

Perancangan Model Bisnis Dengan Pendekatan *Social Enterprises* Sabun Cair Pencuci Tangan Dengan Minyak Biji Mimba Dan Minyak Atsiri Sereh

Business Model Design using a Social Enterprises Approach Handwashing Liquid Soap with Neem Seed Oil and Lemongrass Essential Oil

Delfitriani Delfitriani^{1a}, Fina Uzwanania¹, Gandung Wibatsu¹

¹Program Studi Teknologi Industri Pertanian, Fakultas Ilmu Pangan Halal, Universitas Djuanda, Jl. Tol Ciawi No 1, Bogor, 16720

^aKorespondensi: Delfitriani Delfitriani, E-mail: delfitriani@unida.ac.id

Diterima: dd – mm – yyyy, Disetujui: 31 – 10 - 2022

ABSTRACT

Competition in the market for soap products requires business owners to create products that have more value and are different from other products so that consumers will remain interested. The purpose of this study was to design a business model for hand-washing liquid soap from neem seed oil and lemongrass essential oil using a canvas business model. The elements that make up the business model canvas consist of 9 elements, namely customer segments, value proposition, channels, customer relationships, revenue streams, key resources, key activities, key partnerships, and cost structure. The customer segmentation in this business model is the upper middle class and the community who use natural ingredients. This follows the proportion of the value offered, namely products with a back-to-nature trend. This product is safe to use because of its natural ingredients as a product composition. The role of supporting segmentation is indispensable in designing a business model so that products can compete and match consumer desires for liquid soap products. The canvas business model with a social enterprise approach is expected to provide sustainable value in the liquid soap business made from neem seed oil and lemongrass essential oil. The design of a social enterprise's business model is based on an analysis of current conditions and an analysis of the modification of the key elements of the business model canvas.

Keywords: model bisnis, pencuci tangan, sabun cair, social enterprises

ABSTRAK

Persaingan dalam pemasaran produk sabun mengharuskan para pemilik usaha memiliki keunggulan atau diferensiasi produk agar tetap diminati konsumen. Tujuan dari penelitian ini yaitu merancang model bisnis untuk sabun cair pencuci tangan dari minyak biji mimba dan minyak atsiri sereh menggunakan kanvas model bisnis. Elemen penyusun kanvas model bisnis terdiri atas 9 elemen di antaranya *customer segments*, *value propositions*, *channels*, *customer relationships*, *revenue stream*, *key resources*, *key activities*, *key partnerships*, dan *cost structures*. Segmentasi pelanggan dalam model bisnis ini yaitu masyarakat kalangan menengah ke atas serta masyarakat pengguna produk natural. Hal ini sesuai dengan proporsi nilai yang ditawarkan yaitu produk dengan tren *back to nature*. Produk ini aman digunakan karena bahan natural sebagai komposisi produk. Peran segmentasi yang mendukung sangat diperlukan dalam perancangan model bisnis agar produk dapat bersaing dan sesuai dengan keinginan konsumen terhadap produk sabun cair. Kanvas model bisnis dengan pendekatan *social enterprises* diharapkan memberikan nilai keberlanjutan dalam usaha sabun cair berbahan baku minyak biji mimba dan minyak atsiri sereh. Perancangan model bisnis *social enterprises* diperoleh berdasarkan hasil analisis kondisi saat ini dan analisis modifikasi elemen kunci kanvas model bisnis.

Kata kunci: business model, hand washing, liquid soap, social enterprises

Delfitriani, D., Uzwanania, F., & Wibatsu, G. (2022). Perancangan model bisnis dengan pendekatan *social enterprises* sabun cair pencuci tangan dengan minyak biji mimba dan minyak atsiri sereh. *Jurnal Agroindustri Halal*, 8(2), 278 – 286.

PENDAHULUAN

Sabun adalah bahan pembersih sekaligus antiseptik karena adanya pemberian garam triestergliserida yang merupakan bahan antiseptik. Namun demikian sabun dapat ditambah sifat aktivitasnya sesuai dengan yang dikehendaki misalnya untuk pemutih kulit, pelembut dan pengalus kulit, *antiacne* (jerawat), antibakteri atau bahkan antivirus. Pada umumnya sabun yang beredar di pasaran mengandung bahan kimia yang tidak baik jika digunakan dalam jangka waktu panjang. Penggunaan bahan kimia berkepanjangan dan tidak sesuai ketentuan seringkali menimbulkan masalah bagi kulit seperti iritasi dan tidak cocok bagi kulit yang sangat sensitif. Mengingat bahwa kulit manusia sendiri memiliki batasan toleransi kontak dengan bahan kimia.

