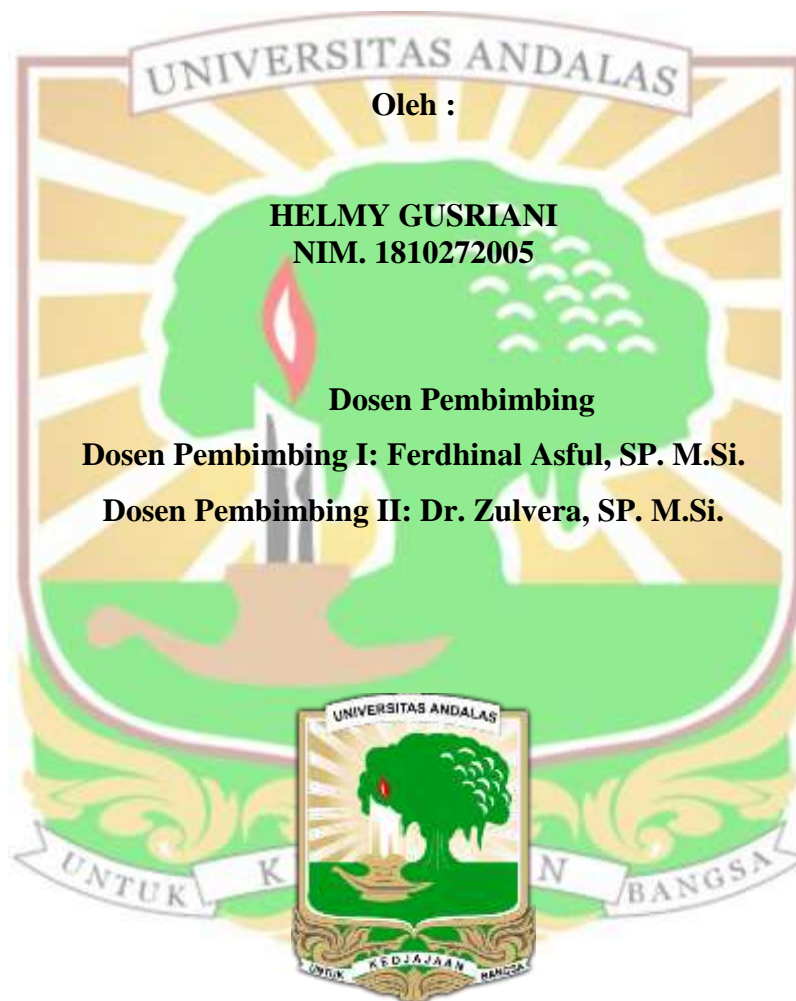


**ANALISIS KEWIRAUSAHAAN SOSIAL DALAM  
KELOMPOK USAHA NATA DE COCO SEJAHTERA  
MANDIRI DI NAGARI BALAI BAIK III KOTO,  
KECAMATAN IV KOTO AUR MALINTANG,  
KABUPATEN PADANG PARIAMAN**

**SKRIPSI**



**FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS ANDALAS  
PADANG  
2023**

**ANALISIS KEWIRAUSAHAAN SOSIAL DALAM  
KELOMPOK USAHA NATA DE COCO SEJAHTERA  
MANDIRI DI NAGARI BALAI BAIK III KOTO,  
KECAMATAN IV KOTO AUR MALINTANG,  
KABUPATEN PADANG PARIAMAN**

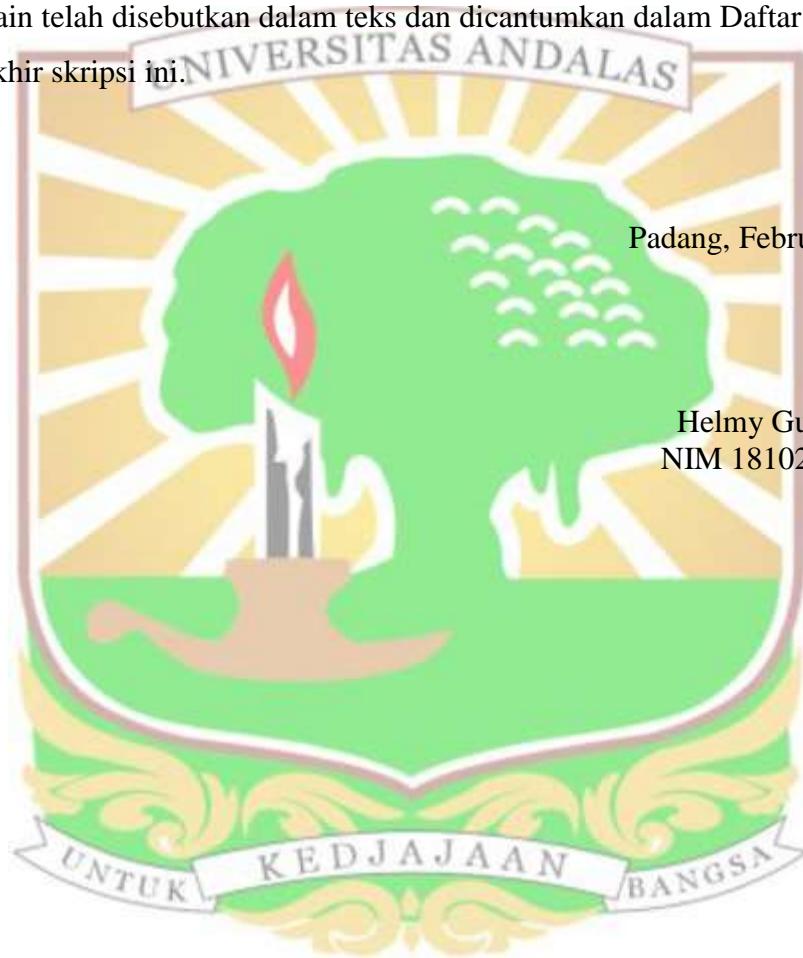
Oleh



**FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS ANDALAS  
PADANG  
2023**

## PERNYATAAN ORISINILITAS SKRIPSI

Dengan ini dinyatakan bahwa skripsi berjudul “Analisis Kewirausahaan Sosial dalam Kelompok Usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri di Nagari Balai Baiak III Koto, Kecamatan IV Koto Aur Malintang, Kabupaten Padang Pariaman” adalah benar karya saya dengan arahan dari pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.



Padang, Februari 2023

Helmy Gusriani  
NIM 1810272005

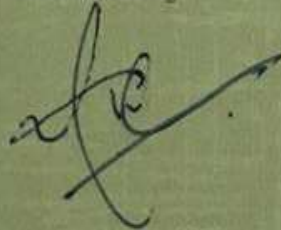
**ANALISIS KEWIRAUSAHAAN SOSIAL DALAM  
KELOMPOK USAHA NATA DE COCO SEJAHTERA  
MANDIRI DI NAGARI BALAI BAIK III KOTO,  
KECAMATAN IV KOTO AUR MALINTANG,  
KABUPATEN PADANG PARIAMAN**

Oleh

**HELMY GUSRIANI  
NIM. 1810272005**

**MENYETUJUI:**

Dosen Pembimbing I



Ferdhinal Asfial, SP., M.Si  
NIP.197102232005011004

Dosen Pembimbing II



Dr. Zulvera, SP., M.Si  
NIP.197406061990032002

Dekan Fakultas Pertanian  
Universitas Andalas



Dr. Ir. Indra Dwipa, M.S  
NIP. 196502201989031003

Koordinator Program Studi  
Pernyuhahan Pertanian  
Fakultas Pertanian  
Universitas Andalas


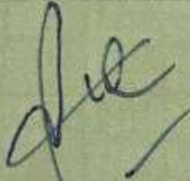

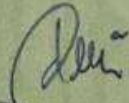


Dr. Sri Wahyuni, S.Pt., M.Si  
NIP. 197809172008012018

Tanggal disahkan:



Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan di depan Sidang Panitia Ujian Sarjana  
Fakultas Pertanian Universitas Andalas, pada tanggal 13 Februari 2023

No	NAMA	TANDA TANGAN	JABATAN
1.	Dr. Sri Wahyuni, S.Pt., M.Si		Ketua
2.	Ferdhinal Asful, SP., M.Si		Sekretaris
3.	Dr. Zulvera, SP., M.Si		Anggota
4.	Dr. Devi Analia, SP., M.Si		Anggota





“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila engkau telah selesai dengan satu pekerjaan, segeralah engkau kerjakan dengan sungguh-sungguh urusan lain. Dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya engkau berharap.”

(Q.S Al Insyirah: 6-8)

Alhamdulillahirabbil'alamin.....

Puji syukur ananda panjatkan kehadirat Allah Subhanahu Wa Ta'ala atas karunia, rahmat, nikmat yang tiada taranya, dan berbagai kemudahan yang telah Engkau berikan. Shalawat beriringan salam untuk Nabi Muhammad Shallallahu 'Alayhi Wasallam pemimpin umat sedunia dan sebagai suri tauladan dalam menjalani kehidupan ini.

Karya kecil ini penulis persembahkan untuk kedua orangtua tercinta, untuk Alm. Bapak (Hendri Chan) dan Ibuku tersayang (Ermayeni). Terima kasih yang tiada henti untuk pahlawanku yang telah membesarkanku, menyanyangiku, memberikan nasihat dan semangat, hingga menjadi motivasi bagiku dan yang merupakan anugerah terbesar dalam hidup ini. Terima kasih untuk Onsu (Amrizal) yang telah memberikan dukungan moril maupun materil hingga saat ini. Sangat bangga memiliki orang tua seperti mereka, karena penulis tidak berasal dari keluarga yang memiliki gelar sarjana, tapi memiliki orang tua yang berusaha membuat anaknya menjadi sarjana. Untuk kakakku tercinta (Herly Wulandari, SP) terima kasih telah menjadi kakak sekaligus temanku, mau mendengarkan segala macam keluh kesahku, dan menjadi *support system* terbaikku, kita pernah berjuang di Universitas yang sama untuk mendapat gelar dan alhamdulillah sekarang kita mendapatkannya. Untuk adikku tercinta (Muzdalifah) dan adik sepupuku (Azizah wahyuni), terimakasih atas dukungan dan semangat yang tiada henti, ditunggu juga gelar di akhir nama kalian. Tiada kata yang dapat mewakili ucapan terima kasih untuk mewakili semua ini, hingga karya sederhana ini dapat terwujud dengan gelar dibelakang nama ananda.

Teruntuk Aldino Yoasda yang telah kebersamai dan menjadi bagian dari perjalanan penulis hingga saat ini. Terima kasih telah menjadi rumah yang tidak hanya berupa tanah dan bangunan. Terima kasih telah berkontribusi dalam penulisan skripsi ini, baik tenaga, pikiran, waktu, moril maupun materil hingga skripsi ini selesai. Tetaplah kebersamai dan menjadi bagian dari perjalanan penulis hingga waktu yang tidak ditentukan.

Terima kasih untuk teman-temanku (Aulia, Ibe) SP dan (Uwang, Nadia, Dahlia, Enjel, Nisa F., April, Yuli) soon SP, yang telah berbaik hati memberikan tebengan kos untukku dan telah banyak membantu selama masa perkuliahan ini. Serta teman-teman Rangkaian Sagonjong yang tidak dapat disebutkan satu persatu terima kasih telah menjadi bagian dalam cerita penulis selama perkuliahan, penulis bangga bisa menjadi salah satu diantara orang-orang hebat seperti kalian.

## BIODATA

Penulis dilahirkan di Muara Bungo, Provinsi Jambi pada tanggal 30 Agustus 2000. Penulis merupakan anak kedua dari tiga bersaudara dari pasangan Hendri Chan dan Ermayeni. Pendidikan Taman Kanak-kanak (TK) ditempuh di TK. Permata Bunda, Kecamatan IV Jurai, Kabupaten Pesisir Selatan (2005-2006). Pendidikan Sekolah Dasar (SD) ditempuh di SD Negeri 14 Laban (2006-2012). Sekolah Menengah Pertama (SMP) ditempuh di Madrasah Tsanawiyah Negeri Salido / MTsN Salido (2012-2015). Sekolah Menengah Atas (SMA) ditempuh di SMA Negeri 1 Painan (2015-2018). Pada tahun 2018 penulis melanjutkan kuliah S1 Program Studi Penyuluhan Pertanian di Fakultas Pertanian Universitas Andalas Padang.

Padang, Februari 2023

HG



## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji dan syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT karena atas izin-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Sholawat beriringan salam disampaikan untuk Rasulullah Muhammad SAW sebagai suri tauladan dalam kehidupan. Skripsi ini berjudul **“Analisis Kewirausahaan Sosial Dalam Usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri Di Nagari Balai Baik III Koto, Kecamatan IV Koto Aur Malintang, Kabupaten Padang Pariaman”**.

Dalam penyelesaian skripsi ini, penulis ucapkan terima kasih setulusnya kepada Bapak Ferdhinal Asful, SP. MSi dan Ibuk Dr. Zulvera, SP. MSi., selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan arahan, nasihat dan saran kepada penulis baik dalam studi maupun dalam penulisan skripsi ini. Ucapan terima kasih yang sama penulis sampaikan kepada dosen-dosen yang telah memberikan ilmu yang sangat berharga, serta teman-teman seperjuangan dan semua pihak yang telah memberikan motivasi maupun membantu baik moril maupun materil yang sangat berarti bagi penulis.

Harapan penulis semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua. Penulis juga menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang membangun akan penulis terima dengan baik.

Padang, Februari 2023



H.G



# DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
<b>BAB I. PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan.....	6
D. Manfaat.....	6
<b>BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>7</b>
A. Kewirausahaan Sosial.....	7
B. Elemen Kewirausahaan Sosial.....	9
C. Model Bisnis Kanvas Kewirausahaan Sosial.....	11
D. Agribisnis Nata De Coco.....	15
E. Social Return on Investment (SROI).....	17
F. Penelitian Terdahulu.....	19
G. Kerangka Pemikiran.....	23
<b>BAB III. METODE PENELITIAN.....</b>	<b>25</b>
A. Tempat dan Waktu Penelitian.....	25
B. Metode Penelitian.....	25
C. Informan Penelitian.....	25
D. Teknik Pengumpulan Data.....	26
E. Topik Pengamatan Penelitian.....	27
F. Analisis Data.....	29
G. Definisi Operasional.....	36

<b>BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>42</b>
A. Gambaran Umum Daerah Penelitian.....	42
B. Profil Informan Kunci pada Kelompok Usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri.....	46
C. Profil Kelompok Usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri.....	47
D. Alur Pembuatan Nata De Coco dalam Kelompok Usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri.....	56
E. Penerapan Elemen-elemen Kewirausahaan Sosial pada Kelompok Usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri.....	58
F. Model Bisnis Kanvas Kewirausahaan Sosial pada Kelompok Usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri.....	74
<b>BAB V. PENUTUP.....</b>	<b>94</b>
A. Kesimpulan.....	94
B. Saran.....	95
DAFTAR PUSTAKA.....	96
LAMPIRAN.....	99



## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Informan Kunci.....	26
2. Matrik Data Set.....	33
3. Gambaran Umum Nagari Balai Baiak III Koto.....	42
4. Luas Lahan Berdasarkan Penggunaannya.....	43
5. Data Kependudukan Nagari Balai Baiak III Koto Tahun 2021.....	43
6. Daftar Lembaga Terkait yang Ada di Nagari Balai Baiak Tahun 2021.....	44
7. Sarana dan Prasarana Pendukung di Nagari Balai Baiak.....	45
8. Identitas Informan Kunci.....	46
9. Kegiatan Yang Dilakukan Di Kelompok Usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri.....	52
10. Bantuan yang Diterima Kelompok Usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri.....	54
11. Nilai Sosial pada Kelompok Usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri.....	62
12. Masyarakat Sipil/ Komunitas pada Kelompok Usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri.....	67
13. Inovasi pada Kelompok Usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri.....	69
14. Aktivitas Ekonomi pada Kelompok Usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri.....	72
15. Elemen-elemen Kewirausahaan Sosial pada Kelompok Usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri.....	72
16. Biaya Penyediaan Input Produksi atau Pembuatan Bibit Nata.....	86
17. Biaya Produksi Nata De Coco.....	86
18. Biaya Pengemasan Nata De Coco.....	87
19. Biaya Pengolahan Nata de coco.....	87
20. Data Manfaat yang didapatkan <i>Stakeholder</i> dari Kelompok Usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri.....	91
21. Nilai Input dan Setiap Manfaat Bagi <i>Stakeholder</i> dari Kelompok Usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri.....	92

## DAFTAR GAMBAR

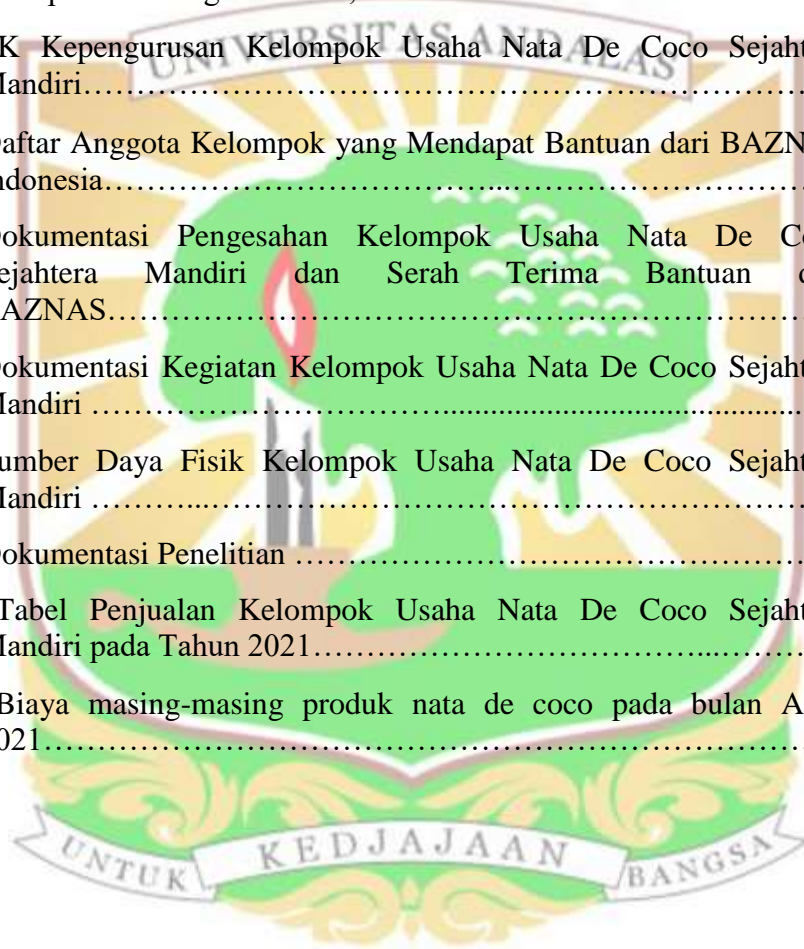
Gambar	Halaman
1. Empat Elemen Utama Sociopreneurship.....	11
2. Sub Sistem Agribisnis.....	15
3. Kerangka Berfikir.....	24
4. Modifikasi Model Bisnis Kanvas Osterwalder dalam Kewirausahaan Sosial.....	30
5. Struktur Kepengurusan Kelompok Usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri (2020-2021).....	51
6. Alur Pembuatan Nata De Coco.....	56
7. Model Bisnis Kanvas Kewirausahaan Sosial Kelompok Usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri.....	89





## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Peta Lokasi Penelitian.....	99
2. Luas Tanaman dan Produksi Kelapa Dalam Perkebunan Rakyat Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Sumatera Barat, 2020.....	100
3. Luas Area dan Produksi Tanaman Kelapa menurut Kecamatan di Kabupaten Padang Pariaman, 2019.....	101
4. SK Kepengurusan Kelompok Usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri.....	102
5. Daftar Anggota Kelompok yang Mendapat Bantuan dari BAZNAS Indonesia.....	103
6. Dokumentasi Pengesahan Kelompok Usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri dan Serah Terima Bantuan dari BAZNAS.....	104
7. Dokumentasi Kegiatan Kelompok Usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri .....	105
8. Sumber Daya Fisik Kelompok Usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri .....	107
9. Dokumentasi Penelitian .....	108
10. Tabel Penjualan Kelompok Usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri pada Tahun 2021.....	109
11. Biaya masing-masing produk nata de coco pada bulan April 2021.....	110



**ANALISIS KEWIRAUSAHAAN SOSIAL DALAM KELOMPOK  
USAHA NATA DE COCO SEJAHTERA MANDIRI DI NAGARI BALAI  
BAIAK III KOTO, KECAMATAN IV KOTO AUR MALINTANG,  
KABUPATEN PADANG PARIAMAN**

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan penerapan 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. Penelitian ini dilaksanakan pada tanggal 05 Juli hingga 05 Agustus 2022. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif menggunakan metode studi kasus (*case study*). Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder yang didapatkan melalui observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi. Untuk tujuan pertama data dianalisa menggunakan analisa data Model Miles and Huberman dan untuk tujuan kedua dianalisa secara deskriptif kualitatif, kemudian dilakukan penilaian manfaat sosial terhadap program yang dijalankan menggunakan metode *Social Return on Investment* (SROI). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa elemen-elemen kewirausahaan sosial yang diterapkan oleh kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri adalah nilai sosial, masyarakat sipil, inovasi dan aktivitas ekonomi. Model bisnis kanvas untuk pengembangan kewirausahaan sosial terdiri dari segmentasi pelanggan, nilai proposisi dan nilai sosial, saluran, hubungan pelanggan, aliran pendapatan dan investasi ulang komunitas, kegiatan utama, sumber daya utama, mitra kunci, dan struktur biaya. Berdasarkan penilaian SROI pada kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri dapat disimpulkan bahwa manfaat sosial yang dihasilkan adalah 1:0,03, artinya kegiatan program belum mampu membentuk dampak keberlanjutan manfaat bagi para *stakeholders* dan belum dapat menciptakan kemandirian usaha sosial sebelum program berakhir, karena rasio SROI yang dihasilkan kecil dari 1 ( $<1$ ). Sebaiknya kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri memaksimalkan pemanfaatan lingkungan dengan mengelola limbah cair dari produksi nata yang dihasilkan, mengurangi kerusakan lingkungan yang dihasilkan dari limbah cair tersebut.

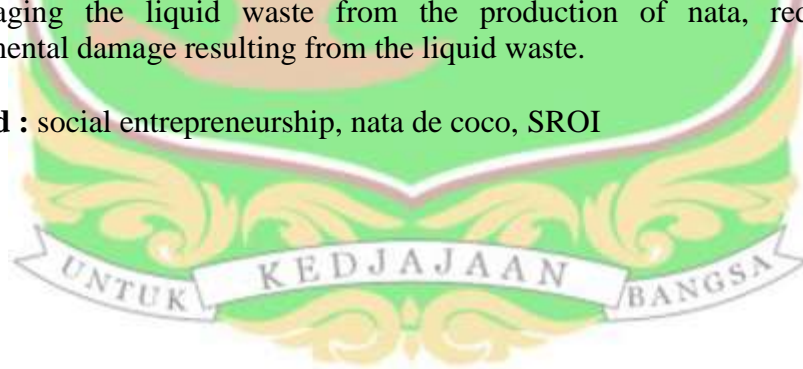
**Kata kunci :** kewirausahaan sosial, nata de coco, SROI

**ANALYSIS OF SOCIAL ENTREPRENEURSHIP IN THE NATA DE  
COCO SEJAHTERA MANDIRI BUSINESS GROUPS IN BALAI BAIK  
III KOTO VILLAGE, IV KOTO AUR MALINTANG DISTRICT,  
PADANG PARIAMAN DISTRICT**

**Abstract**

This study aims to describe the application of social entrepreneurship elements in the Nata De Coco Sejahtera Mandiri business group and describe the canvas business model for the development of social entrepreneurship in the Nata De Coco Sejahtera Mandiri business group. This research was conducted from 05 July to 05 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. Entrepreneurship implemented by the Nata De Coco Sejahtera Mandiri business group are social values, civil society, innovation and economic activity. The business model canvas for developing social entrepreneurship consists of customer segment, value proposition and social value, channels, customer relationship, revenue streams and community reinvestment, key activities, key resources, key allies, cost of delivery. Based on the SROI assessment for the Nata De Coco Sejahtera Mandiri business group, it can be concluded that the resulting social benefits are 1:0.03, meaning that program activities have not been able to create sustainable benefits for stakeholders and have not been able to create independent social enterprises, because the resulting SROI ratio is small. of 1 (<1). We recommend that the Nata De Coco Sejahtera Mandiri business group maximize the use of the environment by managing the liquid waste from the production of nata, reducing the environmental damage resulting from the liquid waste.

**Keyword :** social entrepreneurship, nata de coco, SROI





## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Perekonomian Indonesia dipengaruhi oleh kegiatan perekonomian masyarakat pedesaan yang merupakan basis masyarakat Indonesia. Indonesia dapat mengembangkan potensi yang dimiliki melalui desa, beberapa desa di Indonesia sudah berhasil menggali potensi desanya sebagai cara yang dilakukan dalam pembangunan desa. Dalam hubungannya dengan masyarakat kota, desa mampu memberikan sumbangan pangan, energi, lingkungan, dan tenaga kerja produktif yang bermigrasi ke kota (Muryanti, 2020: 171). Indonesia sebagian besar penduduknya berada di pedesaan, jadi tidak adil jika kekuatan ekonomi nasional justru berpusat di Kota.

Ketidakmerataan pembangunan ekonomi menjadi salah satu penyebab terjadinya kemiskinan (Firdaus, 2014: 55). Kemiskinan merupakan masalah mendasar dalam pembangunan ekonomi, terutama pada negara berkembang seperti Indonesia. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2021:87) jumlah penduduk Indonesia pada tahun 2020 sebanyak 270.203,9 juta jiwa, dengan persentase penduduk miskin sebanyak 10,19% pada bulan September 2020. Artinya masih ada sebanyak 27,55 juta jiwa penduduk miskin di Indonesia (BPS, 2021: 252). Menurut data BPS (2021: 195) Sumatera Barat merupakan salah satu provinsi dengan persentase kemiskinan 6,56% setara dengan 364,79 ribu orang masih dalam kategori penduduk miskin dari jumlah penduduk sebanyak 5.534.472 jiwa. Kemiskinan diartikan sebagai ketidakberdayaan seseorang dalam memenuhi kebutuhan dasarnya karena mereka tidak mampu dalam mengakses atau menguasai sumber-sumber ekonomi. Ketidakberdayaan ini saling berkaitan sehingga menyebabkan perubahan dalam cara pandang terhadap kehidupan. Contohnya seperti, ketidakberdayaan dalam hal ekonomi menimbulkan efek munculnya ketidakberdayaan dalam pemenuhan pendidikan. Minimnya tingkat pendidikan berdampak pada kurangnya pengetahuan dalam pemenuhan aspek kesehatan. Akibat kurangnya pengetahuan terhadap kesehatan, seseorang tidak mampu menjaga kondisi fisik sehingga saat sakit terjadi ketidakmampuan dalam



memenuhi kebutuhan ekonomi. Hal ini kemudian terus terjadi dan membuat kemiskinan semakin kuat melekat dalam kehidupan seseorang.

Usaha pengentasan kemiskinan dilakukan agar penduduk miskin dapat keluar dari jaring kemiskinan. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan melakukan pengembangan 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 dengan tujuan tidak hanya ekonomi semata, namun juga tentang sosial dan lingkungan.

Kewirausahaan adalah kemampuan kreatif dan inovatif, pandai melihat peluang dan selalu terbuka untuk setiap masukan yang diberi, dan mampu membawa perubahan positif agar bisnis tersebut terus bertumbuh dan memiliki nilai (Saragih, 2017: 26). Artinya seorang yang mempunyai kemampuan sebagai seorang wirausaha adalah orang-orang yang mampu melihat masalah sebagai peluang. Mereka mampu mengenal potensi yang ada dan belajar mengembangkannya untuk mengambil peluang dan mengorganisasi usaha dalam mewujudkan cita-citanya.

Seiring berjalannya waktu, kewirausahaan sosial telah menjadi isu yang mendunia. Kewirausahaan sosial semakin menyebar dan berkembang pada berbagai wilayah di berbagai Negara, termasuk di Indonesia. Menurut Majalah SWA ([swa.co.id](http://swa.co.id) diunduh 6/3/2011) menyatakan bahwa kewirausahaan sosial di Indonesia makin terbukti mampu menyembuhkan berbagai masalah sosial seperti kemiskinan, keterbelakangan, dan kesehatan masyarakat. Hal ini membuktikan bahwa kewirausahaan telah dapat memberi manfaat serta harapan baru untuk memperbaiki taraf kehidupan bagi masyarakat luas (Wibowo dan Nulhaqim, 2015: 4).

Menurut Haryanti, Hati, Wirastuti dan Susanto (2016:51) kebijakan terhadap kewirausahaan sosial di Indonesia sudah mendapat perhatian secara umum, namun sampai saat ini belum ada perhatian khusus terhadap kewirausahaan sosial. Hal ini dibuktikan dengan cukup banyaknya program-

program kerja pemerintah yang mendukung kewirausahaan. Pada tahun 2015, Rancangan Undang-Undang (RUU) tentang Kewirausahaan telah masuk terdaftar kedalam 37 RUU Prioritas dari 159 RUU dalam Program Legislatif Nasional (Prolegnas). Dalam RUU Kewirausahaan Nasional tersebut diharapkan semangat kewirausahaan yang memiliki misi kesejahteraan sosial mendapatkan porsi pembahasan tersendiri sehingga posisi kewirausahaan sosial menjadi jelas di Indonesia.

Menurut Haryanti, *et al.*, (2016: 53) berbagai paket kebijakan yang telah disediakan oleh pemerintah yang bertujuan untuk melahirkan wirausaha baru dan mendukung perkembangan bisnis bagi para wirausaha pemula dan kecil menengah agar mampu berkompetensi secara global melalui peningkatan efisien produksi dengan menggunakan teknologi yang tepat guna. Dengan peningkatan kemampuan bersaing ini, maka semakin banyak wirausaha nasional yang mampu membuka kesempatan kerja serta berperan dalam menurunkan tingkat kemiskinan. Perkembangan wirausaha sosial (*sosial enterprise*) 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 model kanvas kewirausahaan sosial dalam pengembangan usaha tersebut. 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).

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka penelitian tentang analisis kewirausahaan sosial ini penting dilakukan untuk mengetahui bagaimana penerapan elemen-elemen kewirausahaan sosial dan bagaimana model kanvas kewirausahaan sosial dalam pengembangan usaha tersebut. Tujuannya agar dapat menginspirasi dan menumbuhkan minat masyarakat sekitar serta lembaga yang ada untuk mengembangkan kewirausahaan sosial sebagai solusi dari berbagai permasalahan sosial yang ada di lingkungan masyarakat.

## B. Rumusan Masalah

Kabupaten Padang Pariaman merupakan salah satu kabupaten yang berada di Sumatera Barat. Kabupaten Padang Pariaman dijadikan salah satu daerah sentra komoditas kelapa (Lampiran 2), hal ini ditandai dengan masih banyaknya permintaan kelapa Padang Pariaman di pasar-pasar baik dalam daerah maupun luar daerah di Sumatera Barat. Adapun pemasaran luar daerah yang lebih mendominasi adalah Jambi dan Pekanbaru. Masyarakat Kabupaten Padang Pariaman ini biasanya menjual kelapa dengan harga Rp.2.000- 3.000/ butir, padahal jika kelapa diolah menjadi produk pangan lainnya dapat meningkatkan penghasilan bagi masyarakat setempat.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2020, kelapa merupakan komoditi dengan lahan terluas di Kabupaten Padang Pariaman. Sebagai daerah penghasil kelapa terbanyak maka komoditi ini menjadi komoditi khas daerah Kabupaten Padang Pariaman. Tanaman kelapa ini memiliki luas 40.191 ha dengan tingkat produksi 37.420,46 ton. Kabupaten Padang Pariaman ini terdiri dari tujuh belas kecamatan, salah satu kecamatan penghasil kelapa terbanyak adalah Kecamatan IV Koto Aur Malintang dengan luas 2.438 ha dengan tingkat produksi sebanyak 3.474,46 ton setelah Kecamatan Sungai Geringging (Lampiran 3) (BPS, 2020: 386).

Salah satu nagari di Kecamatan IV Koto Aur Malintang yang menghasilkan kelapa adalah Nagari Balai Baiak III Koto. Untuk memaksimalkan pengolahan hasil produksi kelapa, dibentuklah suatu kelompok usaha yaitu kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri. Kelompok usaha ini dibentuk setelah BAZNAS Indonesia melakukan survei ke lokasi dan melihat potensi yang ada untuk dikembangkan dalam rangka peningkatan ekonomi masyarakat. 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 BAZNAS. Usaha ini diberi nama kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri, yang disahkan berdasarkan Surat Keputusan Wali Nagari Balai Baiak Malai III Koto pada tanggal 12 Desember 2019. Kelompok ini beranggotakan 15



orang, yang terdiri dari 3 orang pengurus dan 12 orang anggota kelompok (Lampiran 4).

Pada tahun 2020 kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri mendapat dukungan berupa bantuan dari Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Indonesia yang bermitra atau bekerjasama dengan BAZNAS Kabupaten Padang Pariaman melalui sebuah program yang dinamakan *Zakat Community Development (ZCD)*. Usaha ini hanya ditempatkan di satu tempat (rumah produksi) dan dikelola oleh ibuk-ibuk anggota kelompok di rumah ketua kelompok.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pendamping kelompok didapatkan informasi bahwa usaha yang dijalankan menerapkan prinsip bisnis sosial. Hal ini dilihat dari misi sosial dari program yang dijalankan yaitu pengentasan kemiskinan melalui pemberdayaan masyarakat untuk menciptakan sebuah produk/ merek yang mampu mengangkat potensi serta kearifan lokal sehingga berdampak pada kemajuan nagari dalam aspek sosial, ekonomi dan lingkungan.

Untuk mengetahui hal tersebut, maka penelitian ini penting untuk mengetahui sejauh mana kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri ini menerapkan elemen-elemen kewirausahaan sosial dalam menjalankan usahanya dan model bisnis kanvas kewirausahaan sosial 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.

Dengan pernyataan di atas, dapat dirumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan elemen kewirausahaan sosial dalam kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri?
2. Bagaimana model bisnis kanvas untuk pengembangan kewirausahaan sosial dalam kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri?



### C. Tujuan Penelitian

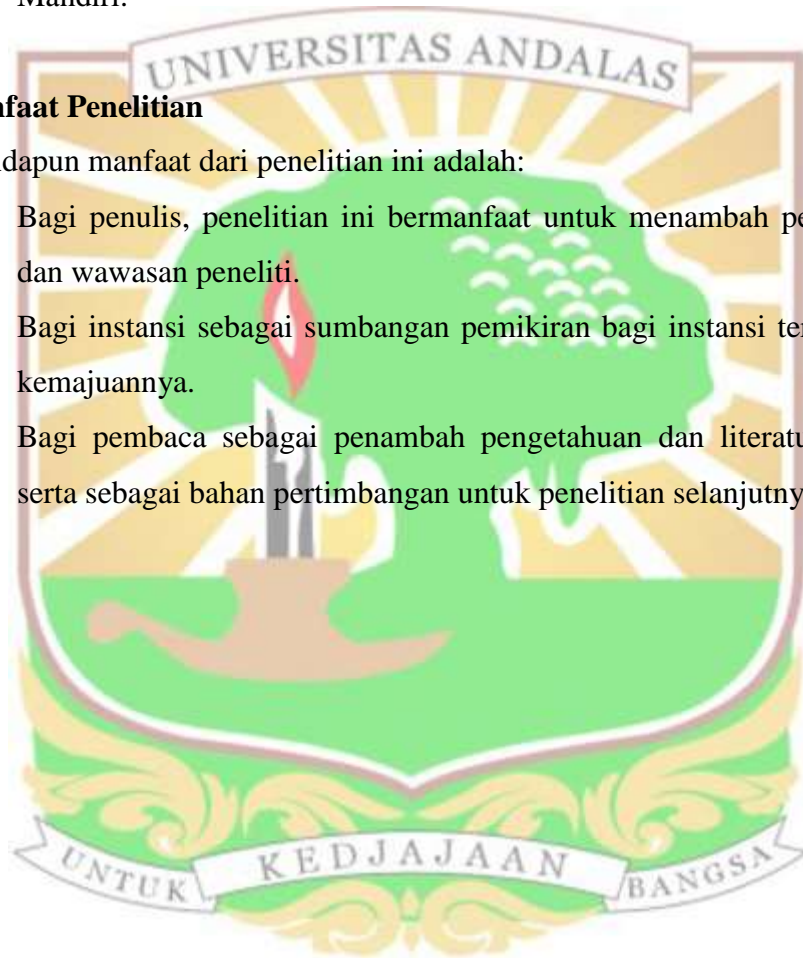
Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka dapat disimpulkan bahwa tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan penerapan elemen kewirausahaan sosial dalam kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri.
2. Mendeskripsikan model bisnis kanvas untuk pengembangan kewirausahaan sosial dalam kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri.

### D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi penulis, penelitian ini bermanfaat untuk menambah pengetahuan dan wawasan peneliti.
2. Bagi instansi sebagai sumbangan pemikiran bagi instansi terkait untuk kemajuannya.
3. Bagi pembaca sebagai penambah pengetahuan dan literatur rujukan, serta sebagai bahan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya.



## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

### A. Kewirausahaan Sosial

#### 1. Konsep kewirausahaan sosial

Menurut Hulgard (2010) dalam Sofia, (2015: 5) mendefinisikan bahwa *social entrepreneurship* adalah sebagai penciptaan nilai sosial yang dibentuk dengan cara berkolaborasi dengan kelompok masyarakat di dalam inovasi sosial biasanya menyiratkan suatu kegiatan ekonomi. Sementara Nicholls (2008: 23) dalam Wibowo dan Nulhaqim (2015: 26) mendefinisikan bahwa kewirausahaan sosial merupakan kegiatan yang efektif dan inovatif secara strategis yang berfokus pada usaha untuk mengatasi kegagalan pasar sosial dan menciptakan peluang baru untuk menambah nilai sosial secara sistematis dengan sejumlah sumber daya untuk memaksimalkan dampak sosial serta membawa perubahan bagi masyarakat setempat. Menurut Wibowo dan Nulhaqim (2015: 20) kewirausahaan sosial adalah sebuah gerakan dengan misi sosial, dilakukan dengan cara menemukan peluang kemudian dikelola menjadi inovasi, serta proses belajar yang berkelanjutan, dan didukung oleh kesiapan untuk bertindak, walaupun dengan sumber daya yang terbatas.

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 untuk mengatasi permasalahan sosial dengan mengembangkan kemampuan *entrepreneuership* dan potensi lokal, serta melakukan perubahan sosial (*social change*) untuk meningkatkan kesejahteraan sosial (*social welfare*).

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa kewirausahaan sosial (*social entrepreneurship*) adalah kegiatan yang dilakukan untuk menyelesaikan permasalahan sosial yang ada di tengah-tengah masyarakat dengan memanfaatkan potensi lokal dalam suatu inovasi sosial yang di dalamnya terdapat suatu kegiatan ekonomi. Artinya, kewirausahaan sosial ini dibentuk untuk menyelesaikan suatu misi sosial dengan inovasi sosial yang di dalamnya terdapat kegiatan ekonomi (kegiatan menghasilkan uang) meskipun dengan sumber daya yang terbatas.

## 2. 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.

Berdasarkan beberapa pengertian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa wirausaha sosial adalah seorang yang mampu mengenali masalah sebagai peluang dan berani mengambil risiko untuk pemecahan masalah tersebut. Wirausaha mampu mengenali dan mengerti masalah sosial yang ada di tengah masyarakat, dan memberikan solusi inovasi terhadap masalah yang ada, solusi yang diberikan sesuai dengan kebutuhan masyarakat untuk melakukan perubahan ke arah positif.

Seorang wirausaha sosial memiliki peran sebagai agen perubahan, peran wirausaha sosial antara lain : 1) mengadopsi misi sosial untuk menciptakan dan mempertahankan nilai sosial, 2) melihat dan menelaah peluang baru untuk menyelesaikan misi sosial, 3) ikut serta dalam proses inovasi, adaptasi, serta belajar secara berkelanjutan dan berani bertindak meskipun dengan sumber daya yang terbatas, dan 4) memiliki rasa tanggung jawab pada konstituen yang dilayani dari hasil yang dibuat (Dees, 1998 dalam Albinsaid, 2018 : 63).

Menurut Dess (2001) dalam Rijal, Riyandiyono dan Widiastuti (2018: 56) sifat wirausaha sosial antara lain: 1). Agen perubahan sosial. Mengadopsi misi untuk menciptakan dan mempertahankan nilai sosial (bukan hanya nilai pribadi); mengenali dan mengejar peluang baru untuk mewujudkan misi tersebut, 2). Kreatif dan inovatif. Kreativitas merujuk kepada pembentukan ide-ide baru, sementara inovasi adalah upaya untuk mengatasi masalah dengan menggunakan ide-ide baru tersebut, 3). Disiplin dan bekerja keras. Seorang wirausaha melaksanakan kegiatan-nya dengan penuh perhatian. Rasa tanggung jawabnya tinggi dan tidak mau menyerah, walaupun dia dihadapkan pada rintangan yang mustahil diatasi, 4). Altruis. Sikap moral yang memegang prinsip bahwa setiap individu memiliki kewajiban membantu, melayani dan menolong orang lain yang membutuhkan.

## **B. Elemen-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:

### **1. 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.

### **2. Masyarakat sipil/ komunitas**

Kewirausahaan sosial memerlukan peran dan partisipasi masyarakat sipil (komunitas) untuk mengoptimalkan modal sosial yang ada ditengah-tengah 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



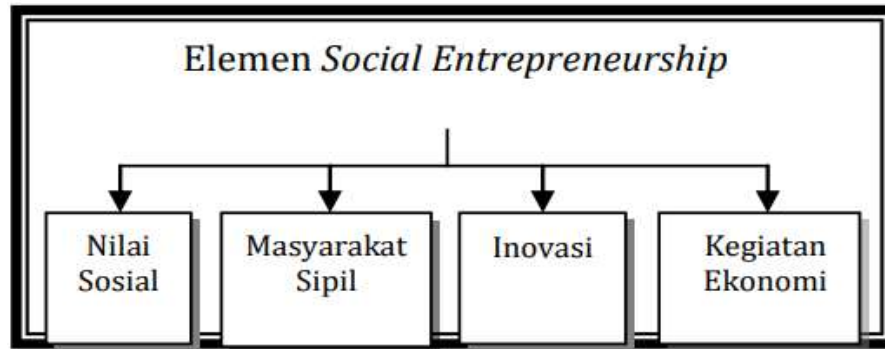
masyarakat. Modal sosial merujuk pada adanya rasa saling percaya di dalam masyarakat (*stocks of social trust*), norma-norma dan jejaring yang dapat dimanfaatkan masyarakat dalam rangka menyelesaikan masalah sosial (Lang dan Hornbung (1998) *dalam* Fathy, 2019: 4).

### **3. Inovasi**

Inovasi sangat 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.

### **4. 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 menyeimbangi antara aktivitas sosial dan aktivitas bisnis/ ekonomi untuk menjamin kemandirian dan keberlanjutan misi sosial kelompok. Aktivitas ekonomi dikembangkan untuk menjamin kemandirian dan keberlanjutan dari misi sosial kelompok.



Gambar 1. Empat Elemen Utama Sociopreneurship Menurut Hulgard, 2010 (dalam Susanti, 2021: 71)

### C. Model Bisnis Kanvas Kewirausahaan Sosial

Model bisnis merupakan suatu konsep yang digunakan untuk membantu memahami bagaimana sebuah bisnis dijalankan. Model bisnis digunakan untuk menganalisis kinerja sebuah organisasi atau kelompok dengan menilai pelaksanaan manajemen, pengelolaan, komunikasi dan bahkan inovasi yang digunakannya (Osterwalder dan Pigneur, 2010 dalam Kusumastuti, Sakapurnama, Fauzi, dan Nurita, 2018: 135). 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).

Model bisnis kanvas ini diperkenalkan oleh *Alexander Osterwalder* dalam bukunya yang berjudul *Business Model Generation*, ia menjelaskan bahwa model bisnis kanvas ini merupakan sebuah konsep sederhana untuk menganalisis faktor-faktor penting dalam model bisnis baru yang dikembangkan. Model bisnis kanvas yang dikembangkan Osterwalder telah menjadi rujukan bagi organisasi dan perusahaan untuk mampu menciptakan, menghantarkan dan mengkomunikasikan sebuah nilai (Albinsaid, 2018:91). Model bisnis kanvas merupakan model bisnis yang digunakan untuk menjelaskan, menggambarkan, menilai, dan merancang model bisnis (Osterwalder, Pigneur, dan Smith, 2010 dalam Sumarni dan Handayani, 2020: 322).

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*). Adapun Sembilan komponen model bisnis canvas tersebut adalah sebagai berikut:

- a. *Customer segments* (segmen pelanggan), menunjukkan sekelompok orang atau organisasi yang ingin dilayani perusahaan. Pelanggan dikelompokkan dalam segmen berbeda berdasarkan kebutuhan, *behavior* atau atribut lainnya.
- b. *Value propositions* (nilai proposisi), mendeskripsikan sejumlah produk atau jasa yang memberikan nilai (*value*) untuk segmen pelanggan yang spesifik. Nilai proposisi ini dapat menjadi alasan mengapa pelanggan berpindah dari satu perusahaan ke perusahaan lain. Nilai proposisi ini mendeskripsikan keunggulan produk, yakni hal-hal yang ditawarkan perusahaan bagi pelanggannya yang merupakan keunggulan produk sehingga berbeda dengan produk lain. Nilai proposisi memecahkan permasalahan pelanggan atau memenuhi kebutuhan pelanggan.
- c. *Channels* (saluran), menjelaskan bagaimana perusahaan menyampaikan *value propositions* kepada pelanggan. Komunikasi, distribusi, dan penjualan merupakan penghubung antara perusahaan dan pelanggan. Saluran (*channels*) dapat dibedakan menjadi dua, yakni langsung (tenaga penjual/*sales*, *website*, dan *tool pribadi*), dan tidak langsung (*partner stores*/ mitra toko, *wholesaler*/ grosir).
- d. *Customer relationship* (hubungan pelanggan), menjelaskan jenis relasi yang dibangun perusahaan dengan pelanggan. Perusahaan harus menjelaskan jenis relasi dengan pelanggan, apakah personal atau *automated*.



- e. *Revenue streams* (aliran pendapatan), menjelaskan pendapatan yang diperoleh dari tiap *customer segment*. Nilai keuntungan diperoleh dari biaya dikurangi pendapatan. Agar pendapatan meningkat perusahaan perlu mengetahui nilai apa yang membuat *customer segment* mau membayar.
- f. *Key activities* (kegiatan utama), menjelaskan semua aktivitas yang harus dilakukan perusahaan agar bisnisnya berjalan. *Key activities* dapat dikategorikan atas *production*, *problem solving*, dan *platform/network*.
- g. *Key resources* (sumberdaya utama), menjelaskan aset atau sumber daya yang penting (aset kunci) yang diperlukan agar sebuah model bisnis berjalan. *Key resources* dapat berbentuk fisik, finansial, intelektual atau manusia. *Key resources* dapat dimiliki atau disewa oleh perusahaan atau didapatkan dari *partner*.
- h. *Key partnerships* (kemitraan kunci), menjelaskan jaringan kerjasama perusahaan dengan mitra agar sebuah bisnis dapat berjalan dengan baik. Perusahaan membentuk kerjasama dengan mitra untuk mengoptimalkan model bisnis untuk mengurangi resiko dan menjamin memperoleh sumberdaya yang dibutuhkan.
- i. *Cost structure* (struktur biaya), menjelaskan semua biaya yang dikeluarkan pada saat menjalankan sebuah model bisnis. Biaya akan muncul ketika perusahaan membuat dan menyampaikan *value*, memelihara *customer relationship* dan lain-lain. Biaya-biaya tersebut akan dapat diidentifikasi setelah mendefinisikan *key resources*, *key activities*, dan *key partnership*.

Model bisnis kanvas ini pada awalnya adalah sebuah instrument yang digunakan oleh perusahaan atau *privat sector*. Namun dalam kewirausahaan sosial model bisnis kanvas memiliki sedikit modifikasi (Albinsaid, 2018: 91). Dalam kewirausahaan sosial, penyesuaian model bisnis kanvas terletak pada *Social and costumer value proposition* (proposisi nilai pelanggan dan sosial) dimana wirausaha sosial memberikan alasan yang kuat untuk mendorong pelanggan membeli atau menggunakan produknya dan tidak lupa terhadap manfaat yang diberikan kepada masyarakat (Albinsaid, 2018:94). Berikut model bisnis kanvas yang disesuaikan dalam usaha sosial, antara lain:

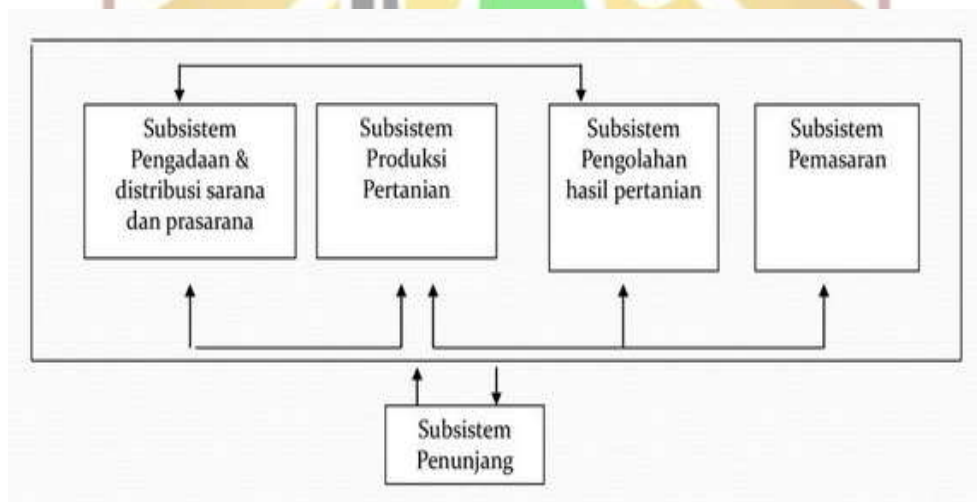


- a. *Customer segments* (segmentasi pelanggan): segmentasi pelanggan akan mengarahkan jenis produk atau jasa yang diberikan kepada pelanggan. Seorang wirausaha harus mampu menjelaskan target sasarannya, seperti pelanggan berdasarkan usia, jenis kelamin, kelas ekonomi, wilayah dan sebagainya.
- b. *Value propositions* (nilai proposisi) dan *social value* (manfaat sosial): pada elemen ini, seorang wirausaha sosial harus mengidentifikasi kelebihan-kelebihan yang dapat diberikan kepada pelanggan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan serta manfaat dari usaha yang diberikan kepada masyarakat.
- c. *Channels* (saluran): bagaimana seorang wirausaha dapat menyampaikan nilai proposisi dari produk yang akan dibuat agar sampai kepada pelanggan.
- d. *Customer relationship* (hubungan pelanggan): pada elemen ini seorang wirausaha harus mampu untuk menjaga hubungannya dengan pelanggan, dapat dilakukan dengan cara menjaga interaksi dengan pelanggan.
- e. *Revenue streams* (aliran pendapatan) dan *Community Reinvestment* (investasi ulang komunitas): pada elemen ini, seorang wirausaha harus memikirkan cara untuk mendapatkan pemasukan dari pelanggan dan bagaimana wirausaha mengelola kembali keuntungan usaha untuk mendukung misi sosial dari usaha yang dijalankan.
- f. *Key activities* (kegiatan utama): strategi yang digunakan untuk menciptakan dan menyampaikan nilai proposisi suatu produk atau jasa yang akan ditawarkan ke pelanggan.
- g. *Key resources* (sumber daya utama): sumber daya utama yang digunakan agar mampu bersaing dengan produk lain serta menunjang kegiatan yang dilakukan, seperti sumber daya manusia (tenaga kerja), sumber daya fisik, serta sumber daya finansial yang dimiliki.
- h. *Key allies* (mitra kunci): elemen ini sangat penting bagi seorang wirausaha untuk mengidentifikasi rekan kerja atau mitra yang membantu untuk menciptakan nilai proposisi. Mitra ini dapat berupa pada proses produksi, distribusi, dan mitra lainnya untuk membantu wirausaha agar dapat memberikan nilai kepada pelanggan.

- i. *Cost of Delivery* (biaya-biaya): struktur biaya yang digunakan agar nilai proposisi bisa berjalan dan tersampaikan kepada konsumen. Struktur biaya ini meliputi biaya operasional, biaya tenaga kerja, biaya tempat, biaya bahan baku, dan biaya lainnya yang mendukung agar nilai tambah produk ini sampai kepada konsumen.

#### 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).



Gambar 2. Sub Sistem Agribisnis

Pada sub sistem agribisnis hulu (*off farm hulu*) pada input produksi nata de coco membutuhkan bahan baku berupa air kelapa. Air kelapa yang digunakan untuk bahan baku nata de coco adalah air kelapa tua yang berkualitas, meliputi tidak kotor, tidak bau dan tidak basi (Sukanda, 2016: 6).

Pada sub sistem usaha tani (*on-farm*) pada kegiatan produksi, nata de coco diproduksi melalui dua tahap, yakni proses pembuatan lembaran nata de coco dan proses penetralan lembaran nata de coco. Pada proses pertama, pembuatan lembaran nata de coco terdiri dari tiga proses utama yaitu proses penyaringan air kelapa, perebusan, dan fermentasi (inkubasi). Proses penyaringan bertujuan untuk membersihkan air kelapa dari material meliputi serabut, pecahan tempurung dan sebagainya. Pada proses perebusan, air kelapa dimasak hingga mendidih dan ditambahkan nutrisi sebagai zat-zat yang dibutuhkan untuk pertumbuhan bakteri *Acetobacter xylinum*. Dan pada proses fermentasi (inkubasi) adalah proses pemeraman bakteri *Acetobacter xylinum* yang telah ditambahkan kedalam air kelapa, dan menghasilkan lembaran nata de coco. Fermentasi berlangsung selama 8 sampai 10 hari (Sukanda, 2016: 6).

Selanjutnya proses kedua yaitu penetralan lembaran nata de coco. Proses ini merupakan proses pencucian, pemotongan, perendaman, dan perebusan. Pencucian dilakukan tiga kali, untuk membersihkan nata de coco dari kotoran dan mengurangi aroma asam pada lembaran nata. Proses pemotongan nata de coco dilakukan untuk mendapatkan bagian yang bersih dari jamur dan tidak rusak. Selanjutnya proses perendaman yang bertujuan untuk mengurangi aroma menyengat dan untuk meningkatkan kekenyalan nata de coco. Terakhir proses perebusan yang bertujuan untuk menghilangkan aroma tidak sedap dan aroma asam pada nata, mematikan mikroorganisme merugikan yang terdapat dalam nata, meningkatkan kekenyalan dan mengubah karakteristiknya menjadi tampak bening. Proses perebusan ini dilakukan sebanyak dua kali (Sukanda, 2016: 7).

Pada sub sistem agribisnis hilir (*off farm hilir*) pengolahan dan pemasaran. Sebelum dipasarkan nata de coco perlu di kemas dengan baik. Pengemasan ini berfungsi sebagai wadah bagi produk yang menjaga dan melindungi dari kerusakan, selain itu juga sebagai pemberi informasi dan daya tarik bagi pelanggan untuk memilih produk yang dipasarkan (Tutuarima, Rosalina dan Muthia, 2019: 60). Prospek pemasaran produk nata de coco cukup baik. Nata de coco adalah makanan kesehatan karena memiliki kandungan serat yang tinggi tetapi rendah kalori sehingga hal ini menjadi salah satu usaha yang memiliki prospek bisnis yang menguntungkan (Maurerha, Harisudin, dan Rahayu, 2016:

69). Hal ini dilihat dari banyaknya produk minuman dengan tambahan nata de coco yang biasa dijual di toko-toko swalayan maupun sebagai bahan pelengkap es buah yang biasa dijual di kaki lima (Maurerha, Harisudin, dan Rahayu, 2016: 70).

Sub sistem jasa penunjang merupakan salah satu sub sistem yang penting dalam pengembangan agribisnis nata de coco. Pengembangan jasa penunjang ini memerlukan koordinasi dari setiap lembaga atau instansi secara sinergi. Jasa penunjang dapat berupa pembiayaan/ keuangan (perbankan), pendidikan, pelatihan, serta sarana dan prasana yang memadai.

