saldo dari tabungannya di bank sampah.

Kemitraan selanjutnya yaitu antara BUMKam dengan pabrik penyuplai yang menampung sampah daur ulang untuk diolah menjadi bahan yang lebih siap pakai untuk diolah menjadi produk daur ulang. Pabrik ini seperti pabrik yang khusus mengumpulkan plastik untuk di giling menjadi bijih plastik dan pabrik yang khusus menerima logam besi untuk di press menjadi balok-balok besi sebelum di kiirm ke pabrik pengolahan biji besi daur ulang.

Kemitraan selanjutnya dengan lembaga perangkat kampung lainnya dalam mendukung pelaksanaan program bank sampah seperti dengan dengan para pamong desa dalam melakukan sosialisasi terkait dengan kepedulian untuk melakukan daur ulang sampah dengan cara melakukan pemilihan sampah sebelum di buang serta keuntungan dari menabung lewat mengumpulkan sampah di bank sampah milik BUMKam Agro Makmur.

9. Struktur biaya (*Cost structure*)

Cost structure merupakan semua biaya yang dikeluarkan perusahaan yang digunakan untuk mengoperasikan model bisnis. Jumlah pembelian sampah daur ulang pada tahun 2023 mencapai 327.500.000,- dan jumlah penjualan sebesar Rp. 509.262.500,- dengan rata-rata penjualan untuk setiap bulannya sebesar Rp. 42.438.541,-

B. Pembahasan

1. Segmen Pelanggan (*Customer Segment*)

Penentuan segmen pelanggan atau customer segment adalah aktivitas mengelompokkan pelanggan berdasarkan kategori tertentu seperti perilaku, minat, demografi, geografi, loyalitas, transaksi, atau lainnya. Tujuan pengelompokkan ini adalah untuk mempermudah bisnis dalam menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif. Ada tiga pendekatan utama untuk segmentasi pasar: segmentasi apriori, segmentasi berbasis kebutuhan, dan segmentasi berbasis nilai. Segmentasi apriori adalah pendekatan yang paling sederhana, menggunakan skema klasifikasi berdasarkan karakteristik yang tersedia untuk umum, seperti industri dan ukuran perusahaan, untuk menciptakan kelompok pelanggan yang berbeda dalam suatu pasar. Segmentasi berbasis kebutuhan didasarkan pada faktor pendorong (kebutuhan) yang berbeda dan tervalidasi yang diungkapkan pelanggan untuk produk atau layanan tertentu yang

ditawarkan. Sedangkan segmentasi berbasis nilai membedakan pelanggan berdasarkan nilai ekonomi mereka, mengelompokkan pelanggan dengan tingkat nilai yang sama ke dalam segmen individu yang dapat ditargetkan secara jelas. Dalam membangun kemitraan yang sukses, perusahaan harus memilih mitra yang tepat. Mitra yang cocok harus memiliki visi yang sejalan dan komitmen terhadap kesuksesan bersama. Selain itu, penting untuk menetapkan tujuan bersama yang jelas dan terukur. Tujuan ini haruslah saling menguntungkan dan memungkinkan setiap pihak untuk memberikan kontribusi yang berarti.

Segmen pasar dari Badan Usaha Milik Kampung Agro Makmur adalah perusahaan yang mendaur ulang sampah menjadi produk yang bernilai lebih seperti menjadi kertas daur ulang dan bahan baku daur ulang lainnya. Selain itu juga Badan Usaha Milik Kampung Agro Makmur melayani masyarakat yang membutuhkan produk daur ulang untuk keperluan masyarakat dalam skala kecil seperti menjual produk sampah daur ulang yang masih bisa dimanfaatkan ulang oleh masyarakat yang membutuhkan seperti beberapa peralatan rumah tangga yang masih layak untuk digunakan dan dibutuhkan oleh masyarakat.

Berdasarkan kondisi tersebut maka dapat direkomendasikan beberapa upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan segmen pelanggan memperlus jangkauan konsumen dengan produk end user seperti produk kerajinan tangan untuk meningkatkan nilai jual, serta terus mencari pabrik penampung dengan harga jual yang lebih tinggi atau lokasi yang dekat untuk menghemat biaya transportasi.