Kompetisi bidang usaha sabun saat ini, yaitu dalam hal menciptakan produk sabun berkualitas, memiliki nilai jual, dan memenuhi kebutuhan konsumen. Keputusan dalam pembelian sabun dapat dipengaruhi oleh banyak faktor. Hal ini merupakan permasalahan dan tantangan yang harus dihadapi jika ingin bersaing dalam usaha produk sabun. Perusahaan perlu mengembangkan strategi yang sesuai dengan kondisi dan perubahan yang mungkin terjadi dalam bisnis. Perubahan tersebut dapat menjadi peluang atau ancaman bagi perusahaan. Oleh karena itu, diperlukan model bisnis yang tepat yang menggambarkan keunggulan sumberdaya yang dimiliki perusahaan serta aktivitas yang dilakukan untuk menciptakan nilai yang menghasilkan keuntungan bagi perusahaan (PPM Management Team, 2012). Fokus dalam penelitian ini yaitu pengembangan model bisnis sabun cair pencuci tangan yang ditambahkan minyak biji mimba dan minyak sereh.

Pemilihan minyak mimba didasari oleh minyak mimba (*neem seed oil*) merupakan salah satu tumbuhan yang dapat digunakan sebagai sumber bahan aktif antibakteri dan antivirus. Minyak biji mimba diketahui mengandung senyawa azadirachtin, nimbin, nimbidin, salanin dan meliantriol yang memiliki senyawa antibakteri, antijamur, antivirus dan aktivitas pestisidal (Nazir *et al.*, 2007; Carlo *et al.*, 1997; Prarthana *et al.*, 2007; Balasubramanian *et al.*, 2007). Sedangkan minyak sereh dapat berperan sebagai antifungal. Minyak sereh memiliki kandungan cincole 30%, geranial 30% dan neral 20%. Komponen-komponen ini dapat menghambat bakteri gram positif dan negatif (Maizura *et al.*, 2007).

Perlu adanya model bisnis yang *on target* dengan kebutuhan saat ini yang mengubah paradigma masyarakat bahwa sabun selalu berkaitan dengan bahan kimia dan model bisnis yang membawa nilai-nilai sosial dalam praktek bisnisnya, memiliki *trend Back To Nature* yang aman digunakan jangka waktu panjang. Kanvas model bisnis yang akan digunakan yaitu dengan menggunakan modifikasi model kanvas bisnis untuk *social enterprises*, yang diharapkan akan menciptakan nilai berkelanjutan dalam aspek sosial dan ekonomi produk sabun cair melalui penciptaan lapangan pekerjaan, peningkatan pengembangan teknologi, pengembangan inovasi terciptanya modal sosial dan peningkatan kesejahteraan. Qastharin (2016) dalam perancangan model bisnis kanvas kewirausahaan sosial menjelaskan bahwa sembilan (9) elemen kunci dalam model bisnis kanvas Osterwalder (2010) tidak cukup untuk menggambarkan bagaimana *social enterprises* bekerja. Kemudian Qastharin (2016) menambahkan 2 elemen tambahan yaitu *mission* dan *impact & measurements*.

Mission (Misi) merupakan tujuan dari suatu *social enterprises*, alasan mengapa kewirausahaan tersebut ada, dan bertindak dalam mengarahkan suatu perusahaan (Qastharin, 2016). *Impact & measurements* merupakan elemen yang menjelaskan tentang manfaat untuk konsumen kewirausahaan sosial dengan memiliki pengukuran indikator sukses dan kemajuan dari *social enterprises*.

Berdasarkan uraian tersebut maka dilakukan penelitian mengenai perancangan model bisnis dengan pendekatan *social enterprises* sabun cair pencuci tangan dengan minyak biji mimba dan minyak atsiri sereh. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan strategi terbaik

terhadap inovasi sabun berbahan dasar dari alam yaitu minyak biji mimba dan minyak sereh sehingga diharapkan bisa menjadi alternatif produk yang aman untuk pemakaian dalam jangka panjang. Tujuan penelitian ini adalah merancang model bisnis sabun cair pencuci tangan dari minyak biji mimba dan minyak atsiri sereh menggunakan kanvas model bisnis dengan pendekatan *social enterprises*.