#### **E. Social Return on 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).

SROI (*Social Return on Investment*) dikembangkan oleh organisasi nirlaba yang bernama REDF (*Robert Enterprise Development Fund*) di Amerika Serikat, untuk meningkatkan akuntabilitas dari program-program sosial kemanusiaan yang telah dijalkannya. Metode ini pada dasarnya lahir seiring dengan perkembangan *Social Enterprise* yang begitu pesat, dimana akuntabilitas menjadi hal yang sangat penting dalam mengukur efektivitas program/ proyek sosial yang dijalankan (Purwohedi, 2016: 13).

Analisis SROI dilakukan melalui empat tahapan yaitu penentuan batasan dan pemetaan dampak, pengumpulan data, pemodelan, perhitungan, dan pelaporan. Setiap tahapan terdiri dari beberapa langkah seperti berikut (Lowlor, *et al.*, 2008 dalam Budiono, 2012: 134):



1. Penentuan batasan dan pemetaan dampak

Penentuan batasan dan pemetaan dampak dilakukan melalui tiga langkah, yakni pertama menetapkan parameter untuk analisis SROI. Kedua, identifikasi, penyusunan prioritas, dan melibatkan *stakeholder*. Ketiga, mengembangkan teori perubahan.

2. Pengumpulan data

Pengumpulan data dilakukan melalui tiga langkah, meliputi: memilih indikator, identifikasi nilai finansial, dan pengumpulan data.

3. Pemodelan dan perhitungan

Pemodelan dan perhitungan dilakukan melalui enam langkah, yaitu: analisis input, menambah manfaat, memproyeksikan nilai masa depan, menghitung SROI, melakukan analisis sensitivitas, dan menghitung nilai tambah dan *payback period (optional)*.

4. Pelaporan

Pelaporan juga dilakukan melalui dua langkah, yaitu mempersiapkan laporan SROI dan mengkomunikasikan.

Dalam pelaksanaan analisis SROI, ada tujuh prinsip yang harus dipegang teguh, yaitu (Social Ventures Australia Consulting, 2012 dalam Silalahi, Santoso, dan Suliantoro, 2018: 5):

1. *Involve stakeholders*

*Stakeholder* harus diinformasikan terkait apa yang diukur, dan bagaimana hal ini diukur dan dihargai (diberi nilai).

2. *Understanding what changes*

Pahami bagaimana sebuah perubahan tercipta dan evaluasi hal ini melalui bukti yang dikumpulkan, kenali perubahan positif dan negative yang terjadi serta yang tak terduga dan direncanakan.

3. *Value the thing that matter*

Nilai hanya hal-hal yang berarti atau penting bagi tiap-tiap *stakeholder*.

4. *Only include what is material*

Tentukan informasi dan bukti mana yang harus disertakan dalam proses untuk memberikan gambaran yang benar dan adil, sehingga *stakeholder*

dapat menarik kesimpulan yang masuk akal terbaik dampak yang diciptakan.

5. *Do not over claim*

Organisasi hanya boleh mengklaim nilai yang mereka ciptakan, bukan disebabkan oleh aktivitas lain yang tidak direncanakan namun justru memberikan nilai tambah.

6. *Be transparent*

Membuktikan dasar berpikir tentang bagaimana analisis itu dapat dianggap akurat, menunjukkan bahwa analisis tersebut akan dilaporkan dan di diskusikan dengan para *stakeholder*.

7. *Verify the result*

Menjamin proses verifikasi yang sesuai.

#### **F. Penelitian Terdahulu**

*Pertama*, penelitian Kusumastuti, *et al.*, (2018) yang berjudul “Understanding Bussiness Model of Social Innovation: Kajian Desa Wisata Bisnis Tegal Waru” penelitian ini bertujuan untuk menganalisis model inovasi sosial di Desa Tegal Waru. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode pengumpulan data dengan wawancara mendalam dan observasi. Informan dipilih berdasarkan kriteria tertentu, informan memahami proses bisnis yang dijalankan dan juga merupakan stakeholder Desa Wisata Tegal waru. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Desa Tegal Waru merupakan desa yang berhasil mengelola sumber daya alam dan manusia yang dimilikinya sehingga menjadi sumber keunggulan bersaing melalui pembentukan Desa Wisata Bisnis yang masih langka di Indonesia. Bussiness model yang unik yaitu menawarkan pendidikan entrepreneurship dengan ivalue proposition mendidik setiap orang agr dapat menjadi entrepreneur dengan mengandalkan *core competence* dan sumberdaya yang dimilikinya dengan falsafah agr dapat memberikan manfaat untuk semua orang.

*Kedua*, penelitian Afiani (2019) yang berjudul “Analisis Elemen dan Dampak Kewirausahaan Sosial Terhadap Kinerja Usaha Mitra Kampung Wisata Bisnis Tegalwaru” penelitian ini bertujuan untuk menganalisis elemen

kewirausahaan sosial yang terdapat pada Kampung Wisata Bisnis Tegalwaru dan dampaknya terhadap kinerja usaha mitranya. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dan kuantitatif dengan data primer, data didapatkan melalui diskusi dan juga wawancara mendalam (*In depth interview*) dengan bantuan kuesioner terstruktur. Responden yang digunakan sebanyak 29 pelaku usaha. Metode analisa data yang digunakan adalah analisa data Model Miles and Huberman dan juga analisa Rank untuk mengetahui hubungan kolerasi setiap elemen kewirausahaan sosial terhadap kinerja usaha. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Kampung Wisata Tegalwaru dapat dikategorikan sebagai *social enterprise* karena seluruh elemen kewirausahaan sosial sudah terpenuhi, seperti nilai sosial, masyarakat sipil, inovasi, dan aktivitas ekonomi. Secara Keseluruhan Kampung Wisata Tegalwaru memberikan dampak positif terhadap kinerja usaha mitranya. Akan tetapi secara karakteristik mayoritas perubahan kinerja usaha tidak terdapat perbedaan yang signifikan pada tiap indikator kinerja usaha mitra baik sebelumnya dan sesudah bergabung dengan Kampung Wisata Bisnis Tegalwaru. Hanya pada komponen penggunaan media pemasaran, sarana promosi, dan kualitas tenaga kerja yang memiliki perbedaan yang signifikan. Berdasarkan keempat elemen kewirausahaan sosial yang dilaksanakan oleh Kampung Wisata Bisnis Tegalwaru, hubungan yang signifikan banyak ditemukan pada elemen nilai sosial dan aktivitas ekonomi dengan mayoritas tingkat kolerasi sedang dan kuat. Sedangkan hubungan yang tidak signifikan banyak ditemukan pada elemen masyarakat sipil dan inovasi dengan tingkat kolerasi berada pada kategori sangat lemah dan lemah.

*Ketiga*, penelitian Sumarni dan Handayani (2020) yang berjudul “Strategi Pengembangan Bisnis Usaha Mikro Kecil Menengah Keripik Pisang dengan Pendekatan Business Model Kanvas: (Studi Kasus UMKM Arabar Shop di Kota Bandar Lampung, Provinsi Lampung)” penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan Bisnis model kanvas dan menciptakan desain transformasi bisnis. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif yang menjelaskan dan menggambarkan secara mendalam tentang situasi objek yang diteliti yaitu UMKM Arabar Shop. Peneliti mengumpulkan data melalui wawancara mendalam kepada informan kunci. Analisis data bersifat induktif



kualitatif. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa segmentasi pengembangan transformasi bisnis UMKM Arabar Shop adalah meningkatkan pelestarian segmentasi pelanggan sebagai kunci dari sumber daya UMKM tersebut. Peningkatan nilai proposisi seperti layanan tambahan pada pelanggan, penggunaan website dan media sosial, dan menjalin hubungan dengan pelanggan yang dapat menghasilkan aliran pendapatan dari penjualan produk baru yang terbuat dari pisang dan bahan lainnya.

*Keempat*, penelitian Asmita, Andayani, dan Maesarach (2020) yang berjudul “Penilaian Dampak Investasi Sosial Program Baznas Microfinance Desa Menggunakan Metode *Sosial Return on Investment* (SROI)” penelitian ini bertujuan untuk mengetahui berapa besar dampak sosial yang dihasilkan dari pengelolaan dana zakat, infak, sedekah (ZIS) pada program BAZNAS Microfinance Desa (BMD) di Desa Gunung Sari, Lombok Nusa Tenggara Barat. Penelitian ini bersifat kualitatif menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui teknik FGD dan wawancara mendalam dengan pemangku kepentingan (*stakeholder*). Data sekunder didapat dari data mustahik penerima manfaat dan laporan perkembangan program yang dibuat oleh BMD secara regular Gunung Sari. Teknik analisa data menggunakan perhitungan SROI (*Sosial Return on Investment*). Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa nilai SROI sebesar 2,66 ( $>1$ ) yang berarti bahwa setiap investasi BAZNAS pada program BMD sebesar Rp.1, memiliki manfaat sebesar Rp.2,66 dengan kata lain manfaat sosial program yang dihasilkan lebih besar dari dana yang disalurkan. Dampak yang cukup signifikan mengalami perubahan bagi mustahik adalah meningkatkan/ bertambahnya penghasilan setelah mendapat dana program BMD.

*Kelima*, penelitian Susanti (2021) yang berjudul “Implementasi *Sociopreneurship* Berbasis Lingkungan Sebagai Reduksi Pengangguran Di Kota Mataram” penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan potensi aktivitas *Sociopreneurship* berbasis lingkungan dalam mereduksi pengangguran di perkotaan melalui gagasannya dalam pengembangan kawasan ekowisata penangkaran penyu Pantai Mapak Indah, Kota Mataram Provinsi NTB. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Tahap analisa

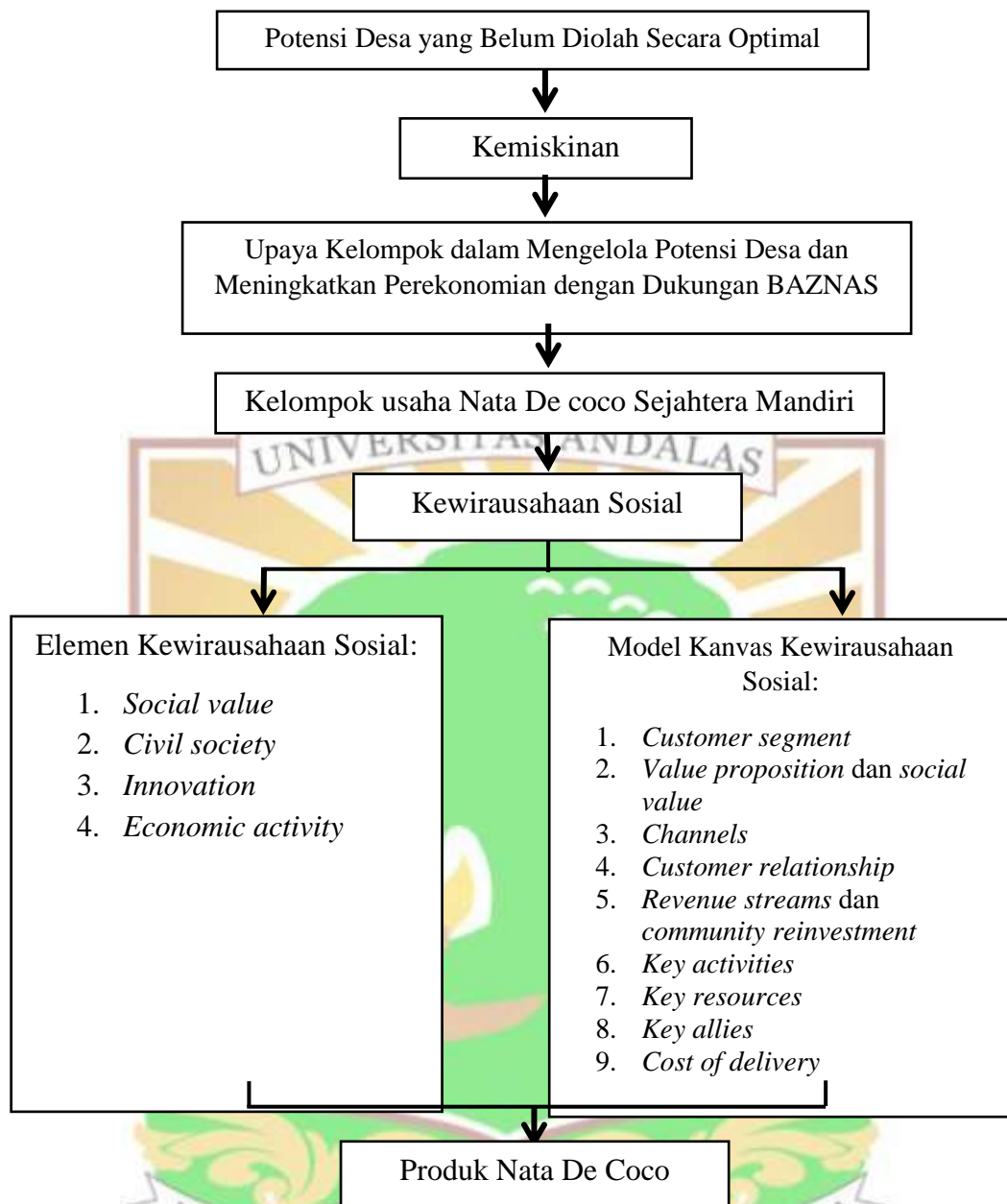


data menggunakan triangulasi, agar data yang diperoleh sesuai dengan hasil temuan dilapangan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa implementasi *sociopreneurship* berbasis lingkungan melalui pengembangan ekowisata penangkaran penyu pantai Mapak Indah di wilayah Kota Mataram, dilihat dari empat elemen utama kewirausahaan sosial, yaitu *Social value* (nilai sosial), *Civil society* (masyarakat sipil), *Innovation* (inovasi), dan *Economic activity* (aktivitas ekonomi). Implementasi *Sociopreneurship* ini mulai berkembang berdasarkan inisiatif dari sekelompok orang yang memiliki keinginan kuat dalam membantu menyelesaikan masalah ekonomi dan lapangan pekerjaan yang merupakan dampak dari bonus demografi yang terjadi di perkotaan dengan kontribusi modal sosial masyarakat sekitar, saling timbal balik, dan berkelanjutan, dan dapat menghasilkan jasa yang bernilai ekonomis bagi masyarakat sekitar, terlihat berhasil.

Pebedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah penelitian ini dilakukan di Nagari Balai Baiak III Koto, Kecamatan IV Koto Aur Malintang, Kabupaten Padang Pariaman. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan penerapan prinsip-prinsip kewirausahaan sosial dalam kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri dan mendeskripsikan model kanvas untuk pengembangan kewirausahaan sosial dalam usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri. Jenis penelitian adalah deskriptif kualitatif menggunakan metode studi kasus. Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder, yang dikumpulkan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Teknik analisa data yang digunakan adalah analisa data model Miles and Huberman, dan juga menggunakan metode analisa SROI (*Social Return on Investment*) untuk menghitung seberapa dampak sosial yang dihasilkan oleh program BAZNAS yang dijalankan.

## G. Kerangka Pemikiran

Perekonomian Indonesia dipengaruhi oleh kegiatan perekonomian masyarakat pedesaan yang merupakan basis masyarakat Indonesia, dengan demikian sangat penting untuk menggali dan mengembangkan potensi desa untuk pembangunan ekonomi pedesaan. Ketidakmerataan pembangunan ekonomi menjadi salah satu penyebab terjadinya kemiskinan, hal ini disebabkan karena kurangnya pengetahuan dan keterampilan masyarakat pedesaan dalam mengelola potensi desa. Untuk itu salah satu kelompok yang mencoba untuk mengelola potensi desanya untuk peningkatan ekonomi masyarakat ada di Nagari Balai Baiak, Kecamatan IV Koto Aur Malintang, Kabupaten Padang Pariaman yaitu kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri. Kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri ini dibentuk dengan dukungan BAZNAS Indonesia yang bekerja sama dengan BAZNAS Kabupaten Padang Pariaman melalui sebuah program yaitu *Zakat Community Development (ZCD)*. Program ini berfokus pada pengentasan kemiskinan melalui pemberdayaan masyarakat untuk menghasilkan sebuah produk/ merek yang mampu mengangkat potensi serta kearifan lokal sehingga berdampak pada kemajuan nagari dalam aspek sosial, ekonomi dan lingkungan. Melalui program ini kelompok mendapatkan permodalan, pelatihan, serta pembimbingan dalam mengelola potensi desa yang dimiliki yaitu dengan membuat produk nata de coco dengan memanfaatkan air kelapa. Kelompok usaha ini dibentuk bukan hanya untuk keuntungan finansial saja, namun juga memperhatikan manfaat sosial, pendidikan, dan juga lingkungan. Hal ini dapat dilihat dari penerapan elemen-elemen kewirausahaan sosial yang ada pada kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri. Dalam pengembangan usaha kelompok juga dapat dilihat melalui model bisnis kanvas kewirausahaan sosial yang ada pada kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri, dengan demikian maka terciptalah produk nata de coco sebagai produk khas Nagari Balai Baiak dalam memanfaatkan potensi daerah tersebut. Adapun kerangka pemikiran penelitian dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Kerangka Pemikiran

## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **A. Tempat Dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Padang Pariaman tepatnya di Nagari Balai Baiak III Koto Kecamatan IV Koto Aur Malintang. Pemilihan lokasi ini dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan yaitu kelompok Usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri ini merupakan satu-satunya kelompok usaha yang mendapatkan dukungan dari BAZNAS Indonesia yang bermitra dengan BAZNAS Kabupaten Padang Pariaman melalui program *Zakat Community Development (ZCD)* tahun 2020 (Lampiran 5). Penelitian ini dilakukan selama satu bulan, yang dihitung dari tanggal 05 Juli hingga 05 Agustus 2022.

### **B. Metode Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif menggunakan metode studi kasus. Penelitian deskriptif ini dilakukan untuk mendeskripsikan serta memberi gambaran terhadap gejala atau peristiwa yang terjadi pada suatu populasi secara objektif. Metode penelitian kualitatif disebut juga metode penelitian naturalistik, karena penelitian ini dilakukan saat kondisi yang alamiah. Artinya objek yang berkembang apa adanya, tidak dimanipulasi oleh peneliti serta kehadiran peneliti tidak mempengaruhi dinamika dari objek yang akan diteliti tersebut (Sugiyono, 2019:17). Metode studi kasus (*case study*) digunakan untuk mendapatkan informasi terfokus, menyeluruh, mendalam dan terperinci tentang penerapan elemen kewirausahaan sosial dan model kanvas kewirausahaan sosial dalam penerapannya dalam kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri di Nagari Balai Baiak III Koto, Kecamatan IV Koto Aur Malintang.

### **C. Informan Penelitian**

Informan penelitian adalah orang-orang yang dianggap mengetahui tentang masalah yang akan diteliti dan bersedia untuk memberikan informasi kepada peneliti. Menurut Afrizal (2014: 139) informan terbagi dua, yaitu informan pelaku/ kunci dan informan pengamat.