2. Porsi Nilai (*Value Proposition*)

Value proposition merupakan kumpulan produk dan layanan yang dimiliki oleh perusahaan sehingga dapat memberikan nilai lebih kepada pelanggan. Beberapa produk yang diolah di bank sampah ini terdiri atas plastik Campur, Kertas, Logam 1, Logam 2, Botol dan kaca. Keunggulan yang diberikan produk atau layanan yang disediakan oleh Badan Usaha Milik Kampung Agro Makmur adalah produk yang dihasilkan sudah disortir sejak dari rumah tangga sehingga tidak hanya sampah yang dihasilkan sudah terpilih-pilah dengan baik, namun juga memberikan pengetahuan kepada masyarakat terkait dengan jenis-jenis sampah yang dapat didaur ulang dan sampah organik lainnya. Alasan konsumen harus memilih produk dibanding kompetitor di dasarkan atas produk yang dihasilkan berasal dari masyarakat setempat sehingga produk yang dihasilkan tidak hanya menguntungkan perusahaan tapi juga membantu perekonomian masyarakat di sekitar Badan Usaha Milik Kampung Agro Makmur. Manfaat yang akan didapat konsumen ketika menggunakannya adalah turut membantu perekonomian masyarakat sekaligus turut berperan serta dalam menjaga kelestarian lingkungan. Produk dan layanan yang dimiliki oleh perusahaan sangat penting untuk menjaga kepuasan pelanggan, membangun reputasi yang baik, dan meningkatkan retensi pelanggan. Berikut adalah beberapa hal yang perlu dipertimbangkan dalam menjaga kualitas produk dan layanan:

- a. **Kualitas Produk dan Layanan:** Kualitas produk dan layanan adalah salah satu nilai utama yang diinginkan oleh pelanggan, dimana BUMKam selalau memberikan barang sesuai dengan spesifikasi pabrik yang menampung sampah daur ulang mereka
- b. Perusahaan mengukur standar kualitas dari produk atau layanannya, seperti yang diharapkan oleh pabrik penerima produk mereka dimana hal ini bertujuan untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan dapat terpenuhi melalui produk yang diberikan, dimana hal ini juga dapat meningkatkan retensi Pelanggan yang menjadi salah satu tujuan utama dari perusahaan
- c. *Product Knowledge:* Product knowledge adalah pemahaman tentang spesifikasi produk yang memenuhi syarat daur ulang dengan melakukan pensortiran kembali sampah daur ulang yang disetorkan oleh masyarakat.

Berdasarkan kondisi tersebut maka dapat direkomendasikan beberapa upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan *value proposition* diantaranya yaitu meningkatkan kualitas proses sortir agar grade produk lebih meningkat dan menghindari potongan harga ataupun retur dari produk yang telah dikirim ke pabrik daur ulang.

3. Jaringan (*Channel*)

Terkait dengan jaringan pemasaran produk yang dihasilkan oleh Badan Usaha Milik Kampung Agro Makmur dilakukan dengan konsumen dari produk yang ada di dalam provinsi Lampung dan juga antar provinsi guna menyalurkan produk yang dihasilkan berupa sampah yang dapat di recycle dengan mengedepankan keuntungan bagi badan usaha yang didirikan. Penentuan dari pabrik penerima produk yang dihasilkan juga mempertimbangkan biaya distribusi produk yang dihasilkan dimana jalur distribusi yang dipilih dengan mempertimbangkan jalur distribusi yang paling efisien dan efisien guna memaksimalkan keuntungan yang dapat diperoleh oleh perusahaan.

Pada pola saluran BUMKam Agro makmur terdiri dari 3 saluran yaitu saluran 1 dengan menyalurkan langsung produknya ke pabrik pengolahan daur ulang sampah yang ada di provinsi Lampung dan luar provinsi lainnya. Pada saluran 2 BUMKam Agro Makmur menyalurkannya ke pengepul besar atau penyuplai pabrik seperti yang nantinya barang tersebut di salurkan kembali ke pabrik besar. Pada saluran ke 3 sampah daur ulang juga di jual kepada produsen pengeolah sampah untuk dijadikan kerajinan tangan dan produk daur ulang lainnya.