MATERI DAN METODE

Kerangka Penelitian

Peningkatan persaingan mengharuskan para pelaku dan pemilik usaha inovasi baru memiliki keunggulan bersaing agar tetap dapat mempertahankan bisnisnya. Salah satu cara yang dapat dilakukan yaitu melakukan analisis proses bisnis dengan penerapan kanvas model bisnis. Konsep kanvas model bisnis dalam hal ini, yaitu segmen konsumen, proposisi nilai, saluran, hubungan pelanggan, arus pendapatan, sumber daya utama, aktifitas utama, mitra utama dan struktur biaya. Perancangan model bisnis pada penelitian ini akan ada tambahan modifikasi terhadap konsep kanvas model bisnis berdasarkan Qastharin (2016), yaitu pendekatan *sosial enterprises*. Pada pendekatan sosial enterprises ada dua sub bagian elemen tambahan di luar dari 9 elemen model bisnis kanvas yaitu adanya *mission* dan *impact and measurement*. Kanvas model bisnis pada penelitian ini merupakan strategi pengembangan formulasi produk sabun pencuci tangan menggunakan minyak biji mimba dan minyak atsiri sereh pada penelitian Uzwatania *et al.* (2020).

Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan teknik wawancara mendalam (*in-depth interview*) dan menyebar kuisioner untuk memperoleh gambaran yang lebih mendalam mengenai analisis strategi pada inovasi pembuatan produk sabun cair pencuci tangan dengan minyak biji mimba dan minyak sereh. Penelitian ini juga mempunyai dua jenis data, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer dalam penelitian ini berupa hasil dari wawancara dengan *stakeholder* terkait yaitu produsen dan konsumen. Data sekunder yang digunakan berupa dokumen-dokumen atau literatur-literatur dari perpustakaan, internet, jurnal dan lain sebagainya. Pemilihan responden dilakukan *purposive sampling*. Kriteria responden dalam penelitian ini berdasarkan dari segmen geografis, segmen demografis, segmen psikografis, dan segmen perilaku.

Analisis Data

Kanvas model bisnis digunakan untuk merancang model bisnis yang menggambarkan proses bisnis untuk pengembangan produk sabun cair ini di pasaran. Tahapan awal yang dilakukan yaitu dengan pemetaan kebutuhan konsumen menggunakan peta empati. Peta empati adalah kegiatan perancangan usaha yang dipusatkan pada manusia untuk mendefinisikan fokus pada kebutuhan konsumen dibandingkan pada kondisi terkini teknologi (Matthews & Wringley, 2017). *Empathy maps* digunakan untuk mengetahui persepsi atau kebutuhan pelanggan berdasarkan apa yang dilihat, didengar, dipikirkan dan dirasakan, dikatakan dan dilakukan, kekecewaan dan keuntungan yang didapatkan (Osterwalder & Pigneur, 2010). Informasi yang diperoleh berupa karakteristik dan gambaran perilaku konsumen terhadap produk sabun cair natural pencuci tangan dengan minyak biji mimba dan atsiri sereh pada model bisnis dengan pendekatan *social enterprises*.

Model bisnis yang digunakan yaitu kanvas model bisnis dengan modifikasi kanvas model bisnis untuk *social enterprises*. Penelitian yang dilakukan oleh Qastharin (2016) dalam perancangan kanvas model bisnis kewirausahaan sosial mengatakan bahwa sembilan (9) elemen kunci model kanvas Osterwalder (2010) tidak cukup untuk menggambarkan bagaimana *social enterprises* bekerja. Blok kanvas model bisnis tersebut, yaitu segmen pelanggan, proporsi nilai, saluran, hubungan pelanggan, arus pendapatan, sumber daya kunci,

aktivitas kunci, mitra kunci, dan struktur biaya. Qastharin (2016) menambahkan 2 elemen tambahan yaitu *mission* dan *impact and measurements*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peta Empati

Analisis peta empati dilakukan untuk memperoleh gambaran mengenai bagaimana wawasan konsumen terhadap produk (Delfitriani, 2019). Gambaran peta empati berhubungan hasil dari visualisasi keinginan pelanggan. Visualisasi keinginan pelanggan dideskripsikan berdasarkan komponen *see, hear, think and feel, say and do, pain, dan gain* pada peta empati.