1). Informan pelaku/ kunci adalah orang-orang yang memberikan keterangan tentang dirinya, tentang perbuatannya perbuatannya, tentang pikirannya, dan tentang pengetahuannya. Adapun informan kunci dalam penelitian ini adalah ketua, sekretaris dan anggota kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri di Nagari Balai Baiak III Koto, Kecamatan IV Koto Aur Malintang, Kabupaten Padang Pariaman.

Tabel 1. Informan Kunci

No	Informan kunci	Jumlah (orang)
1.	Ketua kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri	1
2.	Sekretaris kelompok Usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri	1
3.	Anggota kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri	2
	Jumlah	4

Informan kunci berjumlah 4 orang yang terdiri dari satu ketua, satu sekretaris dan dua anggota, mereka merupakan anggota yang masih aktif hingga saat ini dari 15 orang anggota, sehingga mereka lebih mengetahui dan memiliki informasi yang dibutuhkan peneliti. Bendahara tidak dijadikan informan kunci, karena sudah tidak aktif lagi/ sudah mengundurkan diri.

2). Informan pengamat adalah orang-orang yang memberikan informasi tentang orang lain atau suatu kejadian maupun suatu hal kepada peneliti. Informan pengamat dalam penelitian ini berjumlah satu orang yaitu pendamping kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri.

#### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini terdiri dari dua jenis, yaitu data primer dan data sekunder yang berkaitan dengan permasalahan yang menjadi telaah dalam penelitian ini. Dalam pengambilan data atau informasi mengenai elemen kewirausahaan sosial dan model bisnis kanvas untuk pengembangan kewirausahaan sosial dalam kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri, maka peneliti akan menggali informasi secara mendalam dengan batasan pada

kegiatan kelompok pada periode enam bulan terakhir yaitu periode Januari 2022-Juni 2022. Adapun data dikumpulkan melalui observasi/ pengamatan langsung dilapangan, wawancara mendalam (*in-depth*), dan dokumentasi.

1. Data primer adalah data yang diperoleh langsung melalui informan kunci di lapangan. Data primer ini dikumpulkan dengan memberikan pertanyaan melalui panduan wawancara mendalam kepada informan penelitian. Dalam penelitian ini diwawancarai ketua, sekretaris dan anggota kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri untuk mendapatkan seluruh informasi yang dibutuhkan untuk menjawab permasalahan dalam penelitian ini, seperti identitas anggota kelompok, deskripsi mengenai elemen kewirausahaan sosial yang dijalankan, dan model bisnis kanvas kewirausahaan sosial dalam pengembangan usaha. Dan juga diwawancarai pendamping kelompok untuk mendapatkan data seperti profil kelompok.
2. Data sekunder adalah data yang berbentuk tulisan ataupun dokumentasi yang berhubungan dengan permasalahan penelitian. Data sekunder bersumber dari instansi terkait seperti Badan Pusat Statistik (BPS), BAZNAS, Wali Nagari Balai Baiak III Koto, serta penelusuran studi pustaka yang berkaitan dengan permasalahan yang akan diteliti, seperti : gambaran umum daerah penelitian, luas perkebunan dan produksi kelapa di Nagari Balai Baiak III Koto, dan berbagai sumber literatur lainnya yang mendukung dalam penyusunan penelitian ini.

#### **E. Topik Pengamatan Penelitian**

Untuk tujuan pertama yaitu mendeskripsikan penerapan prinsip-prinsip kewirausahaan sosial dalam kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri, maka topik data yang diamati adalah:

1. *Social value* (nilai sosial)
  - a. Lingkungan
  - b. Ekonomi
  - c. Sosial (Albinsaid, 2018: 69)

2. *Civil society* (masyarakat sipil/ kelompok)
  - a. Partisipasi
  - b. Kepercayaan
  - c. Norma sosial (Tenrinippi, 2019: 28)
3. *Innovation* (inovasi)
  - a. Inovasi produk
  - b. Inovasi jasa (Tenrinippi, 2019: 28)
4. *Economic activity* (aktivitas ekonomi)
  - a. Kegiatan yang menghasilkan nilai ekonomi
  - b. Tenaga kerja
  - c. Pendapatan (Tenrinippi, 2019: 28)

Untuk tujuan kedua yaitu mendeskripsikan penerapan model kanvas dalam pengembangan kewirausahaan sosial kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri, maka topik data yang diamati adalah:

1. *Costumer segments* (segmentasi pelanggan) :
  - a. Daerah mayoritas
  - b. Pekerjaan pelanggan
  - c. Umur pelanggan
2. *Value propositions* (nilai proposisi) dan *social value* (nilai sosial)
  - a. Inovasi yang dilakukan kelompok
  - b. Manfaat dari produk yang ditawarkan
  - c. Harga produk yang ditawarkan
  - d. Perbedaan produk dengan produk lain
  - e. Rencana inovasi produk kedepannya
  - f. Masalah sosial yang diselesaikan dengan usaha kelompok
3. *Channels* (saluran)
  - a. Saluran yang digunakan untuk menjangkau pelanggan
  - b. Fungsi saluran yang digunakan
4. *Customer relationship* (hubungan pelanggan) :
  - a. Cara berhubungan dengan pelanggan
  - b. Cara menjaga kepercayaan dan mempertahankan pelanggan

5. *Revenue streams* (aliran pendapatan) dan *community reinvestment* (investasi ulang komunitas)
  - a. Dari mana aliran pendapatan
  - b. Produk yang paling banyak menghasilkan pendapatan
  - c. Dari mana modal didapatkan
6. *Key activities* (kegiatan utama) :
  - a. Aktivitas penyedia input produksi
  - b. Aktivitas produksi yang dilakukan kelompok
  - c. Aktivitas untuk berhubungan dengan pelanggan
7. *Key resources* (sumber daya utama)
  - a. Sumber daya manusia atau tenaga kerja
  - b. Sumber daya fisik yang dimiliki
  - c. Sumber daya finansial yang dimiliki
8. *Key allies* (mitra kunci)
  - a. Siapa saja mitra kelompok
  - b. Apasaja yang didapat kelompok dari mitra
  - c. Aktivitas yang dilakukan kelompok dengan mitra
9. *Cost of delivery* (struktur biaya)
  - a. Seluruh biaya yang dikeluarkan dalam usaha kelompok

## **F. Analisa Data**

Untuk tujuan penelitian yang pertama yaitu menganalisis penerapan elemen kewirausahaan sosial dalam kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri di Nagari Balai Baiak III Koto. Tujuan penelitian tersebut dianalisis menggunakan analisis data Model Miles and Huberman. Menurut Miles and Huberman (1984) dalam Sugiyono (2019: 321) Model Miles and Huberman yaitu teknik analisa data dalam penelitian kualitatif yang dilakukan secara interaktif dan terus menerus, sehingga datanya jenuh. Adapun langkah-langkahnya sebagai berikut:

- a. Reduksi data

Reduksi data berarti merangkum dan memilih hal-hal pokok yang fokus pada hal-hal yang berkaitan dengan tujuan penelitian. Sehingga data tersebut



memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data. Dengan demikian akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti dalam melakukan pengumpulan data selanjutnya (Sugiyono, 2019: 323).

b. Penyajian data (*display data*)

Data yang sudah di reduksi selanjutnya dilakukan penyajian data. Penyajian data atau *display data* adalah suatu rangkaian informasi yang memungkinkan adanya kesimpulan riset dapat dilakukan dengan melihat suatu penyajian data, peneliti akan lebih mudah memahami apa-apa yang sedang terjadi dan memungkinkan untuk mengerjakan sesuatu pada analisis berdasarkan pada penelitian tersebut. Penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart*, dan sejenisnya (Sugiyono, 2019: 325).

c. Penarikan kesimpulan (*verifikasi*)

Penarikan kesimpulan merupakan analisis lanjutan dari reduksi data dan *display data*, sehingga data dapat disimpulkan dan peneliti masih mempunyai peluang untuk menerima masukan. Penarikan kesimpulan sementara masih dapat diuji kembali di lapangan agar kebenaran ilmiah tercapai. Dalam penelitian ini, untuk menguji keabsahan data dapat menggunakan triangulasi teknik yaitu dengan melakukan pengecekan kembali terhadap hasil wawancara, observasi serta dokumentasi.

Untuk tujuan kedua yaitu mendeskripsikan model kanvas kewirausahaan sosial pada kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri untuk pengembangan usahanya. Untuk tujuan ini dianalisis secara deskriptif kualitatif. Analisis data dilakukan dengan mewawancarai informan kunci, dilakukan dengan mendeskripsikan dan menginterpretasikan kejadian-kejadian yang ada di lapangan yang disajikan dalam bentuk Sembilan blok model kanvas kewirausahaan sosial serta deskripsi kalimat. Sembilan blok model kanvas kewirausahaan sosial dapat dilihat pada Gambar 4:

<b>Mission:</b>				
<b>IMPLEMENTATION</b>		<b>VALUE</b>	<b>MARKET</b>	
<b>Key Allies</b>	<b>Key Resources</b>	<b>Value Proposition</b>	<b>Customer Relationships</b>	<b>Channels</b>
	<b>Key Activities</b>	<b>Social Innovation</b>	<b>Customer Benefits</b>	
<b>FINANCES</b>				
<b>Cost of Delivery</b>		<b>Revenue Streams and Community Reinvestment</b>		

Gambar 4. Modifikasi Model Bisnis Kanvas Osterwalder dalam Kewirausahaan Sosial (Pratiwi, 2021)

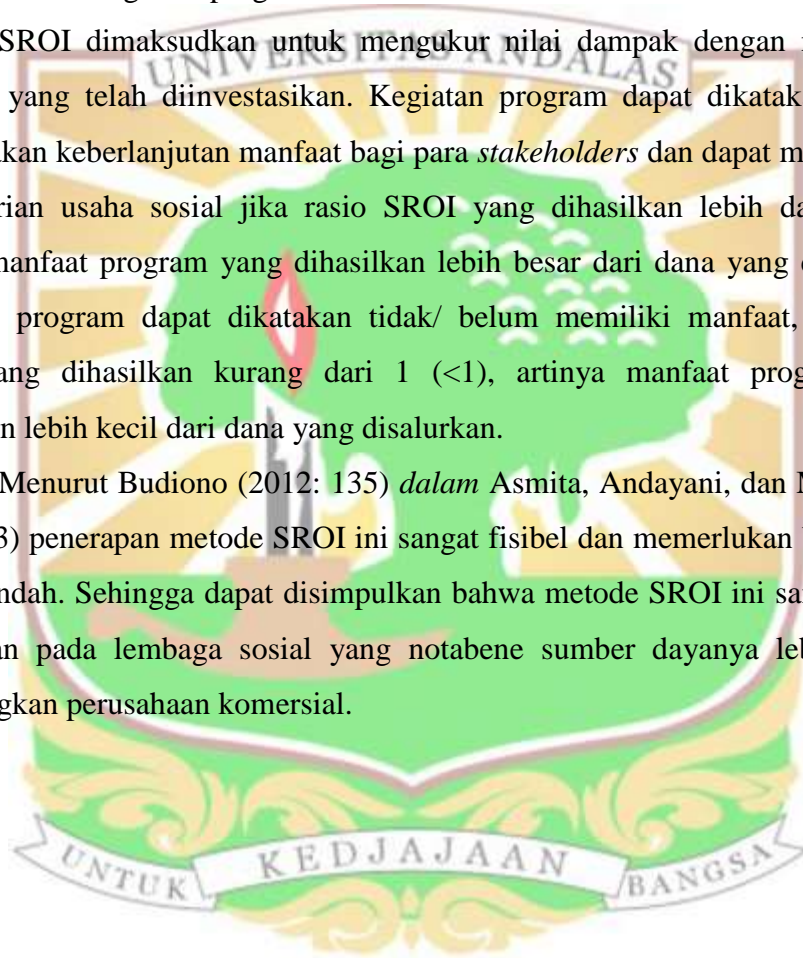
Setelah mengetahui model bisnis kanvas yang ada pada kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri, kemudian dilakukan penilaian terhadap manfaat yang dihasilkan dari kegiatan program BAZNAS yang dijalankan oleh kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri. Manfaat tersebut adalah manfaat yang dirasakan oleh *stakeholders* dari kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri. Penilaian manfaat ini dilakukan dengan metode *Social Return on Investment* (SROI). Secara sederhana SROI akan menghasilkan sebuah rasio yang dihitung menggunakan persamaan berikut (Purwoheddi, 2016: 13):

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

- *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

SROI dimaksudkan untuk mengukur nilai dampak dengan nilai biaya program yang telah diinvestasikan. Kegiatan program dapat dikatakan mampu menciptakan keberlanjutan manfaat bagi para *stakeholders* dan dapat menciptakan kemandirian usaha sosial jika rasio SROI yang dihasilkan lebih dari 1 (>1), artinya manfaat program yang dihasilkan lebih besar dari dana yang disalurkan. Kegiatan program dapat dikatakan tidak/ belum memiliki manfaat, jika rasio SROI yang dihasilkan kurang dari 1 (<1), artinya manfaat program yang dihasilkan lebih kecil dari dana yang disalurkan.

Menurut Budiono (2012: 135) dalam Asmita, Andayani, dan Maesarach, (2020: 13) penerapan metode SROI ini sangat fisibel dan memerlukan biaya yang relatif rendah. Sehingga dapat disimpulkan bahwa metode SROI ini sangat cocok diterapkan pada lembaga sosial yang notabene sumber dayanya lebih sedikit dibandingkan perusahaan komersial.



Tabel 2. Matrik Data Set

Tujuan	Topik data dan Indikator	Sumber data	Teknik Pengumpulan data	Analisa	Output
Menganalisis penerapan elemen kewirausahaan sosial dalam usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Social value</i> (nilai sosial)                             <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Lingkungan</li> <li>b. Sosial (bidang pendidikan)</li> <li>c. Ekonomi</li> </ol> </li> <li>2. <i>Civil society</i> (masyarakat sipil)                             <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Partisipasi kelompok</li> <li>b. Kepercayaan</li> <li>c. Nilai/ norma yang disepakati kelompok</li> </ol> </li> <li>3. <i>Innovation</i> (inovasi)                             <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Inovasi produk</li> <li>b. Inovasi jasa</li> </ol> </li> <li>4. <i>Economic activity</i> (aktivitas ekonomi)                             <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Kegiatan yang menghasilkan nilai ekonomi</li> <li>b. Tenaga kerja</li> <li>c. Pendapatan</li> </ol> </li> </ol>	Pendamping kelompok, ketua, sekretaris, dan anggota kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri	Observasi Wawancara semi terstruktur Dokumentasi	Analisa kualitatif menggunakan model Miles and Huberman	Analisis penerapan elemen kewirausahaan sosial dalam usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri



Mendeskripsikan model kanvas untuk pengembangan kewirausahaan sosial dalam usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Costumer segments</i> (segmentasi pelanggan) : <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Pekerjaan pelanggan</li> <li>b. Umur pelanggan</li> <li>c. Daerah mayoritas</li> </ol> </li> <li>2. <i>Value propositions</i> (nilai proposisi) <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Inovasi yang dilakukan kelompok</li> <li>b. Manfaat dari produk yang ditawarkan</li> <li>c. Harga produk yang ditawarkan</li> <li>d. Perbedaan produk dengan produk lain</li> <li>e. Rencana inovasi produk kedepannya</li> <li>f. Masalah sosial yang diselesaikan dengan usaha kelompok</li> </ol> </li> <li>3. <i>Channels</i> (saluran) <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Saluran yang digunakan untuk menjangkau pelanggan</li> <li>b. Fungsi saluran yang digunakan</li> </ol> </li> <li>4. <i>Customer relationship</i> (hubungan pelanggan) : <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Cara berhubungan hubungan dengan pelanggan</li> <li>b. Cara menjaga kepercayaan dan mempertahankan pelanggan</li> </ol> </li> <li>5. <i>Revenue streams</i> (aliran pendapatan) dan <i>community reinvestment</i> (investasi ulang komunitas) <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Dari mana modal didapatkan</li> <li>b. Dari mana aliran pendapatan</li> <li>c. Produk yang paling banyak menghasilkan pendapatan</li> <li>d. Investasi kelompok</li> </ol> </li> </ol>	Pendamping kelompok, ketua, sekretaris, dan anggota kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri	Observasi Wawancara terstruktur Dokumentasi	Analisa deskriptif dan dilakukan penilaian manfaat program menggunakan analisa SROI	Deskripsi model kanvas dalam pengembangan kewirausahaan sosial dalam usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri
---	--	---	---	---	---

- 
6. *Key activities* (kegiatan utama) :
    - a. Aktivitas penyedia input produksi
    - b. Aktivitas produksi yang dilakukan kelompok
    - c. Aktivitas untuk berhubungan dengan pelanggan
  7. *Key resources* (sumber daya utama)
    - a. Sumber daya manusia atau tenaga kerja
    - b. Sumber daya fisik yang dimiliki
    - c. Sumber daya finansial yang dimiliki
  8. *Key allies* (kemitraan kunci)
    - a. Siapa saja mitra kelompok
    - b. Apasaja yang didapatkan kelompok dari mitra
    - c. Aktivitas yang dilakukan kelompok dengan mitra
  9. *Cost of delivery* (struktur biaya)
    - a. Seluruh biaya yang dikeluarkan dalam usaha kelompok
- 



## G. Definisi Operasional

Definisi operasional untuk tujuan penelitian pertama yaitu menganalisis penerapan elemen kewirausahaan sosial dalam usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri di Nagari Balai Baiak III Koto, Kecamatan IV Koto Aur Malintang, Kabupaten Padang Pariaman. :

### 1) *Social value* (nilai sosial)

- Definisi konseptual: Nilai sosial pada kewirausahaan sosial adalah nilai yang mempunyai peran untuk menyelesaikan permasalahan sosial, seperti masalah lingkungan, sosial, dan juga ekonomi (Albinsaid, 2018: 69).
- Definisi operasional: nilai sosial adalah nilai yang diimplementasikan kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri untuk masyarakat sekitar seperti manfaat sosial, lingkungan, pendidikan dan ekonomi. Untuk penerapan manfaat lingkungan diukur dari pemanfaatan input produksi dari limbah yang tersedia, pemeliharaan kebersihan tempat produksi dan lingkungan sekitarnya, dan bagaimana pengelolaan input hasil produksi serta penggunaan kemasan ramah lingkungan untuk produk nata de coco oleh kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri. Untuk manfaat sosial pada bidang pendidikan diukur dari penambahan pengetahuan dan juga keterampilan bagi anggota kelompok. Untuk manfaat ekonomi diukur dari adanya pendapatan bagi anggota kelompok dalam melakukan kegiatan produksi dalam kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri.