Pemilihan saluran distribusi produk yang tepat merupakan langkah krusial dalam pemasaran. Beberapa faktor yang perlu dipertimbangkan dalam pemilihan saluran distribusi antara lain adalah karakteristik produk, target pasar, serta kebijakan perusahaan. Selain itu, strategi distribusi juga harus disesuaikan dengan preferensi konsumen dan efisiensi distribusi. Beberapa strategi distribusi yang umum digunakan antara lain saluran distribusi langsung, distribusi tidak langsung, dan saluran distribusi ganda. Pentingnya pemilihan saluran distribusi yang tepat juga ditekankan dalam konteks usaha sosial, di mana kenyamanan konsumen dalam membeli dan mengonsumsi produk menjadi faktor utama yang dipertimbangkan. Dengan demikian, pemilihan saluran distribusi yang tepat dapat memberikan keunggulan kompetitif dan berkontribusi pada kesuksesan bisnis.

Berdasarkan kondisi tersebut maka dapat direkomendasikan beberapa upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan jaringan usaha diantaranya yaitu dengan menjalin kerjasama dengan usaha sejenis dalam rangka mengirim barang dalam jumlah besar tempat harus memenuhi kuoat berat untuk menghemat biaya angkut dan waktu tunggu dalam pengiriman produk ke luar daerah.

4. Hubungan dengan Pelanggan (*Customer Relationship*)

Hubungan dengan konsumen utama yaitu dengan pengepul besar dan pabrik pengolah sampah besar dengan terus melakukan komunikasi dengan mereka terkait spesifikasi sampah yang memenuhi kriteria mereka serta update harga terbaru. Upaya tersebut dilakukan agar mereka tetap mau menerima produk yang diberikan karena sesuai dengan permintaan mereka serta menjaga harga beli mereka sesuai dengan harga pasaran yang ada, hal ini terkait dengan adanya kemungkinan penurunan harga beli jika barang yang diberikan belum memenuhi spesifikasi yang mereka inginkan.

Membangun hubungan yang baik dengan pelanggan sangat penting dalam bisnis. Hubungan yang baik dengan pelanggan dapat membantu mempertahankan pelanggan, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan meningkatkan penjualan. Beberapa strategi yang dapat dilakukan untuk membangun hubungan yang baik dengan pelanggan antara lain adalah mengumpulkan data pelanggan, melakukan survei, memberikan pelayanan yang baik, menyelesaikan keluhan pelanggan dengan cepat dan tepat, memberikan apresiasi kepada

pelanggan setia, dan selalu terhubung dengan pelanggan untuk mempertahankan hubungan. Dengan membangun hubungan yang baik dengan pelanggan, bisnis dapat memperoleh keuntungan jangka panjang dan memperkuat posisi di pasar.

Berdasarkan kondisi tersebut maka dapat direkomendasikan beberapa upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan *customer relationship* dengan upaya menjalin kerjasama dengan UMKM sekitar yang memproduksi kerajinan tangan guna menyerap produk hasil ulang dengan harga lebih tinggi serta menyederhanakan saluran distribusi untuk efisiensi biaya.

5. Aliran Dana (*Revenue Stream*)

Aliran dana perusahaan merupakan perpindahan atas dana dari sistem yang memiliki keuangan lebih ke ekonomi yang kekurangan dana melalui perantara lembaga keuangan. Dalam bisnis, aliran dana perusahaan disebut juga sebagai *revenue stream*. Artinya, dana usaha tersebut berasal dari berbagai sumber, misalnya dari hasil penjualan produk, penjualan aset, investor, atau pinjaman. Penghasil utama dari BUMKam Agro Makmur adalah dari jumlah produk yang dihasilkan serta selisih antara harga beli dan harga jual.