Apa yang dilihat konsumen? (*See*)

Hasil dari wawancara dengan *stakeholder* mengenai hal yang menjadi perhatian utama *stakeholder* mengenai produk sabun cair natural pencuci tangan minyak biji mimba dan atsiri sereh yaitu jaminan keamanan produk. Produk sabun cair natural yang sering ditemukan di pasar lokal yaitu produk sabun cair dengan mayoritas mengandung bahan kimia yang berpeluang lebih besar menimbulkan dampak kerugian seperti efek samping pada kulit dan tidak ramah lingkungan.

Apa yang didengar konsumen? (*Hear*)

Stakeholder sudah mendukung anjuran dari pemerintah untuk menerapkan pola hidup bersih dan sehat saat adanya pandemi dengan sering mencuci tangan menggunakan sabun dan air mengalir. Produk inovasi sabun cair natural minyak biji mimba dan atsiri sereh bisa menjadi solusi dalam penggunaan bahan pembersih yang aman dalam jangka waktu panjang.

Apa yang dipikirkan dan dirasakan konsumen? (*Think and Feel*)

Stakeholder sudah mulai khawatir akan bahaya bersamaan dari adanya pandemi virus Covid-19 dan bahaya dari seringnya penggunaan bahan pembersih yang mengandung bahan kimia. Produk sabun cair natural pencuci tangan minyak biji mimba dan atsiri sereh dapat bersaing dan dapat mengurangi kekhawatiran *stakeholder* pada saat adanya pandemi dengan memiliki keunggulan yaitu tanpa efek samping serta ramah terhadap lingkungan.

Apa yang dikatakan dan dilakukan konsumen? (*Say and Do*)

Trend masyarakat saat ini berorientasi pada *back to nature*. Masyarakat sebagai calon konsumen atau *stakeholder* memiliki kesadaran untuk khawatir terhadap dampak bahaya dari produk berbahan kimia baik untuk tubuh serta terhadap lingkungan. Selain itu *stakeholder* juga mengetahui akan dampak positif dari produk berbahan baku natural, meskipun relatif lama dalam merasakan dampak dari produk natural itu sendiri.

Apa yang menjadi kerugian/hambatan konsumen? (*Pain*)

Stakeholder beranggapan bahwa produk pembersih sabun cair natural belum terjamin kualitasnya yang mengakibatkan dampak yang relatif lama untuk dirasakan langsung. Selain itu, *stakeholder* keberatan menggunakan produk natural yang memiliki harga lebih mahal dibandingkan produk berbahan kimia. Adanya produk sabun cair natural pencuci tangan juga dinilai tidak lebih ergonomis di banding produk *handsatizer* karena tidak praktis dan cukup berat untuk dibawa.

Apa yang menjadi perolehan konsumen? (*Gain*)

Daya tarik calon konsumen dalam membeli produk inovasi sabun cair natural pencuci tangan minyak biji mimba dan atsiri sereh yaitu produk sabun cair ini dapat menjadi produk inovasi alternatif pengganti yang aman saat adanya Covid-19 dan penggunaan jangka waktu panjang serta jauh lebih ramah lingkungan dari produk pembersih berbahan kimia yang sudah ada.

Kanvas Model Bisnis

a. Segmentasi pelanggan

Segmen pelanggan khusus dari produk sabun cair natural pencuci tangan dengan tambahan minyak biji mimba dan minyak sereh adalah dengan menjangkau konsumen yang memiliki keadaan ekonomi menengah ke atas. Besarnya pendapatan dan pengeluaran akan mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian produk dan pola konsumsi yang berhubungan dengan daya beli konsumen terhadap produk sabun cair. Semakin tinggi pendapatan konsumen maka ekspektasi dalam pembelian produk berdasarkan kualitas yang sesuai dengan preferensi akan semakin besar.