### 2) *Civil society* (masyarakat sipil/ kelompok):

- Definisi konseptual: Dalam kewirausahaan sosial memerlukan peran dan partisipasi masyarakat sipil (komunitas) untuk mengoptimalkan modal sosial yang ada ditengah-tengah masyarakat (Albinsaid, 2018: 69).
- Definisi operasional: masyarakat sipil adalah anggota kelompok yang memiliki inisiatif dan partisipasi terhadap kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri dengan mengoptimalkan kekuatan modal sosial yang ada ditengah-tengah masyarakat. Modal sosial dalam kelompok usaha

Nata De Coco Sejahtera Mandiri menyangkut partisipasi, kepercayaan dan juga norma sosial yang disepakati dalam kelompok. Partisipasi diukur keikutsertaan anggota dalam setiap kegiatan yang dilakukan oleh kelompok seperti kerjasama dan juga gotong royong yang dilakukan dalam kelompok mulai dari penyediaan input produksi, produksi hingga pemasaran. Kepercayaan diukur dari adanya kepercayaan antar anggota dan kebenaran informasi dalam kelompok. Selanjutnya Norma sosial diukur dari nilai dan norma yang disepakati dalam kelompok dan aturan-aturan yang berlaku yang mengikat anggota dalam kelompok.

3) *Innovation* (inovasi):

- Definisi konseptual: Pemecahan masalah sosial dengan cara-cara yang inovatif dengan memadukan kearifan lokal dan inovasi sosial (Tenrinippi, 2019: 28).
- Definisi operasional: inovasi adalah cara-cara inovatif yang dilakukan usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri untuk pemecahan masalah sosial dengan memanfaatkan kearifan lokal dan inovasi sosial. Inovasi dalam kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri terdiri dari dua bentuk yaitu inovasi produk dan inovasi jasa. Dalam kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri inovasi produk ukur dari produk yang dihasilkan, manfaat produk serta ciri khas dari produk nata de coco, serta produk dapat memenuhi kebutuhan konsumen dan mengatasi permasalahan sosial dari produk yang dihasilkan oleh kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri. Sedangkan inovasi jasa diukur dari bagaimana kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri.

4) *Economic activity* (aktivitas ekonomi):

- Definisi konseptual: Menyeimbangkan antara aktivitas sosial dan aktivitas ekonomi/ bisnis untuk menjamin kemandirian dan keberlanjutan misi sosial kelompok (Tenrinippi, 2019: 28).
- Definisi operasional: aktivitas ekonomi adalah pengembangan antara aktivitas sosial dengan aktifitas bisnis yang dilakukan Nata De Coco Sejahtera Mandiri untuk menjamin kemandirian dan keberlanjutan misi



sosial dari Nata De Coco Sejahtera Mandiri. Aktivitas ekonomi diukur dari kegiatan yang menghasilkan nilai ekonomi, tenaga kerja dan juga pendapatan. Kegiatan yang menghasilkan nilai ekonomi diukur dari produk dan jasa yang ditawarkan dan kegiatan promosi yang dilakukan. Tenaga kerja diukur dari pemanfaatan tenaga kerja lokal, kegiatan dan waktu produksi yang digunakan. Pendapatan diukur dari kegiatan yang menghasilkan pendapatan bagi anggota kelompok.

Definisi operasional untuk tujuan penelitian dua yaitu mendeskripsikan model kanvas untuk pengembangan kewirausahaan sosial dalam usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri:

1) *Customer segments* (segmentasi pelanggan)

- Definisi konseptual: strategi yang digunakan untuk mengarahkan jenis produk atau jasa yang diberikan kepada pelanggan (Albinsaid, 2018: 91).
- Definisi operasional: segmentasi pelanggan adalah target pelanggan dari kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri yang digunakan untuk mengarahkan jenis produk atau jasa yang dihasilkan dan diberikan ke pelanggan. Segmentasi pelanggan pada kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri dilihat dari pekerjaan pelanggan yang membeli produk nata de coco, rata-rata umur pelanggan yang membeli produk nata de coco, dan mayoritas daerah pelanggan yang membeli produk nata de coco.

2) *Value propositions* (nilai proposisi) dan *social value* (nilai sosial)

- Definisi konseptual: kelebihan-kelebihan yang dapat diberikan kepada pelanggan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan serta manfaat dari usaha yang diberikan kepada masyarakat. (Albinsaid, 2018: 91).
- Definisi operasional: nilai proposisi adalah kelebihan atau nilai tambah produk atau jasa yang dihasilkan oleh kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri yang diberikan kepada pelanggan untuk memenuhi kebutuhannya serta manfaat yang diberikan kepada masyarakat. Nilai proposisi yang dimiliki kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri diukur dari inovasi produk yang dilakukan kelompok, produk yang ditawarkan memiliki manfaat, perbedaan produk yang ditawarkan dengan

yang lain, harga produk yang ditawarkan, dan rencana inovasi produk kedepannya. Untuk nilai sosial diukur dengan masalah sosial yang diselesaikan dengan kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri.

3) *Channels* (saluran)

- Definisi konseptual: cara yang digunakan untuk menyampaikan nilai proposisi dari suatu produk/ jasa agar sampai kepelanggan (Albinsaid, 2018: 92).
- Definisi operasional: channel atau saluran adalah cara atau strategi yang digunakan usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri agar nilai proposisi yang diciptakan sampai ke pelanggan. *Channels* pada kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri diukur dengan saluran yang digunakan dalam menjangkau pelanggan termasuk fungsi saluran yang digunakan.

4) *Customer relationship* (hubungan pelanggan)

- Definisi konseptual: cara yang dilakukan untuk menjaga hubungan dengan pelanggan (Albinsaid, 2018: 92).
- Definisi operasional: hubungan pelanggan adalah cara yang dilakukan kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri untuk menjaga hubungannya dengan pelanggan. Hubungan pelanggan yang dimiliki kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri diukur dengan bagaimana hubungan kelompok usaha dengan pelanggan, cara menjaga kepercayaan pelanggan dan mempertahankan pelanggan.

5) *Revenue streams* (aliran pendapatan) dan *community reinvestment* (investasi ulang komunitas)

- Definisi konseptual: cara yang digunakan untuk mendapatkan pemasukan dari pelanggan dan cara yang digunakan untuk mengelola kembali keuntungan usaha untuk mendukung misi sosial dari usaha yang dijalankan.
- Definisi operasional: cara yang dilakukan kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri untuk menghasilkan pemasukan dari pelanggan. Aliran pendapatan kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri diukur dari mana modal usaha kelompok didapatkan, aliran pendapatan yang diterima kelompok, produk yang paling banyak menghasilkan

pendapatan. Investasi ulang kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri diukur dari investasi kelompok dari keuntungan yang didapatkan kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri.

6) *Key activities* (kegiatan utama)

- Definisi konseptual: semua aktivitas yang digunakan untuk menciptakan dan menyampaikan nilai proposisi suatu produk atau jasa yang akan ditawarkan ke pelanggan (Albinsaid, 2018: 92).
- Definisi operasional: aktivitas atau kegiatan utama yang dilakukan oleh kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri untuk menciptakan nilai proposisi dari produk yang akan ditawarkan ke pelanggan dalam menjalankan usaha sosial. Kegiatan utama kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri dilihat dari aktivitas penyediaan input produksi, aktivitas produksi nata de coco, aktivitas pembersihan tempat produksi dan pengolahan limbah hasil produksi nata de coco, aktivitas pembuatan produk nata de coco, dan aktivitas kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri dalam berhubungan dengan pelanggan.

7) *Key resources* (sumber daya utama)

- Definisi konseptual: Sumber daya utama yang digunakan agar mampu bersaing dengan produk lain serta untuk menunjang kegiatan yang dilakukan, seperti sumber daya manusia, bahan, teknologi dan lain sebagainya (Albinsaid, 2018: 92).
- Definisi operasional: sumber daya utama adalah strategi yang digunakan kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri untuk menunjang kegiatan yang akan dilakukan kelompok. Sumber daya utama yang dimiliki kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri dilihat dari sumber daya manusia yang dimiliki kelompok, sumber daya fisik, dan sumber daya finansial yang dimiliki kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri.

8) *Key allies* (mitra kunci)

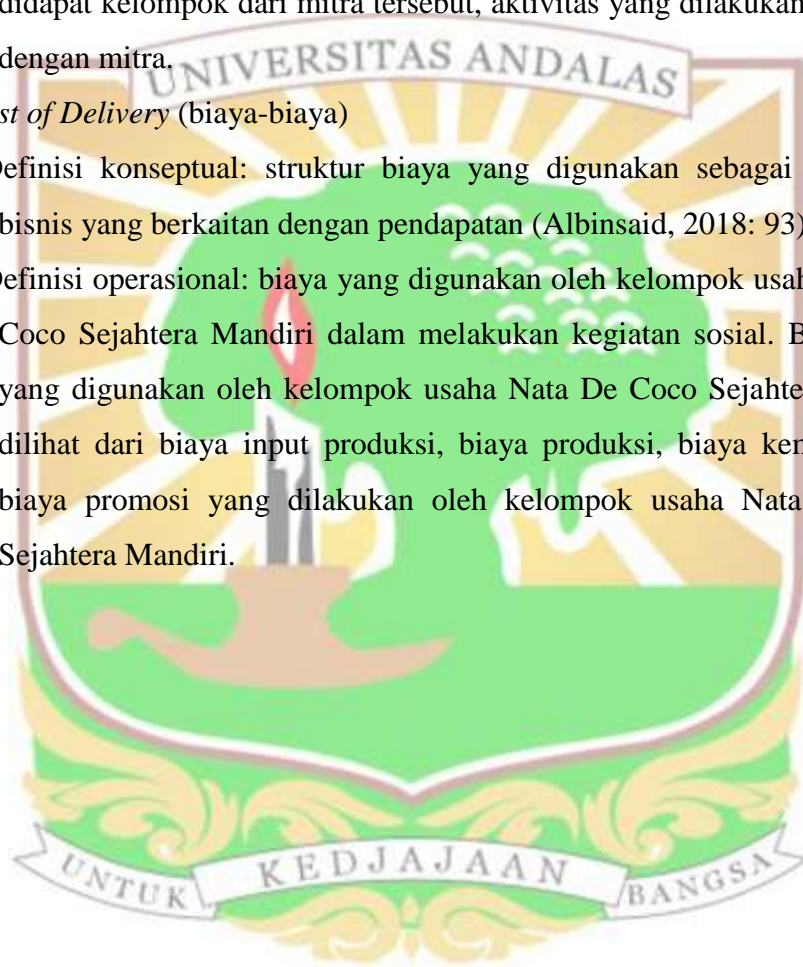
- Definisi konseptual: rekan kerja atau mitra yang membantu untuk menciptakan nilai proposisi, dapat berupa pada proses produksi,

distribusi, dan mitra lainnya yang dapat membantu memberikan nilai kepada pelanggan (Albinsaid, 2018: 93).

- Definisi operasional: mitra yang dimiliki kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri untuk menciptakan nilai proposisi dalam kegiatan usaha sosial. Mitra Kunci pada kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri dilihat dari siapa saja mitra kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri dalam melakukan kegiatan usaha sosial, apa yang didapat kelompok dari mitra tersebut, aktivitas yang dilakukan kelompok dengan mitra.

9) *Cost of Delivery* (biaya-biaya)

- Definisi konseptual: struktur biaya yang digunakan sebagai penggerak bisnis yang berkaitan dengan pendapatan (Albinsaid, 2018: 93).
- Definisi operasional: biaya yang digunakan oleh kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri dalam melakukan kegiatan sosial. Biaya-biaya yang digunakan oleh kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri dilihat dari biaya input produksi, biaya produksi, biaya kemasan, dan biaya promosi yang dilakukan oleh kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri.





## BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Gambaran Umum Daerah Penelitian

#### 1. Gambaran Umum Kondisi Geografis

Nagari Balai Baiak III Koto merupakan salah satu nagari yang berada di Kecamatan IV Koto Aur Malintang, Kabupaten Padang Pariaman. Secara astronomis Nagari Balai Baiak III Koto terletak antara  $0^{\circ} 47' 00''$  Lintang Selatan dan antara  $100^{\circ} 07' 00''$  Bujur Timur. Nagari Balai Baiak III Koto memiliki luas daerah  $16,07 \text{ km}^2$  atau  $12,67 \%$  dari luas Kecamatan IV Koto Aur Malintang. Nagari Balai Baiak ber jarak sekitar  $4,50 \text{ km}$  dari kecamatan IV Koto Aur Malintang dan  $\pm 43 \text{ km}$  dari Kabupaten Padang Pariaman. Nagari Balai Baiak III Koto berada pada ketinggian  $25-1.350$  meter di atas permukaan laut. Terdiri dari  $70\%$  dataran tinggi dan  $30\%$  dataran rendah dengan curah hujan rata-rata  $2.500 \text{ mm}^3/\text{tahun}$ .

Secara administratis, Nagari Balai Baiak III Koto terdiri dari tujuh korong, yaitu: Bukit Kabun, Kampung Jawi-Jawi, Kampung Tengah, Padang Bayur, Mudiak Aia, Bukit Aru, dan Padang Ganting. Berdasarkan posisi geografisnya, Nagari Balai Baiak III Koto berbatasan dengan:

- a. Sebelah Utara dengan Nagari III Koto Aur Malintang Selatan
- b. Sebelah Selatan dengan Kec. Batang Gasan,
- c. Sebelah Timur dengan Nagari III Koto Aur Malintang Selatan, dan
- d. Sebelah Barat dengan Kec. Batang Gasan dan Kab. Agam.

Tabel 3. Gambaran Umum Nagari Balai Baiak III Koto

No	Uraian	Keterangan
1.	Letak Daerah	$100^{\circ} 07' 00''$ Bujur Timur
2.	Luas Daerah	$16,07 \text{ km}^2$ atau $12,67 \%$ dari luas Kecamatan IV Koto Aur Malintang
3.	Jarak Daerah	$4,50 \text{ km}$ dari kecamatan dan $43,00 \text{ km}$ dari kabupaten
4.	Tinggi Dari Permukaan Laut	$25-1.350 \text{ m}$ dpl
5.	Curah Hujan	$2.500 \text{ mm}/\text{tahun}$
6.	Jumlah Korong	7 korong
7.	Batas daerah	Utara : Nagari III Koto Aur Malintang Selatan Selatan : Kec. Batang Gasan, Timur : Nagari III Koto Aur Malintang Selatan, Barat : Kec. Batang Gasan dan Kab. Agam.

*Sumber:* Badan Pusat Statistik Kecamatan IV Koto Aur Malintang, 2021

Berdasarkan kondisi geografis, penggunaan lahan di Nagari Balai Baiak III Koto terdiri dari empat bagian. Adapun penggunaan lahan yang digunakan adalah lahan sawah yang terdiri dari dua macam yaitu sawah irigasi dan tadah hujan dengan luas 124 Ha atau 7,72%, lahan perkebunan atau lahan kering dengan luas 440 Ha atau 27,38%, Luas lahan pemukiman 306 Ha atau 19,04%, dan lain-lain 738 atau 45,86%.

Tabel 4. Luas Lahan Nagari Balai Baiak III Koto berdasarkan Penggunaannya

No	Penggunaan Lahan	Luas (Ha)	Persentase
1.	Sawah irigasi dan tadah hujan	124	7,72
2.	Lahan perkebunan/ lahan kering	440	27,38
3.	Luas lahan pemukiman	306	19,04
4.	Lain-lain	738	45,86
	Jumlah	1.607	100,00

Sumber: IDM Nagari Balai Baiak III Koto, 2021

## 2. Gambaran Umum Kondisi Demografis

Jumlah penduduk di Nagari Balai Baiak III Koto pada tahun 2020 adalah 2.571 jiwa, yang terdiri dari 1.300 jiwa laki-laki dan 1.271 jiwa perempuan. Berdasarkan data IDM Nagari Balai Baiak III Koto tahun 2021 terdapat sebanyak 666 KK, dengan total jumlah keluarga miskin sebanyak 517 KK, artinya sekitar 77% masyarakat Nagari Balai Baiak masih memiliki tingkat ekonomi yang rendah. Untuk melihat data kependudukan di Nagari Balai Baiak III Koto dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Data Kependudukan Nagari Balai Baiak III Koto Tahun 2020

No	Data	Satuan	Jumlah
1.	Jumlah penduduk	KK	666
2.	Jumlah penduduk	Jiwa	2.571
3.	Jumlah laki-laki	Jiwa	1.300
4.	Jumlah perempuan	Jiwa	1.271
5.	Jumlah keluarga miskin	KK	517

Sumber: IDM Nagari Balai Baiak III Koto, 2021

Nagari Balai Baiak III Koto memiliki potensi alam yang sangat bagus untuk di kembangkan di bidang pertanian dan perkebunan. Rata-rata masyarakat Nagari Balai Baiak ini bermata pencaharian disektor pertanian/ perkebunan, ada juga yang menjadi buruh tani, pedagang dan PNS.

Komposisi mata pencaharian masyarakat Nagari Balai Baiak sekitar 77% masyarakat berprofesi di sektor pertanian (petani, buru, dan nelayan), 8% masyarakat berprofesi di sektor perdagangan, 2% pada sektor pemerintahan (PNS, TNI/POLRI, Pwrawat), dan 13% disektor lainnya. Pada bidang pertanian, potensi unggulan nagari adalah padi, jagung, kelapa, kelapa sawit, pinang dan kakao.

### 3. Kondisi Kelembagaan

Lembaga merupakan wadah atau tempat orang-orang berkumpul, bekerja sama secara berencana, terorganisasi, terkendali, dipimpin dengan memanfaatkan sumber daya untuk satu tujuan yang telah ditetapkan. Untuk mewujudkan tujuan dan tercapainya fungsi Nagari Balai Baiak, maka dibentuklah lembaga yang akan mengatur, menjalankan pelaksanaan tujuan, dan memaksimalkan fungsi dari Nagari Balai Baiak. Lembaga terkait yang ada di Nagari Balai Baiak dapat dilihat pada Tabel 6:

Tabel 6. Daftar Lembaga Terkait yang Ada di Nagari Balai Baiak Tahun 2020

No	Lembaga	Jumlah
1.	Karang Taruna	1
2.	Pembinaan Kesejahteraan Keluarga (PKK)	1
3.	Perkumpulan Agama	1
4.	Kelompok Arisan	1
5.	Kelompok/ Organisasi/ Lembaga Tani	1
6.	Kelompok/ Organisasi/ Lembaga Ternak	1
7.	Kelompok/ Organisasi/ Lembaga Khusus Wanita	1
8.	Lembaga Adat dan Kelompok Seni Budaya	2

Sumber: IDM Nagari Balai Baiak, 2021

### 4. Gambaran Umum Sarana dan Prasarana Pendukung

Nagari Balai Baiak merupakan daerah perkebunan/ lahan kering, hal ini terlihat dari dominasi sektor perkebunan dalam perekonomian wilayah, penggunaan tenaga kerja dan pemanfaatan lahan. Hal ini membutuhkan infrastruktur jalan sebagai pendukung aktivitas sektor pertanian tersebut mulai dari kegiatan produksi, pascapanen, dan pemasaran. Sementara itu kondisi infrastruktur jalan yang ada belum memadai dan belum bisa mendukung sepenuhnya aktivitas tersebut.