Pentingnya menjaga aliran dana yang sehat di perusahaan tidak dapat diabaikan. Aliran dana yang sehat memainkan peran kunci dalam kelangsungan bisnis. Beberapa strategi untuk menjaga aliran dana yang sehat antara lain adalah memprioritaskan pengeluaran, memantau arus kas, menyiapkan rencana darurat, fokus pada manajemen utang, dan menjadi proaktif dalam manajemen biaya. Selain itu, penting juga untuk memahami jenis-jenis pemasukan dalam aliran dana, seperti pemasukan aktif dan pasif, serta mengambil langkah-langkah cepat jika aliran dana menunjukkan nilai negatif. Dengan menjaga aliran dana yang sehat, perusahaan dapat mengurangi risiko keuangan dan memastikan kelancaran operasional.

Berdasarkan kondisi tersebut maka dapat direkomendasikan beberapa upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan *revenue stream* dengan upaya menjual langsung ke pabrik akhir untuk memaksimalkan margin laba serta menambah jenis produk jadi yang dihasilkan seperti kerajinan tangan dll.

6. Sumber Daya Kunci (*Key Resources*)

Sumber daya kunci suatu perusahaan meliputi berbagai aspek, seperti sumber daya manusia, teknologi, dan modal. Sumber daya kunci ini merupakan elemen-elemen yang menjadi fondasi bagi bisnis untuk menghasilkan, mengembangkan, dan memberikan nilai kepada pelanggan. Sumber daya kunci dalam Bahan Usaha Agro Makmur adalah sumber daya manusia merupakan salah satu sumber daya kunci yang penting bagi perusahaan karena badan usaha ini bergantung pada kemampuan para pengurus dan pegawai dalam menggerakkan perusahaan, mengingat jenis usaha banyak ada di masyarakat sehingga peran dari pengurus usaha menjadi faktor penting (Rahayu,dkk, 2022: 3).

Jika dilihat dari aspek teknologi yang juga merupakan sumber daya kunci yang penting bagi perusahaan, pada Bahan Usaha Agro Makmur belum menggunakan teknologi yang lebih maju dibandingkan dengan perusahaan sejenis. Berdasarkan modal juga tidak terlalu dominan bagi Bahan Usaha Agro Makmur terkait dengan modal usaha yang tidak terlalu besar. Sumber daya kunci suatu perusahaan meliputi berbagai aspek, seperti sumber daya manusia, teknologi, dan modal. Sumber daya kunci ini merupakan elemen-elemen yang menjadi fondasi bagi bisnis untuk menghasilkan, mengembangkan, dan memberikan nilai kepada pelanggan.

Dalam bisnis, pengoptimalan sumber daya kunci sangat penting untuk menekan pengeluaran menjadi lebih optimal dan meningkatkan efisiensi dan efektivitas perusahaan. Dengan memanfaatkan sumber daya sebaik-baiknya, maka proses produksi bisa lebih berjalan cepat dan efisien. Selain itu, pengoptimalan *key resources* juga membantu

perusahaan memenangkan persaingan dengan pesaingnya. Sumber daya kunci lainnya yang dapat dimiliki oleh perusahaan daur ulang sampah adalah sumber daya alam, sumber daya finansial, sumber daya informasi, dan sumber daya jaringan. Berdasarkan kondisi tersebut maka dapat direkomendasikan beberapa upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan *key resources* dengan upaya melakukan pelatihan untuk meningkatkan ketrampilan kepada SDM yang ada serta menerima tenaga magang untuk menambah tenaga kerja yang ada.

7. Kegiatan Inti (*Key Activities*)

Kegiatan inti dari Badan Usaha Milik Kampung Agro Makmur adalah menyediakan sampah daur ulang yang sudah dikelompokkan dalam berbagai jenis seperti sampah plastik, kertas, kardus, besi dan lain-lain yang sudah di press sehingga lebih memudahkan dalam transportasi ke pengepul yang lebih besar atau langsung ke pabrik pengolahan sampah daur ulang. Kegiatan inti dari perusahaan daur ulang sampah adalah mengolah dan mendaur ulang sampah menjadi produk daur ulang. *Key Activities* adalah semua aktivitas yang berhubungan dengan produktivitas bisnis dan berkaitan dengan sebuah produk. Aktivitas ini merupakan kunci dalam memberikan nilai ke pelanggan, memasuki pasar, menjaga hubungan dengan pelanggan, dan mendapat keuntungan.