Konsumen produk sabun cair pencuci tangan dalam penelitian ini yaitu masyarakat Kabupaten Bogor usia 15-55 tahun. Usia tersebut merupakan usia produktif konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian produk. Konsumen dalam kelompok usia tersebut rata-rata sudah bisa mempertimbangkan atribut-atribut produk yang menjadi preferensinya. Selain itu, ibu rumah tangga juga merupakan target pasar dalam model bisnis sabun cair ini. Hal ini disebabkan karena kegiatan ibu rumah tangga sehari-hari yaitu mengatur pengeluaran untuk kebutuhan rumah tangga termasuk dalam berbelanja produk sabun yang akan digunakan. Oleh karena itu, ibu rumah tangga merupakan pengambil keputusan dalam melakukan pembelian sabun cair yang mewakili anggota keluarga.

Selain itu, juga adanya pendekatan *Social Enterprises* yang mengharuskan adanya bentuk implementasi langsung yang dampaknya dapat dirasakan dalam hal ekonomi dan sosial. Pendekatan *social enterprises* yang dirancang yaitu berupa kunjungan dan pelatihan. Pensiunan yang akan memasuki masa purna waktu bekerja merupakan target dari pendekatan ini. Lembaga pendidikan juga disegmentasikan sebagai target dari kunjungan dan pelatihan.

b. Proporsi Nilai

Proporsi nilai merupakan suatu alasan mengapa konsumen beralih ke perusahaan lain karena dapat memecahkan permasalahan konsumen atau memuaskan kebutuhan konsumen (Delfitriani, 2019). Nilai proposisi yang ditawarkan dari rencana model bisnis untuk ide produk sabun cair natural pencuci tangan ini adalah ikut mengangkat tren saat ini yaitu menggunakan produk *Back to Nature* yang aman dalam penggunaan jangka panjang dan aman untuk semua jenis kulit. Nilai proporsi sosial yang direncanakan adalah menerima kunjungan industri yang didedikasikan untuk layanan pelatihan kewirausahaan bagi para calon pensiunan.

c. Saluran

Saluran pelanggan menggambarkan cara perusahaan mengenalkan produk melalui distribusi dan penjualan. Internet dalam penggunaannya saat ini merupakan media untuk mencari informasi secara global tanpa batas. Hal ini menjadi peluang untuk menggunakan media sosial sebagai media promosi produk, khususnya produk baru. Media sosial yang akan digunakan untuk mempromosikan produk inovasi pembersih sabun cair natural pencuci tangan minyak biji mimba dan atsiri sereh adalah melalui website dan media sosial (whatsapp, instagram, facebook, twitter). Selain itu, program promosi harus ditingkatkan dengan mendirikan *outlet*, mengikuti pameran dan membangun situs web untuk produk.

d. Hubungan Pelanggan

Hubungan pelanggan merupakan salah satu aspek penting dalam suatu usaha. Proporsi nilai yang menarik minat konsumen akan meningkatkan hubungan pelanggan dan memberikan keuntungan bagi produsen yaitu berupa konsumen tetap dan dapat memperluas pasar (Delfitriani, 2019). Oleh karena itu, diperlukan tenaga khusus dalam melayani pelanggan sebelum dan sesudah pembelian produk. Sebelum pembelian produk, konsumen diberikan informasi mengenai keunggulan produk sabun pencuci tangan yang ditawarkan yaitu berupa produk natural yang aman dan baik untuk kulit. Setelah pembelian produk,

konsumen diberikan ruang untuk menuliskan testimoni berupa kritik dan saran. Hal ini bertujuan menjadi bahan evaluasi bagi produsen dalam usaha mengembangkan dan memperbaiki produk dengan harapan adanya repeat order di kemudian hari.

e. Aliran Pendapatan

Aliran pendapatan merupakan elemen yang sangat penting dalam pengembangan model bisnis. Aliran pendapatan diperoleh berdasarkan proporsi nilai yang dapat menarik konsumen untuk membeli produk. Elemen ini menggambarkan uang tunai yang diperoleh perusahaan dalam menjalankan operasional perusahaan. Arus pendapatan di dalam rencana model bisnis ini akan menghasilkan pendapatan dari pembelian produk secara langsung oleh konsumen berupa toko langsung dan toko mitra serta adanya kegiatan *visit industry* secara berbayar atau komersil. Aliran pendapatan lain yang diharapkan akan meningkat adalah penjualan langsung di sosial media dan saat mengikuti pameran.

f. Sumber daya kunci

Sumber daya kunci merupakan elemen terpenting yang terdapat dalam suatu model bisnis. Setiap perusahaan mempunyai sumber daya yang berbeda tergantung pada kondisi lingkungan, sosial dan ekonomi. Sumber daya yang dibutuhkan dalam perencanaan untuk ide produk sabun cair natural minyak biji mimba dan minyak sereh ini adalah yang paling utama yaitu memiliki pengelolaan terkait finansial yang terbagi untuk aktifitas produksi dan pengeluaran untuk pemasaran. Selain finansial, sumber daya yang dibutuhkan dalam pembuatan dan pemasaran produk sabun cair pencuci tangan ini yaitu bahan baku utama berupa minyak biji mimba dan minyak atsiri sereh, bahan-bahan pendukung yang merupakan bahan-bahan natural, mesin dan alat produksi.