Kondisi sarana dan prasarana yang ada di Nagari Balai Baiak ini kurang memadai, masih ada beberapa jalan yang becek dan rusak dan drainase yang

buruk, serta ketersediaan sarana pendidikan yang masih kurang. Sarana transportasi yang kurang memadai, rendahnya tingkat pendidikan masyarakat membuat kesadaran akan lingkungan sekitar juga rendah, seperti kebersihan lingkungan tempat tinggal dimana masih banyak masyarakat yang belum memiliki MCK yang layak di rumahnya, masih banyak masyarakat yang memanfaatkan sungai sebagai tempat MCK. Adapun sarana dan prasarana pendukung yang ada di Nagari Balai Baiak dapat dilihat pada Tabel 7:

Tabel 7. Sarana dan Prasarana Pendukung di Nagari Balai Baiak

No	Infrastruktur	Jumlah
1.	Kantor wali nagari	1
2.	Sekolah	
	• Non Formal	
	1. Paud	4
	• Formal	
	1. Sekolah Dasar (SD)	4
	2. Sekolah Menengah Pertama (SMP)	1
	3. Madrasah Tsanawiyah	1
3.	Tempat Ibadah	
	1. Masjid	3
	2. Mushallah	21
4.	Kesehatan	
	1. Tempat praktek bidan desa (bidan)	1
	2. Posyandu	7
	3. Polindes	3
5.	Jalan	1
6.	Sumber Air Bersih (PDAM)	1
7.	Akses Sanitasi (Jamban Umum)	10
8.	Listrik (PLN dan Non-PLN)	2
9.	Lapangan Olah Raga	5
10.	Tower BTS (Layanan Jaringan)	1
11.	Keamanan	
	1. Poskamling	1
	2. Siskamling	1

Sumber: BPS Kecamatan IV Koto Aur Malintang, 2021 dan IDM Nagari Balai Baiak, 2021



## B. Profil Informan Kunci pada Kelompok Usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri

Informan kunci adalah orang yang paling banyak mengetahui dan mempunyai informasi pokok yang diperlukan oleh peneliti. Informan kunci pada penelitian ini adalah anggota Kelompok Usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri sebanyak 4 orang yang terdiri dari ketua kelompok, sekretaris dan dua orang anggota Kelompok Usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri. Karakteristik informan kunci yang digunakan meliputi umur, jenis kelamin, pendidikan, dan status kelompok.

Tabel 8. Identitas Informan Kunci

No	Karakteristik	Kriteria	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	Usia (tahun) Teori Hurlock	- 18-40 (masa dewasa dini)	2	50
		- 41-60 (masa dewasa madya)	0	0
		- >61 (usia lanjut)	2	50
2.	Jenis Kelamin	- Laki-laki	0	0
		- Perempuan	4	100
3.	Pendidikan Terakhir	- SD	1	25
		- SMP	1	25
		- SMA	2	50
4.	Status dalam Kelompok	- Ketua kelompok	1	25
		- Sekretaris	1	25
		- Anggota	2	50

Pembagian kelompok umur berdasarkan teori Hurlock (2011: 246) yang membagi kelompok umur menjadi tiga bagian yaitu masa dewasa dini (18-40 tahun), masa dewasa madya (41-60 tahun), dan usia lanjut (>61 tahun). Berdasarkan tabel 8, menunjukkan bahwa umur informan kunci Kelompok Usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri berada pada umur dewasa dini yaitu antara 18-40 tahun sebanyak 2 orang atau 50 % dan di usia lanjut (>60 tahun) sebanyak 2 orang atau 50%. Umur menentukan kemampuan seseorang secara fisik untuk melakukan kegiatan dalam kelompok.

Karakteristik kedua pada Tabel 8 dapat dilihat, bahwa informan kunci terdiri dari 4 orang perempuan. Artinya seluruh informan kunci yang digunakan pada penelitian ini adalah perempuan yang berjumlah 4 orang dengan persentase 100%. Jenis kelamin juga mempengaruhi besarnya tenaga dalam bekerja.

Untuk karakteristik selanjutnya yaitu pendidikan. Tingkat pendidikan menggambarkan bahwa informan kunci tersebut memiliki cukup pengetahuan serta mampu mengelola program dan kelompok dengan baik. Pendidikan informan kunci terdiri dari 25% (1 orang) tamatan Sekolah Dasar (SD), 25% (1 orang) tamatan Sekolah Menengah Pertama (SMP), dan 50% (2 orang) tamatan Sekolah Menengah Atas (SMA). Berdasarkan Tabel 8 dapat dilihat bahwa rata-rata pendidikan terakhir informan kunci adalah Sekolah Menengah Atas (SMA) yang terdiri dari 50% dari jumlah informan. Artinya rata-rata informan kunci sudah mengikuti program wajib belajar 9 tahun.

Berdasarkan Tabel 8 karakteristik selanjutnya adalah status dalam kelompok. Informan merupakan anggota kelompok yang berjumlah 2 orang (50%), 1 orang informan (25%) ketua kelompok, dan 1 orang informan (25%) sekretaris kelompok. Status dalam kelompok menunjukkan adanya hak-hak atau kewajiban-kewajiban yang diterima oleh masing-masing informan kunci.

### **C. Profil Kelompok Usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri**

Profil Kelompok Usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri ini mendeskripsikan tentang latar belakang terbentuknya kelompok, tujuan kelompok, struktur kepengurusan kelompok, dan kegiatan-kegiatan kelompok selama program berlangsung. Data yang bersangkutan dengan profil kelompok ini didapatkan dari wawancara dengan ketua kelompok serta dokumentasi-dokumentasi kelompok yang berkaitan dengan penelitian ini.

#### **1. Latar Belakang Kelompok**

Kelompok Usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri ini berlokasi di Korong Mudiak Aia, Nagari Balai Baiak III Koto, Kabupaten Padang Pariaman. Akses jalan menuju lokasi kurang memadai (jalan masih tanah ber bebatuan), karena jarak lokasi dari jalan aspal memakan waktu lebih kurang 10-15 menit, dan jari ke kecamatan lebih kurang 20-25 menit. Akses jalan menuju lokasi ini juga melewati perkebunan kelapa dan kelapa sawit.

Kelompok Usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri dibentuk setelah BAZNAS Indonesia datang ke lokasi dan melihat potensi yang ada untuk dikembangkan. Pada tahun 2019 BAZNAS Indonesia melakukan survei lapangan

ke Nagari Balai Baiak dan mereka melihat potensi daerah tersebut untuk dikembangkan. Adapun potensi yang terlihat yaitu kelapa, BAZNAS melihat potensi yang bisa dikembangkan dari kelapa yaitu produk hasil olahan air kelapa. Produk hasil olahan air kelapa yang akan dikembangkan adalah produk nata de coco, yang dapat dikembangkan menjadi produk unggulan Nagari. Kemudian pada tahun 2019 terbentuklah Kelompok Usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri sebagai usaha untuk pengembangan hasil olahan air kelapa menjadi produk nata de coco.

Kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri ini didirikan secara bersama-sama melalui musyawarah di Nagari Balai Baiak. Kelompok usaha ini didirikan atas dukung BAZNAS Indonesia. Usaha ini diberi nama kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri, yang disahkan berdasarkan Surat Keputusan Wali Nagari Balai Baiak Malai III Koto pada tanggal 12 Desember 2019 (Lampiran 3). Kelompok ini beranggotakan 15 orang, yang terdiri dari 3 orang pengurus dan 12 orang anggota kelompok. Anggota kelompok usaha ini terdiri dari ibu-ibu rumah tangga petani.

Kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri ini didirikan untuk menyelesaikan/ mengatasi permasalahan sosial yang terjadi, salah satunya untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi masyarakat Nagari Balai Baiak III Koto. Kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri ini juga mempunyai tujuan untuk mewujudkan kemandirian masyarakat dalam pengembangan pengelolaan hasil wilayahnya (kelapa), meningkatkan status ekonomi masyarakat, mewujudkan masyarakat yang sehat dan cerdas melalui peningkatan kualitas pendidikan dan kesehatan, mewujudkan masyarakat yang berakhlak islami, dan mewujudkan nagari yang berciri khas.

Pada tahun 2020 kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri mendapat dukungan berupa bantuan dari Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Indonesia melalui sebuah program yang dinamakan *Zakat Community Development (ZCD)*. Program ini berfokus pada pengentasan kemiskinan melalui pemberdayaan masyarakat untuk menghasilkan sebuah produk/ merek yang mampu mengangkat potensi serta kearifan lokal sehingga berdampak pada kemajuan nagari dalam aspek sosial, ekonomi dan lingkungan. Melalui program



ini kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri mendapatkan bantuan sejumlah Rp.30.000.000,- yang dicairkan secara bertahap berupa alat/ mesin dan bahan-bahan untuk memproduksi produk nata de coco. Karena pandemi Covid-19 bantuan yang diterima kelompok jadi tertunda sehingga akhirnya pada bulan September 2020 bantuan tersebut diterima oleh kelompok. Sehingga kegiatan pelatihan dilakukan setelah dana cair dan peralatan yang digunakan lengkap yaitu pada bulan Desember 2020. Produk nata de coco ini pertama kali diproduksi pada bulan Februari 2021 dan mulai di pasarkan pada bulan April 2021. Produk yang di pasarkan berupa nata de coco yang dikemas dalam kemasan 500 gram dan juga kemasan gelas.

Usaha ini hanya ditempatkan di satu tempat (rumah produksi) dan dikelola oleh ibu-ibu anggota kelompok di rumah ketua kelompok. Kegiatan produksi juga tidak dilakukan setiap hari, namun dilakukan sekali minggu. Untuk kegiatan produksi juga dilakukan pembagian kerja, 5 orang untuk pembuatan bibit nata, 5 orang untuk panen nata dan 5 orang lagi untuk membersihkan peralatan yang digunakan selama proses produksi dan dilakukan secara bergilir.

Namun semenjak program ini berakhir yaitu pada bulan Oktober 2021, keanggotaan dalam kelompok Usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri ini mengalami penurunan. Sehingga pada tahun 2022 total anggota yang tersisa hanya 4 orang dari 15 orang total anggota.

## 2. Tujuan Kelompok Usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri

Kelompok Usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri memiliki tujuan yang ingin dicapai oleh semua anggota. Adapun tujuan kelompok yang ingin dicapai adalah tercantum dalam visi dan misi kelompok. Visi dan misi kelompok ini dirumuskan secara bersama-sama dengan menyesuaikan dengan tujuan program yang akan dijalankan. Dan visi dan misi ini juga dirumuskan ketika kelompok sudah dibentuk dan diresmikan secara sah bersama wali nagari dan masyarakat Nagari Balai Baiak dan visi dan misi ini juga sesuai dengan kesepakatan bersama anggota kelompok.

### a) Visi

Adapun visi Kelompok Usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri yaitu “memberdayakan masyarakat Nagari Baiak III Koto, Kecamatan IV Koto Aur



Malintang Kabupaten Padang Pariaman, untuk memaksimalkan pengolahan hasil produksi alam dalam rangka peningkatan ekonomi masyarakat”.

b) Misi

Adapun misi Kelompok Usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri yaitu:

- 1) Meningkatkan pendapatan masyarakat melalui pemberdayaan bidang ekonomi
- 2) Meningkatkan kualitas pendidikan masyarakat melalui pemberdayaan bidang pendidikan
- 3) Meningkatkan status kesehatan masyarakat melalui program kesehatan
- 4) Meningkatkan pemahaman islam dan kualitas pelaksanaan ibadah
- 5) Menciptakan *branding*/ merek kabupaten yang unggul.

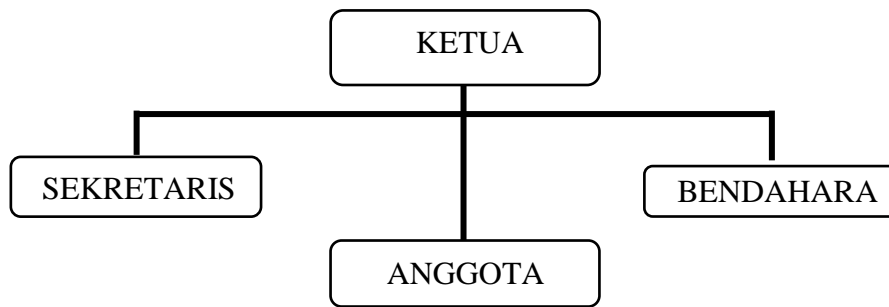
c) Tujuan Kelompok

Adapun tujuan Kelompok Usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri yaitu:

- 1) Mewujudkan kemandirian masyarakat dalam mengembangkan pengolahan hasil potensi wilayahnya
- 2) Mewujudkan peningkatan status ekonomi masyarakat
- 3) Mewujudkan masyarakat yang sehat dan cerdas melalui peningkatan kualitas pendidikan dan kesehatan
- 4) Mewujudkan masyarakat yang berakhlak islam
- 5) Mewujudkan nagari yang berciri khas.

3. Struktur Kepengurusan Kelompok Usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri

Struktur kepengurusan Kelompok Usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri terdiri dari ketua, sekretaris dan bendahara. Setiap bagian mempunyai tugas yang berbeda-beda. Ketua bertugas untuk mengkoordinasikan, mengorganisasikan, serta bertanggung jawab terhadap semua kegiatan kelompok. Sekretaris bertugas dan bertanggung jawab terhadap pelaksanaan administrasi non keuangan, seperti mencatat kehadiran anggota, mencatat hasil rapat, membuat surat-menyurat dan pengarsipannya, membuat laporan-laporan (laporan bulanan/tahunan) dan lain-lainnya. Bendahara bertugas dan bertanggung jawab menangani semua kegiatan administrasi keuangan kelompok.



*Gambar 5. Struktur Kepengurusan Kelompok Usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri (Tahun 2020-2021)*

Dengan adanya struktur kelompok diharapkan masing-masing pengurus kelompok dapat melaksanakan tugas dan fungsi sesuai dengan perannya masing-masing. Berdasarkan hasil wawancara, diketahui peran masing-masing struktur kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri seperti berikut:

a). **Ketua** bertugas untuk mengkoordinasikan dan bertanggung jawab terhadap semua kegiatan kelompok. Dalam menjalankan tugasnya ketua Kelompok Usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri sudah menjalankan tugasnya dengan baik dan bertanggung jawab dengan tugas yang ada, seperti mengajak semua anggota dalam pertemuan kelompok, mengajak anggota dalam melakukan kegiatan produksi, melakukan pembagian kerja dalam kegiatan produksi, menyampaikan informasi pesanan kepada anggota, serta mengurus keperluan kelompok seperti mengurus lisensi halal produk.

b). **Sekretaris** bertugas dan bertanggung jawab terhadap pelaksanaan administrasi non keuangan, seperti mencatat kehadiran anggota, mencatat hasil rapat, membuat surat-menyurat dan pengarsipannya, membuat laporan-laporan (laporan bulanan/ tahunan) dan lain-lainnya. Dalam menjalankan tugasnya sekretaris Kelompok Usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri tidak menjalankan tugasnya dengan baik, karena tidak ada pencatatan kehadiran kelompok, pencatatan hasil rapat dan pengarsipan dokumen-dokumen yang berkaitan dengan kelompok.

c). **Bendahara** memiliki tugas dan tanggung jawab untuk menangani semua kegiatan administrasi keuangan kelompok. Dalam menjalankan tugasnya bendahara Kelompok Usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri tidak melakukan tugasnya dengan baik, karena dalam pencatatan keuangan kelompok dilakukan oleh ketua kelompok seperti pencatatan uang kas, catatan biaya produksi, uang

hasil penjualan, keuntungan, dan biaya-biaya lainnya. Bendahara kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri ini juga mengundurkan diri sebelum habisnya program.

d). **Anggota** memiliki hak dan kewajiban dalam kelompok. Anggota kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri mempunyai hak untuk menyampaikan pendapat kepada pengurus baik dalam rapat maupun diluar forum rapat dan memperoleh manfaat baik berupa keuntungan material yang diperoleh dari kelompok tersebut. Anggota kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri juga mempunyai kewajiban untuk mematuhi aturan-aturan ataupun kesepakatan yang telah disepakati dalam kelompok, hadir dan mematuhi keputusan-keputusan dalam rapat, dan hadir dalam setiap pertemuan dan kegiatan yang dilakukan kelompok.

#### 4. Kegiatan Kelompok Usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri

Berdasarkan hasil penelitian terdapat beberapa kegiatan Kelompok Usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri yang dilakukan selama program berlangsung yaitu periode 2020 hingga 2021. Kegiatan berasal dari program BAZNAS dan instansi-instansi lain yang terkait. Beberapa kegiatan Kelompok Usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri yang dilakukan adalah sebagai berikut Tabel 9:

Tabel 9. Kegiatan yang dilakukan di Kelompok Usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri (Tahun 2020-2021)

No	Kegiatan	Keterangan
1.	Kegiatan pengesahan kelompok	Kelompok yang sudah dibentuk, kemudian disahkan secara resmi didepan Wali Nagari dan juga sudah ada surat keterangan (SK) dari Wali Nagari Balai Baiak
2.	Kegiatan Kerjasama Multipihak (Pemberdayaan dari BAZNAS Indonesia yang bermitra dengan BAZNAS Kab.Padang Pariaman)	Kelompok Usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri mendapatkan bantuan dari BAZNAS Indonesia yang bermitra dengan BAZNAS Kab.Padang Pariaman melalui program <i>Zakat Community Development (ZCD)</i> . Dukungan dari BAZNAS ini diberi sejumlah Rp.30.000.000,- yang dicairkan berupa alat dan bahan untuk pembuatan nata de coco, seperti ruangan penyimpanan nata, alat press, alat pemotong nata, kulkas, nampan, botol, serta alat dan bahan baku lainnya.