Program bank sampah merupakan suatu sistem pengelolaan sampah secara kolektif dengan prinsip daur ulang. Metode ini bisa meningkatkan nilai ekonomis dari sampah kering. Sementara masyarakat yang bertindak sebagai nasabah bank juga akan mendapat keuntungan. Mereka bisa punya tabungan yang bisa diambil sesuai kebutuhan. Berdasarkan kondisi tersebut maka dapat direkomendasikan beberapa upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan *key activities* dengan upaya membeli peralatan yang lebih modern untuk packing sampah yang dihasilkan agar meningkatkan kapasitas angkut barang dari hasil packing yang maksimal serta meningkatkan unit usaha dibidang kerajinan tangan dengan bahan daur ulang serta memberdayakan warga sekitar seperti ibu-ibu dan remaja karang taruna untuk membuat kerajinan tangan dari bahan daur ulang.

8. Kemitraan Kunci (*Key Partners*)

Kemitraan kunci dari Badan Usaha Milik Kampung Agro Makmur terdiri atas masyarakat sebagai pemasok dari bahan baku produk yang dihasilkan dan pabrik pengolah limbah yang menjadi konsumen dari produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Kemitraan selanjutnya yaitu antara BUMKam dengan pabrik penyuplai yang menampung sampah daur ulang untuk diolah menjadi bahan yang lebih siap pakai untuk diolah menjadi produk daur ulang. Serta Kemitraan selanjutnya dengan lembaga perangkat kampung lainnya dalam mendukung pelaksanaan program bank sampah seperti dengan para pamong desa dalam melakukan sosialisasi terkait dengan kepedulian untuk melakukan daur ulang sampah dengan cara melakukan pemilihan sampah sebelum di buang serta keuntungan dari menabung lewat mengumpulkan sampah di bank sampah milik BUMKam Agro Makmur.

Kemitraan dapat menjadi kunci sukses bagi perusahaan. Dalam bisnis, kemitraan dapat membantu perusahaan memperluas jaringan, meningkatkan modal, dan memperoleh sumber daya yang lebih banyak. Untuk membangun kemitraan yang sukses, perusahaan memilih mitra yang tepat. Mitra yang cocok harus memiliki visi yang sejalan dan komitmen terhadap kesuksesan bersama. Selain itu, penting untuk menetapkan tujuan bersama yang jelas dan terukur. Tujuan ini haruslah saling menguntungkan dan memungkinkan setiap pihak untuk memberikan kontribusi yang berarti. Komunikasi yang efektif juga merupakan kunci dalam membangun kemitraan yang sukses. Pihak-pihak yang terlibat harus berkomunikasi secara terbuka dan jujur, saling mendengarkan, dan merespon dengan tepat waktu. Komunikasi yang baik membantu menghindari miskomunikasi, mengatasi masalah dengan cepat, dan membangun kepercayaan yang kuat antara mitra. Sumber daya kunci lainnya yang dapat

dimiliki oleh perusahaan daur ulang sampah adalah sumber daya alam, sumber daya finansial, sumber daya informasi, dan sumber daya jaringan.

Berdasarkan kondisi tersebut maka dapat direkomendasikan beberapa upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan *key partners* dengan upaya seperti sosialisasi terkait dengan daur ulang sampah kepada masyarakat secara rutin guna meningkatkan kesadaran warga untuk memisahkan sampahnya dan melakukan kunjungan ke BUMKam sejenis yang sudah lebih maju sebagai study banding guna meningkatkan efisiensi kerja dan jalur distribusi produk yang dihasilkan serta menjalin hubungan dengan pemerintah daerah untuk mendapatkan dukungan baik itu dukungan pendanaan maupun pelatihan agar produktivitas perusahaan dapat lebih ditingkatkan