Adanya aspek pendukung fisik penunjang seperti mesin dan alat yang di gunakan serta pendukung untuk kegiatan implementasi pendekatan *social enterprises* berupa penyediaan ruang rapat yang nyaman dan modul pelatihan serta sumber daya manusia seperti tim pengajar untuk kunjungan dan pelatihan serta sumber daya manusia sebagai tim produksi. Sumber daya lainnya adalah adanya pengetahuan masyarakat tentang tren menggunakan produk *back to nature* dalam memberi produk alternatif pembersih yang aman digunakan dalam jangka waktu panjang

g. Kegiatan Kunci

Kegiatan utama yang perlu dilaksanakan pada rancangan model bisnis kali ini adalah produsen mengatur jalannya jadwal produksi dan pelatihan serta kunjungan agar tidak mengganggu jalan bisnisnya. Selain itu, pemilik dan sekaligus karyawan secara bersama-sama menyusun modul pelatihan dan standar operasional prosedur pelaksanaan kunjungan kewirausahaan dan pelatihan, serta pembentukan tim pengajar yang sesuai. Teknis terkait durasi *visit industry*, kunjungan industri hanya sekitar 2 jam untuk pengenalan perusahaan, atur ruang produksi, simulasi pemotongan sabun, dan sesi diskusi. Adapun untuk pelatihan, durasi waktu yang disediakan sekitar 8 jam untuk mengetahui cara pembuatan dan bisnis sabun. Aktifitas tersebut merupakan kegiatan yang mendukung dalam penciptaan dan penyampaian nilai produk kepada konsumen dalam model usaha dengan pendekatan *social enterprises*.

h. Mitra Kunci

Mitra kunci mampu mendeskripsikan jaringan luar model usaha dan kemitraan yang membuat model bisnis berjalan. Mitra kunci mendeskripsikan jaringan kemitraan yang membuat model bisnis dapat berjalan. Perusahaan menjalin kemitraan untuk menguatkan fondasi agar mengoptimalkan model bisnis perusahaan (Osterwalder & Pigneur, 2010). *Stakeholder* yang terlibat dalam perancangan model bisnis mempunyai peran masing-masing dalam kegiatannya. Definisi peranan setiap *stakeholder* akan membantu organisasi dalam memetakan kegiatan *stakeholder* dan pengaplikasian model agar sesuai dengan kebutuhan.

Peranan mitra kunci dalam kanvas model bisnis untuk *social enterprises* di ide inovasi sabun cair natural pencuci tangan dengan minyak biji mimba dan atsiri sereh tertera dalam Tabel 3.

Tabel 3. Stakeholder yang Terlibat

Siapa	Kebutuhan/Harapan	Sumber daya yang di miliki
Pegguna (sebutkan pihak yang memiliki masalah)		
1. Pemilik Usaha	Bisnis global untuk mencapai keberlanjutan ekonomi dan tujuan sosial	Ide pemikiran, sumber daya fisik dan finansial
2. Mahasiswa	- Pengembangan produk aman jangka panjang untuk penciptaan lapangan pekerjaan, peningkatakan teknologi dan inovasi, serta peningkatan kesejahteraan - Peningkatan pengetahuan dan keterampilan	Ilmu pengetahuan modifikasi inovasi dalam teknologi
3. Pensiunan	Penciptaan lapangan pekerjaan berupa peningkatan pengetahuan dan keterampilan sudah atau menjelang masa purna waktu	Kebebasan waktu dan finansial
Pihak lain yang bertanggung jawab/berperan penting dalam menyelesaikan masalah		
Pemilik usaha dan perancang model bisnis	Memiliki bisnis yang berkelanjutan melalui pendekatan social enterprises yang berdampak pada ekonomi, sosial dan lingkungan dalam peningkatan teknologi dan inovasi serta peningkatan kesejahteraan	Wewenang membuat kebijakan pembaharuan inovasi dan teknologi serta rencana bisnis dalam peningkatan kegiatan pengoperasian usaha
Pihak yang mungkin resisten terhadap penyelesaian masalah		
Kemitraan	Mendapat peningkatan dari arus pendapatan kegiatan pembelian langsung oleh konsumen	Ilmu pengetahuan aplikasi marketing (promosi & distribusi)
Pihak yang relevan		
Pemerintah (Government)	Ekonomi kreatif (sinergitas pemerintah, komunitas kreatif, dunia usaha dan akademisi) dapat menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia serta meningkatkan daya saing dan kesinambungan pertumbuhan ekonomi	Wewenang membuat kebijakan pemerintah dalam dorong akselerasi ekonomi kreatif