9. Struktur biaya (Cost structure)

Cost structure merupakan semua biaya yang dikeluarkan perusahaan yang digunakan untuk mengoperasikan model bisnis. Biaya-biaya yang dikeluarkan oleh BUMKAm Agro Makmur diantaranya yaitu biaya modal, biaya operasional, biaya overhead dan biaya untuk gaji dari pengurus. Efisiensi struktur biaya suatu perusahaan sangat penting untuk kelangsungan bisnis dan keberhasilan jangka panjang. Struktur biaya dapat membantu perusahaan menentukan harga jual yang tepat, mengambil keputusan yang efisien, dan mengontrol pengeluaran. Beberapa strategi yang dapat dilakukan untuk meningkatkan efisiensi struktur biaya antara lain adalah memperbaiki proses bisnis, mengurangi pemborosan, mengelola risiko keuangan, meningkatkan kinerja keuangan, dan menawarkan harga yang lebih kompetitif kepada pelanggan. Dengan menjaga efisiensi struktur biaya, perusahaan dapat meningkatkan profitabilitas, daya saing, dan reputasi di mata pelanggan dan masyarakat umum (Rahayu, dkk, 2022: 3).

Berdasarkan kondisi tersebut maka dapat direkomendasikan beberapa upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan struktur biaya dan laporan keuangan usaha dengan upaya menggunakan software akuntansi yang lebih sesuai dengan jenis usaham melakukan efisiensi dengan mempersingkat proses kerja untuk menekan biaya overhead serta membuat laporan keuangan secara berkala agar keuangan perusahaan dapat terpantau dengan baik.

Key Partners (Kerjasama)	Key Activities (Kegiatan utama)	Value proportion Proporsi nilai	Key partnership (Hubungan Konsumen)	Costumer Segmen (Target Konsumen)
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Masyarakat sekitar ▪ Pengepul ▪ Industri rumahan ▪ Pabrik pengolahan daur ulang sampah ▪ Pemerintah daerah <p>Saran</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Memperluas sosialisai terkait dengan 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Pengepulan sampah daur ulang ▪ Bank sampah ▪ Edukasi masyarakat <p>Saran</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Meningkatkan unit usaha dibidang kerajinan tangan dengan bahan daur ulang ▪ Memberdayakan warga sekitar untuk membuat 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Plastik Campur ▪ Kertas ▪ Logam <p>1</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Logam <p>2</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Botol dan kaca. ▪ produk yang sudah disortir <p>Saran</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Meningkatkan proses sortir agar grade 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ masyarakat ▪ pabrik penampung ▪ lembaga perangkat kampung <p>Saran:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Menjalin kerjasama dengan UMKM sekitar yang memproduksi kerajinan tangan ▪ Menyederhanakan saluran distribusi untuk efisiensi 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Perusahaan daur ulang besar ▪ Industri rumahan ▪ Masyarakat yang membutuhkan produk daur ulang <p>Saran:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Menambah jaringan konsumen untuk memperoleh

daur ulang sampah ▪ Melakukan kunjungan ke BUMKam lain yang sudah lebih maju sebagai study banding dan kerjasama	kerajinan tanga	produk lebih meningkat	biaya	harga jual lebih tinggi
	Key Resources (SDM dan mitra) ▪ Masyarakat sekitar, ▪ Pengurus badan usaha ▪ Peralatan pabrik Saran Melakukan pelatihan kepada SDM yang ada		Channel (Saluran) ▪ Pabrik pengolahan daur ulang sampah ▪ Pengepul ▪ Industri rumahan Saran: Menjalinkan kerjasama dengan usaha sejenis	
Cost Struktur (Struktur Biaya)		Revenues Stream (Sumber Pendapatan)		
▪ Biaya modal ▪ biaya operasional ▪ biaya overhead ▪ biaya untuk gaji pengurus Saran ▪ Menggunakan software akuntansi yang lebih sesuai dengan jenis usaha ▪ Melakukan efisiensi dengan mempersingkat proses kerja untuk menekan biaya overhead		▪ Margin harga beli dan harga jual ▪ Jumlah produk yang dihasilkan Saran ▪ Menjual langsung ke pabrik hilir untuk memaksimalkan margin laba ▪ Menambah jenis produk yang dihasilkan seperti kerajinan tangan dll		

IV. Kesimpulan Dan Saran

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data terhadap Business model canvas pada Badan Usaha Milik Kampung Agro Makmur Kampung Depokrejo, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Segmen Pelanggan (*Customer Segment*) dari BUMKam Agro Makmur Kampung Depokrejo adalah perusahaan yang mendaur ulang sampah serta masyarakat yang membutuhkan produk daur ulang untuk keperluan industri kreatif dalam skala kecil
2. Porsi Nilai (*Value Proposition*) dari BUMKam Agro Makmur Kampung Depokrejo adalah produk yang dihasilkan sudah disortir sejak dari rumah tangga sehingga tidak hanya sampah yang dihasilkan sudah terpilih-pilah dengan baik
3. Jaringan (*Channel*) dari BUMKam Agro Makmur Kampung Depokrejo dengan konsumen dari produk yang ada di dalam provinsi Lampung dan juga antar provinsi guna menyalurkan produk yang dihasilkan berupa sampah yang dapat di recycle
4. Hubungan dengan Pelanggan (*Customer Relationship*) dari BUMKam Agro Makmur Kampung Depokrejo dengan pengepul besar dan pabrik pengolah sampah besar dengan terus melakukan komunikasi dengan mereka terkait spesifikasi sampah yang memenuhi kriteria mereka serta update harga terbaru
5. Sumber pendapatan (*Revenue Stream*) dari BUMKam Agro Makmur Kampung Depokrejo yang utama adalah selisih antara harga beli dan harga jual jumlah produk yang dihasilkan.

6. Sumber Daya Kunci (*Key Resources*) dari BUMKam Agro Makmur Kampung Depokrejo terdiri atas masyarakat yang menyetorkan sampah daur ulang, pengurus badan usaha serta sarana dan prasarana yang dimiliki perusahaan guna menunjang kegiatan operasional perusahaan.
7. Kegiatan Inti (*Key Activities*) dari BUMKam Agro Makmur Kampung Depokrejo menyediakan sampah daur ulang yang sudah di kelompokkan dalam berbagai jenis seperti sampah plastik, kertas, kardus, besi dan lain-lain yang sudah di press sehingga lebih memudahkan dalam transportasi ke pengepul yang lebih besar atau langsung ke pabrik pengolahan sampah daur ulang.
8. Kemitraan Kunci (*Key Partners*) dari BUMKam Agro Makmur Kampung Depokrejo adalah kemitraan dengan masyarakat sebagai sumberdaya kunci dari penyedia produk yang dihasilkan, kemitraan dengan pabrik penampung produk yang dihasilkan serta lembaga perangkat kampung lainnya dalam mendukung pelaksanaan program bank sampah.
9. Struktur biaya (*Cost structure*) dari BUMKam Agro Makmur Kampung Depokrejo diantaranya yaitu biaya modal, biaya operasional, biaya overhead dan biaya untuk gaji dari pengurus.

B. Saran

Berdasarkan adanya pengaruh Capital Adequacy Ratio, Non-Performing Loan dan Financing to Deposit Ratio, maka sebaiknya perusahaan terus meningkatkan ketiga variabel tersebut hal tersebut dalam upaya meningkatkan Corporate Social Responsibilitynya.

Daftar Pustaka

- Alfan Alfari. (2019). *Perumusan Strategi Business Model Canvas (BMC) pada Perusahaan Sandal Toyosima Singosari*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB. Vol. 2 No. 2.
- Anisah, (2023). *Terus Bertambah, Kemendesa PDTT Catat Ada 60.417 BUMDes Per Akhir 2022*. akses dari <https://nasional.kontan.co.id/news/>. pada 27 Juni 2023
- Bambang. (2020). *Pemetaan Arah Kebijakan Pengembangan Badan Usaha Milik Desa di Kecamatan Kaligondang Kabupaten Purbalingga*. Artikel STAIN Curup Bengkulu.
- Bambang, & Suparno, C. (2017). *Model Analisis Kelayakan Usaha BUMDes di kecamatan kaligondang*, 5(November), 960–964.
- Fitria. 2020. *Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui Badan Usaha Milik Desa (BUMDes)*. Adl Islamic Economic, Volume 1 Nomor 1 Mei 2020.
- Hanny, dkk. (2020). *Analisis Pemetaan Profil Badan Usaha Milik Desa Serta Potensi dan Permasalahannya di Bidang Pengelolaan Air Bersih (Studi Kasus di BUMDes Kertajaya, Cianjur, Provinsi Jawa Barat)*. Jurnal PATRIA ISSN : 2656-5455 (media online) Vol. 2 | No. 1 Maret 2020.
- Kemendes, (2017), *Pengelolaan Badan Usaha Milik Desa (BUM Desa)*, Jakarta: Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi.
- Nilawati, Evi. (2018). *Analisis Manajemen Badan Usaha Milik Desa (BUMDesa) "Hanyukupi" Desa Ponjong Kecamatan Ponjong Kabupaten Gunungkidul*. Jurnal Wacana Kinerja. Volume 21 | Nomor 1 | Juni 2018 | 49 – 72
- Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 39 Tahun 2010 Tentang Badan Usaha Milik Desa.