i. Struktur biaya

Struktur biaya menggambarkan keseluruhan biaya yang digunakan dalam menjalankan model bisnis sabun pencuci tangan dalam penelitian ini. Berikut biaya yang dibutuhkan dalam pengembangan model bisnis:

1) Biaya teknologi

Biaya teknologi merupakan biaya yang digunakan untuk melakukan pengembangan dan inovasi dalam pengolahan produk dan pengembangan agroindustri. Biaya teknologi sangat penting dalam pengembangan model bisnis karena merupakan elemen yang akan membantu dalam pengembangan bisnis yang akan dijalankan. Biaya teknologi mencakup biaya riset pengembangan olahan dan biaya peralatan teknologi pengolahan.

2) Biaya promosi

Biaya promosi merupakan biaya yang digunakan untuk mempromosikan produk baik secara online maupun secara langsung kepada konsumen dengan sampel produk. Promosi online dilakukan melalui media sosial seperti website, whatsapp, facebook, Instagram yang akan mengenalkan produk inovasi sabun cair natural pencuci tangan minyak biji mimba dan atsiri sereh. Biaya promosi mencakup biaya pembelian paket data internet dan pembuatan produk sampel.

3) Biaya sosial

Biaya sosial merupakan biaya yang digunakan untuk melakukan kegiatan pemberdayaan dan perbaikan lingkungan. Pemberdayaan yang dilakukan berupa melakukan pendampingan selama proses pengembangan model bisnis dan peningkatan kapasitas sumber daya manusia. Model bisnis ini merupakan model bisnis yang dikembangkan untuk pengembangan produk inovasi bahan pembersih sehingga diperlukan proses pendampingan pemilik ide inovasi dan produsen yang terlibat dalam model bisnis melalui pelatihan dan kegiatan pemberdayaan. Proses ini akan berlangsung sesuai dengan kebutuhan dari stakeholder dalam hingga mencapai bisnis yang berkelanjutan.

j. Dampak

Dampak merupakan elemen yang menjelaskan tentang manfaat untuk konsumen kewirausahaan sosial dengan memiliki pengukuran indikator sukses dan kemajuan dari *social enterprises* (Pamungkasari, 2018). Dampak yang ditimbulkan dari adanya model bisnis ini yaitu:

1. Peningkatan serta pemanfaatan teknologi dan inovasi produk alternatif berbahan baku natural alami
2. Meningkatkan trend back to nature dan bisnis global dalam mencapai keberlanjutan ekonomi dan tujuan sosial
3. Meningkatkan pengetahuan dan keterampilan stakeholder terkait
4. Meningkatkan kesadaran stakeholder akan produk yang ramah lingkungan serta aman dalam penggunaan jangka waktu panjang

k. Misi

Misi merupakan tujuan dari suatu model usaha dengan pendekatan modifikasi *social enterprises*, alasan mengapa kewirausahaan tersebut ada, dan bertindak dalam mengarahkan dampak dari suatu perusahaan (Qastharin 2016). Kegiatan untuk mencapai misi tersebut maka disusun misi yang menjadi tujuan dalam model. Misi dari model bisnis ini yaitu:

1. Memberikan strategi bisnis yang *on target sustainable* dengan pendekatan *social enterprises*
2. Pengembangan produk untuk penciptaan lapangan pekerjaan, peningkatkan teknologi dan inovasi serta peningkatan kesejahteraan
3. Memberikan kepuasan kepada konsumen melalui inovasi produk

KESIMPULAN

Sabun cair pencuci tangan dengan bahan baku minyak biji mimba dan minyak atsiri sereh memberikan nilai produk yang aman untuk kulit dan aman digunakan dalam jangka panjang bagi konsumen. Konsumen yang ditargetkan pada model bisnis ini yaitu konsumen dengan ekonomi menengah ke atas, usia produktif, ibu rumah tangga, dan konsumen yang sadar akan pentingnya penggunaan produk-produk berbahan natural serta bahaya dari produk berbahan kimia dalam jangka waktu panjang. Saluran pelanggan yang digunakan berupa media sosial, *outlet*, dan kegiatan pameran produk. Hubungan pelanggan di bangun dari sebelum pembelian produk hingga setelah pembelian produk oleh konsumen. Mitra kunci, aktivitas kunci, dan sumber daya kunci menggambarkan proses bisnis yang terjadi

dalam pengembangan dan pemasaran produk. Struktur biaya dalam usaha produk ini berupa biaya operasional serta pengembangan teknologi, biaya investasi dan biaya promosi. Aliran pendapatan di peroleh dari penjualan produk secara langsung kepada konsumen, media sosial dan layanan *visit industry* berbayar.

Perancangan kanvas model bisnis pendekatan *social enterprises* diperoleh rancangan awal model bisnis konseptual dalam pemetaan keinginan konsumen. Pendekatan *social enterprises* pada ide inovasi sabun cair natural pencuci tangan minyak biji miba dan atsiri sereh dapat memberikan dampak meningkatnya tren *back to nature* dan bisnis global dalam mencapai keberlanjutan ekonomi dan tujuan sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Balasubramanian, G., Sarathi, M., Rajesh Kumar, S., & Sahul Hameed, A.S. (2007). Screening the antiviral activity of Indian medicinal plants against white spot syndrome virus in shrimp. *Aquaculture*, 263 (1-4), 15-19.
- Carlo, P., Ferdinando, D., Paolo, C., & Maria, L. G. (1997). Effectiveness of antifungal compounds against rose powdery mildew (*Sphaerotheca pannosa* var. *rosae*) in glasshouses. *Crop Protection*, 16 (3), 251-256.
- Delfitriani, D. (2019). Perancangan model bisnis usaha produk dadih susu sapi kedalam kanvas model bisnis dan peta empati. *Jurnal Agroindustri Halal*, 5(2), 204-211
- Maizura, M. A., Fazilah, M. H., Norziah, & Karim, A. A. (2007). Antibacterial activity and mechanical properties of partially hydrolyzed sago starch-alginate edible film containing lemongrass oil. *J of Food Science*, 72 (6), 324-c330.
- Matthews, J., & Wringley, C. (2017). Design and design thinking in business and management higher education. *Journal of Learning Design*, 10(1), 41-54.
- Nazir J., Gowen, S. R., Inam-ul-Haq, M., Abdullah, K., & Shahina, F. (2007). Systemic and persistent effect of neem (*Azadirachta indica*) formulations against root-knot nematodes, *Meloidogyne javanica* and their storage life. *Crop Protection*, 26 (7), 911-916.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation*. JohnWiley & Sons Inc.
- Pamungkassari, R. P. (2018). *Model Social Enterprises untuk Mitigasi Risiko Dan Peningkatan Nilai Tambah Rantai Pasok Agroindustri Berkelanjutan Bawang Merah*. [Tesis, Institut Pertanian Bogor]. IPB University Scientific Repository.
- Prarthana, T., Poulami, B., Souryadeep, M., Tapas, K. H., Amarendra, P., & Prasanta, K. B. (2007). Antibacterial, antisecretory and antihemorrhagic activity of *Azadirachta indica* used to treat cholera and diarrhea in India. *Journal of Ethnopharmacology*, 111 (3), 607-612.
- Qastharin, A. R. (2016). Business model canvas for social enterprise. *Journal of Business and Economics*, 7(4): 627-637
- Tim PPM Manajemen. (2012). *Business Model Canvas-Penerapan di Indonesia*. PPM.
- Uzwatania, F., Ningrum, R. S., & O Resti, S. (2020). Formulation of liquid hand soap made from neem seed oil and lemongrass essent. *Indonesian Journal of Applied Research*, 1(3), 155-162.