Jurnal Manajemen Diversifikasi

Vol. 5. No. 4 (2025)

Peraturan Pemerintah Nomor 72 Tahun 2005 Tentang Desa. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 12 Tahun 2007 Tentang Pedoman Penyusunan dan Pendayagunaan Data Profil Desa dan Kelurahan.

Perlianti. (2022). *Analisis Strategi Pengembangan Badan Usaha Milik Desa Margolembo Kecamatan mangkutana dalam Peningkatan pendapatan Asli Desa*. Skripsi. IAIN Palopo.

Pradini, Regia Nadila. (2020). *Strategi Pengembangan Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) Di Desa Kedungturi Kabupaten Sidoarjo*. Jurnal Pemerintahan dan Keamanan Publik (JP dan KP) Vol. 2, No. 1, Februari 2020: 57 – 67.

Rahayu, Sri Retnaning, dkk (2022), *Pengaruh Kompetensi Aparatur Desa, Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Partisipasi Masyarakat terhadap Akuntabilitas Pengelolaan Dana Desa di Kecamatan Purbolinggo*, Expensive: Jurnal Akuntansi dan Keuangan Vol. 1 No. 3 Universitas Muhammadiyah Metro.

Rahayu, Sri Retnaning, dkk (2022), *Evaluasi Akuntabilitas dan Fleksibilitas dalam Pelaksanaan Penyaluran Dana Desa*, Expensive: Jurnal Akuntansi dan Keuangan Vol. 3 No. 2 Universitas Muhammadiyah Metro.

Seodega, S., Suhada, B., & Febriyanto, F. (2023). Evaluasi Kinerja Badan Usaha Milik Desa (Bumd) Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Desa Di Kecamatan Terusan Nunyai Kabupaten Lampung Tengah (Studi Kasus Pada Bumd Karya Transad Kampung Bandar Agung). *SIMPLEX: Journal of Economic Management*, 4(2), 169-180.

Siagian, Ade Onny. (2021). *Analisis Pengembangan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Harapan Oesena Di Desa Oesena Kecamatan Amarasi Kabupaten Kupang*. JRE: Jurnal Riset Entrepreneurship. JRE 4 (1) 2021, 33-43.

Soeharto, Edi (2014). *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat (Kajian Strategis Pembangunan Kesejahteraan Sosial & Pekerjaan Sosial)*. Jakarta: PT.Refika Aditama

Srirejeki, dkk., (2020). *Pemetaan Potensi Desa untuk Penguatan Badan Usaha Milik Desa dengan Pendekatan Asset Based Community-Driven Development*. Jurnal Warta LPM. Vol. 23, No. 1, Maret 2020, hlm. 24-34.

Tim PPM Manajemen. (2016). *Business Model Canvas Penerapan di Indonesia*. Jakarta: PPM Manajemen.

Undang-undang Nomor 23 Tahun 2014 Tentang Pemerintahan Daerah.

Undang-undang Nomor 6 Tahun 2014 Tentang Desa

Widiastuti, dkk. (2019). *Pemetaan Potensi Desa dalam Rangka Mewujudkan Bumdes di Kecamatan Moyudan*. Jurnal BERDIKARI. Vol.7 No.1 Februari 2019.