3. Kegiatan pemberdayaan anggota kelompok  
Setelah semua alat dan bahan untuk produksi nata tersedia, kemudian dilakukan kegiatan pemberdayaan anggota kelompok. Kegiatan pemberdayaan yang dilakukan terdiri dari pengenalan, cara dan praktek pembuatan produk nata de coco.
  4. Kegiatan penyediaan input produksi  
Air kelapa dibeli ke pedagang santas, yang dipesan oleh salah satu anggota dari kelompok kemudian diolah bersama-sama
  5. Kegiatan produksi nata de coco  
Kegiatan produksi nata de coco ini dilakukan secara bersama-sama di rumah ketua kelompok (rumah produksi). Pada kegiatan produksi ini dilakukan pembagian kerja seperti, 5 orang yang bekerja untuk pembersihan peralatan dan mensterilkan tempat penyimpanan, 5 orang bekerja dalam pembuatan bibit nata de coco, dan 5 orang lagi bekerja dalam pembuatan nata de coco.
  6. Kegiatan pengolahan nata de coco  
Pada kegiatan pengolahan hasil nata de coco ini juga dilakukan bersama-sama, namun juga ada pembagian kerja masing- masing anggota kelompok. Hasil dari nata de coco ini di olah menjadi 1 produk dalam 2 kemasan, yaitu nata de coco kemasan 500 gram dan nata de coco kemasan gelas.
  7. Kegiatan pemasaran  
Kegiatan ini dilakukan secara *offline* dan *online*. Secara *offline* dilakukan dengan cara menawarkan pada warung-warung sekitar, grosir terdekat dan juga mengikuti acara-acara atau event yang ada. Secara *online* pemasaran dilakukan melalui whatsapp (WA).
  8. Kegiatan rutin kelompok  
Kegiatan rutin yang dilakukan oleh kelompok yaitu arisan mingguan. Kegiatan ini dilakukan dirumah ketua kelompok (rumah produksi).
  9. Kegiatan monitoring  
Kegiatan monitoring ini biasanya dilakukan dirumah ketua kelompok. Kegiatan monitoring ini diadakan oleh Koordinator lapangan selaku *person in charge* untuk melihat kemajuan kinerja Kelompok Usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri.
  10. Kegiatan evaluasi  
Kegiatan evaluasi program dilaksanakan sebagai tolak ukur kinerja program baik dari aspek pengelolaan, pelaksanaan, dan dampak pelaksanaan program terhadap Kelompok Usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri.
-



## 5. Bantuan yang Terima Kelompok Usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri

Kelompok Usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri menerima bantuan berupa alat dan bahan untuk menunjang berlangsungnya kegiatan produksi yang dilakukan oleh kelompok tersebut. Ketersediaan alat dan bahan yang memadai sangat menunjang keberhasilan kelompok dalam memproduksi produk nata de coco. Bantuan yang diterima oleh kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri didapatkan dari BAZNAS. Adapun bantuan yang diterima oleh Kelompok Usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri ini adalah sebagai berikut (Tabel 10):

Tabel 10. Bantuan yang Diterima Kelompok Usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri

a. Peralatan produksi					
No	Uraian	Jumlah		Harga/unit (Rp)	Total
		Banyak	Unit		
1.	Nampan	400	Pcs	12.500	5.000.000
2.	Jerigen 30 L	10	Pcs	60.000	600.000
3.	Corong besar	6	Pcs	15.000	90.000
4.	Saringan santan	2	Pcs	5.000	10.000
5.	Gayung	2	Pcs	10.000	20.000
6.	Dandang 60 cm, t=70 cm	1	Pcs	1.100.000	1.100.000
7.	Dandang kecil	1	Pcs	600.000	600.000
8.	Komprom bertekanan+regulator	1	Paket	680.000	680.000
9.	Tabung gas 3kg	1	Tabung	250.000	250.000
10.	Gayung tangkai	2	Pcs	15.000	30.000
11.	Botol sirup	150	Botol	2.000	300.000
12.	Baskom besar	2	Pcs	90.000	180.000
13.	Drum plastik/ tong	1	Pcs	375.000	375.000
14.	Sikat/ brush botol	1	Lusin	105.000	105.000
15.	Timbangan	1	Lusin	650.000	650.000
16.	Blender	1	Unit	700.000	700.000
17.	Corong kecil	2	Pcs	6.000	12.000
18.	Karet	10	Roll	120.000	1.200.000
19.	Alat press	1	Unit	280.000	280.000
20.	Mesin potong nata	1	Unit	8.200.000	8.200.000
21.	Mesin cup sealer	1	Unit	670.000	670.000
22.	Freezer	1	Unit	3.100.000	3.100.000
23.	Triplek	5	Lembar	65.000	325.000
24.	Paku	1	Kg	30.000	30.000
25.	Kayu 6x10	4	Batang	87.000	348.000
26.	Engsel	3	Buah	15.000	45.000
27.	Gagang pintu	1	Buah	10.000	10.000

28.	Papan nama	1	Paket	250.000	250.000
29.	Seragam kelompok	15	Pcs	100.000	1.500.000
Total peralatan produksi					26.660.000
<b>b. Modal Usaha</b>					
1.	Gula pasir	1	Karung	660.000	660.000
2.	Asam asetat	1	Jirigen	480.000	480.000
3.	Toge/ kacang hijau	1	Paket	30.000	30.000
4.	Bibit nata	15	Botol	90.000	1.350.000
5.	Koran bekas	10	Kg	4.000	40.000
6.	Masker	3	Box	20.000	60.000
7.	Karet	2	Kg	30.000	60.000
8.	Alkohol 70%	10	Liter	40.000	400.000
9.	Karung	15	Lembar	4.000	60.000
10.	Gunting	2	Pcs	5.000	10.000
11.	Atk	15	Pcs	3.330	50.000
12.	Cup plastic	1000	Pcs	140.000	140.000
Total modal usaha					3.340.000

Berdasarkan Tabel 10, diketahui bahwa Kelompok Usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri memiliki beberapa macam peralatan untuk kegiatan produksi produk nata de coco. Peralatan ini diberikan oleh BAZNAS untuk menunjang kegiatan kelompok usaha ini pada tahun 2020 dan masih digunakan hingga saat ini. Semua fasilitas ini diletakan di satu tempat yaitu di rumah ketua kelompok (rumah produksi). Setiap kegiatan dilakukan di rumah ketua kelompok mulai dari kegiatan produksi hingga pengemasan produk nata de coco.

Kelompok Usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri ini memiliki 1 ruangan berukuran 2x3 meter yang digunakan untuk penyimpanan bibit nata de coco dan sebagai tempat fermentasi nata de coco. Kelompok usaha ini memiliki 150 pcs botol sirup yang digunakan untuk pembibitan nata de coco, 400 pcs nampan untuk fermentasi nata de coco, 10 pcs dirigen berukuran 30 L sebagai tempat air kelapa tua yang dibeli dari pedagang santan. Kelompok ini juga memiliki 2 pcs dandang yaitu 1 dandang besar dan 1 dandang kecil yang digunakan untuk merebus air kelapa untuk pembuatan bibit nata dan perebusan nata yang sudah jadi.

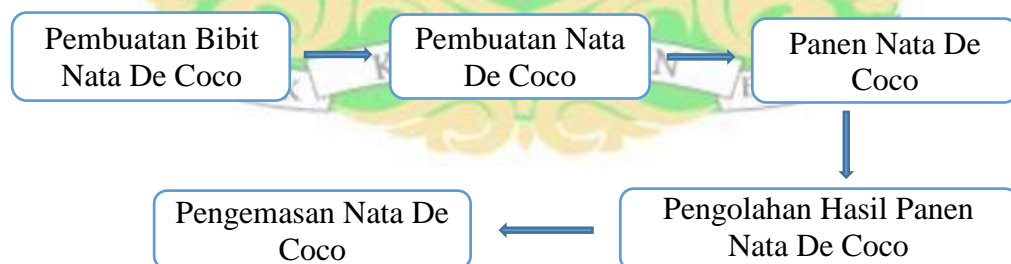
Kelompok Usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri ini juga memiliki 1 mesin cutting nata untuk pemotongan nata berbentuk dadu. Untuk pengemasan nata de coco kelompok ini juga memiliki fasilitas seperti alat press dan mesin cup sealer yang masing-masing 1 pcs yang digunakan sebagai perekat kemasan plastik

dan untuk tutup kemasan gelas. Kelompok juga memiliki 1 pcs freezer untuk nata de dodo yang sudah dikemas. Selain itu juga ada 2 pcs saringan santan untuk menyaring air kelapa agar bersih, 4 pcs gayung dan gayung tangkai untuk memasukan bibit nata ke dalam botol dan nata de dalam nampan. Selanjutnya 1 paket kompor dan regulator serta 1 tabung gas 3 kg yang digunakan untuk memasak nata de coco. Baskom besar 2 untuk mencuci nata, 1 pcs drum untuk tempat air kelapa, 8 corong besar dan kecil, 1 lusin timbangan, 1 unit blender, 1 lusin brush/ sikat botol, dan 10 roll karet. Selain itu juga ada papan nama dan seragam kelompok. Semua fasilitas ini digunakan secara bersama-sama dalam proses produksi nata de coco oleh Kelompok Usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri.

Selain itu, pada Tabel 10 Kelompok Usaha Nata De Coco juga diberikan modal usaha berupa bahan-bahan untuk memproduksi nata de coco. Bahan-bahan tersebut berupa gula pasir, asam asetat, toge/ kacang hijau, bibit nata, koran bekas, masker, karet, alkohol 70%, karung, gunting, atk, dan cup plastik.

#### **D. Alur Pembuatan Nata De Coco dalam Kelompok Usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri**

Proses pembuatan nata de coco dalam kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri di Nagari Balai Baiak terdiri dari pembuatan bibit nata de coco, pembuatan nata de coco, panen nata de coco, pengolahan hasil panen nata de coco dan pengemasan.



*Gambar 6. Alur Pembuatan Produk Nata De Coco*

Pada proses pertama yaitu pembuatan bibit nata de coco. Pembuatan bibit nata de coco dilakukan dengan cara penyaringan air kelapa, dengan tujuan agar air kelapa bersih dari kotoran seperti sisa sabut dan tempurung kelapa. Selanjutnya air kelapa yang sudah bersih kemudian dimasak hingga mendidih, kemudian

tambahkan gula dan ekstrak toge/ za sambil di aduk. Selanjutnya kecilkan api kompor dan tambahkan asam cuka. Kemudian tuangkan kedalam botol yang sudah disiapkan dan tutup botol dengan koran kemudian ikat dengan karet gelang. Dinginkan selama 5 jam, buka tutup botol kemudian tambahkan bibit nata dan tutup kembali. Simpan selama 5-7 hari diruangan penyimpanan yang sejuk dan tidak terkena paparan sinar matahari. Tunggu bibit nata tumbuh dengan ketebalan 1 cm dan permukaannya licin.

Proses selanjutnya yaitu pembuatan nata de coco. Pada pembuatan nata de coco ini, air kelapa kemudian direbus hingga mendidih. Selanjutnya ditambahkan gula dan ekstrak toge dan diaduk hingga larut. Selanjutnya kecilkan api kompor dan tambahkan asam cuka. Kemudian tuangkan kedalam nampan, tutup nampan dengan koran dan ikat dengan karet. Kemudian dinginkan selama 5 jam, buka bagian sudut nampan tambahkan bibit nata dan tutup kembali nampan tersebut. Simpan selama 5-6 hari di dalam ruangan penyimpanan. Tunggu hingga nata tumbuh dengan ketebalan 1 cm dengan permukaan yang licin, ini tandanya nata berhasil.

Proses selanjutnya adalah panen nata de coco. Nata yang sudah disimpan selama 5 hingga 6 hari, buka penutup koran dan balikkan posisi nata. Selanjutnya buka kulit ari nata pada bagian belakang dengan pisau dan potong nata berukuran dadu. Kemudian cuci nata dengan air bersih, masukan potongan nata ke dalam karung dan masukkan ke dalam alat press kemudian tekan sampai tidak ada air yang keluar.

Selanjutnya adalah pengolahan hasil panen nata de coco. Pengolahan hasil ini dilakukan dengan merendam nata dengan air bersih, sampai keadaannya utuh dan mengembang. Selanjutnya rebus nata dan tiriskan. Kemudian rebus kembali dengan air gula dan ditiriskan lagi, dilakukan 2 kali. Kemudian nata dapat diolah dengan menambah perasa makanan dan dapat dikemas.

Proses yang terakhir adalah pengemasan nata. Nata yang sudah diolah dan diberi perasa makanan, dapat dikemas menggunakan kemasan plastik dan kemasan gelas. Kemasan plastik yang digunakan adalah kemasan plastik 500 gr kemudian press plastik menggunakan alat press. Jika menggunakan kemasan gelas/ cup 220 ml, gelas dapat ditutup menggunakan mesin cup sealer.



## E. Penerapan Elemen-Elemen Kewirausahaan Sosial pada Kelompok Usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri

Kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri merupakan salah satu kelompok usaha yang ada di Nagari Balai Baiak III Koto, Kecamatan IV Koto Aur Malintang Kabupaten Padang Pariaman. Kelompok usaha ini merupakan salah satu kelompok yang memanfaatkan potensi lokal untuk usahanya yaitu memanfaatkan air kelapa sebagai bahan baku utama dari produk yang diproduksinya. Elemen-elemen kewirausahaan sosial yang diterapkan oleh kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri terdiri dari: nilai sosial, masyarakat sipil, inovasi, dan aktivitas sosial.

### 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). Sejalan dengan pengertian tersebut, dalam penelitian ini pada kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri, dalam konteks usaha sosial dapat dilihat dari visi dan misi yang dimiliki kelompok. Konteks usaha sosial pada kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri menekankan untuk memaksimalkan pengolahan hasil produksi alam dalam rangka peningkatan ekonomi masyarakat. Adapun produksi alam yang dimaksud adalah kelapa yang merupakan produksi paling banyak di Kabupaten Padang Pariaman. Adapun nilai sosial pada kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri adalah sebagai berikut:

#### a. Manfaat lingkungan

Dalam kewirausahaan sosial manfaat lingkungan sangat penting untuk diperhatikan. Pada kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri memanfaatkan limbah air kelapa sebagai bahan utama untuk memproduksi nata de coco. Limbah air kelapa ini didapatkan dari pedagang santan yang berada disekitar Nagari Balai Baiak III Koto. Seperti yang dikatakan oleh Sofia dalam jurnalnya (2015: 16), pelaku kewirausahaan sosial di Indonesia seperti Fajri Mulya Iresha yang mendirikan Zero Waste Indonesia saatnya Indonesia bebas

sampah, dimana Zero Waste Indonesia mengelola sampah agar bernilai ekonomis dengan mengedukasi masyarakat untuk mengumpulkan sampah organik dan sampah non organik dan membina Bank Sampah di sekitar wilayah Depok. Dengan adanya kegiatan ini dapat mengurangi dampak kerusakan lingkungan akibat sampah plastik terutama untuk wilayah Depok.

*“Bahan baku utama untuk membuat nata de coco adalah air kelapa, biasanya kami beli dari pedagang santan yang ada di dekat-dekat sini, kami beli ketika ada yang pesan nata. Dulu air kelapa hanya dibuang saja oleh pedagang santan, karena tidak ada yang mengolah. Sekarang semenjak ada usaha ini kami memanfaatkan air kelapa untuk membuat nata de coco, dengan memanfaatkan air kelapa untuk membuat nata de coco dapat menjadi penambah penghasilan untuk pedagang santan” (wawancara 1/14/7/2022).*

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa untuk membuat nata de coco ini bahan baku utama yang digunakan yaitu dengan memanfaatkan limbah air kelapa yang dibeli dari pedagang kelapa di sekitar Nagari Balai Baiak III Koto. Limbah air kelapa ini dibeli dengan harga Rp.5.000,- per dirigennya. Sebelumnya limbah air kelapa ini hanya dibuang dan belum dimanfaatkan sama sekali. Selama adanya kelompok usaha ini limbah air kelapa yang biasanya dibuang sekarang sudah dimanfaatkan untuk pembuatan nata de coco. Sehingga dapat mengurangi pencemaran lingkungan karena air kelapa yang bersifat asam dapat merusak ekosistem yang ada di tanah. Selain itu pendapatan pedagang santan juga bertambah dari penghasilan penjualan santan.

Dalam proses produksi, kebersihan ruang penyimpanan dan peralatan yang digunakan sangat mempengaruhi keberhasilan dalam memproduksi nata de coco. Ruangan penyimpanan harus disterilkan menggunakan alkohol untuk menghilangkan bakteri yang dapat menghambat pertumbuhan nata de coco. Dan peralatan yang digunakan harus bersih dari kotoran dan air, selain itu air kelapa yang digunakan juga harus bersih dari kotoran.

*“Untuk proses produksi lingkungan sekitar kami bersihkan terlebih dahulu selain itu kami juga harus dalam keadaan bersih, terutama ruang*

*penyimpanan harus disterilkan dengan alkohol untuk menghilangkan bakteri yang dapat menghambat pertumbuhan bakteri nata de coco, selain itu peralatan yang digunakan juga harus bersih dan kering dari air karena kebersihan ruang penyimpanan dan peralatan yang digunakan sangat mempengaruhi keberhasilan pertumbuhan nata de coco. Selain itu, untuk air kelapa yang akan digunakan disaring dulu untuk memisahkan kotoran yang ada misalnya sisa-sisa sabut-sabut kelapa” (wawancara N/I/27/7/2022).*

Berdasarkan hasil penelitian, pada proses produksi lingkungan dan peralatan yang digunakan sangat mempengaruhi keberhasilan dalam memproduksi nata de coco. Terutama kebersihan ruang penyimpanan harus disterilkan terlebih dahulu, untuk membunuh bakteri penghambat pertumbuhan nata de coco selama proses fermentasi. Selain kebersihan lingkungan, kebersihan tenaga kerja juga berpengaruh terhadap keberhasilan nata de coco ini. Yang paling penting adalah kebersihan air kelapa yang digunakan, air kelapa yang digunakan harus bersih dari kotoran misalnya serpihan sabut-sabut kelapa, selain itu air kelapa yang digunakan juga tidak boleh bercampur dengan air lainnya karena akan mempengaruhi pertumbuhan nata de coco.

Setelah memproduksi nata de coco tentunya ada limbah dari hasil pembuatan nata de coco tersebut. Limbah yang dihasilkan dapat berupa limbah padat dan limbah cair. Limbah padat sudah mulai sedikit dimanfaatkan dengan membuat makanan dan dibagi-bagi ke anggota kelompok. Namun limbah cair belum dimanfaatkan, karena belum ada pengetahuan dan keterampilan kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri mengenai hal tersebut.

*“Sisa-sisa potongan nata yang masih layak makan kami manfaatkan untuk pembuatan jelly dan jelly ini kami makan bersama-sama dan kami bagi ke orang sekitar sini, atau kadang-kadang sisa potongan nata ini kami bagi-bagi ke anggota kelompok dan diolah di rumah masing-masing. Namun untuk limbah seperti kulit ari nata de coco kami kasih ke ayam, kadang-kadang kami buang” (wawancara I/14/7/2022 dan M/D/20/7/2022).*



Berdasarkan hasil penelitian, kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri belum memanfaatkan limbah hasil pembuatan nata de coco secara maksimal. Limbah dari pembuatan nata de coco ini terdiri dari limbah padat seperti lapisan kulit nata (kulit ari), nata yang berjamur (reject) dan produk sekunder seperti sisa-sisa potongan nata yang kecil-kecil. Sedangkan limbah cair terdiri dari kotoran penyaringan air kelapa, limbah cair fermentasi nata yang gagal, limbah cair dari perendaman dan pencucian nata de coco.

Sementara dalam hasil penelitian Ariyanti, Purwanto, dan Suherman (2014: 48) yang berjudul Analisis Penerapan Produksi Bersih Menuju Industri Nata De Coco Ramah Lingkungan, dimana kotoran hasil penyaringan, pembersihan kulit nata dan nata reject dapat dimanfaatkan untuk pembuatan pupuk. Sedangkan untuk mengurangi limbah cair nata de coco ini dilakukan dengan penyaringan dan pemakaian ulang (*reuse*) air perendaman dan pembilasan, dan air bekas pencucian botol dan nampan. Dan untuk produk sekunder seperti sisa potongan nata dapat dimanfaatkan untuk pembuatan minuman jelly ataupun dijual ke pedagang minuman.

Namun kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri ini hanya memanfaatkan limbah padat dan produk sekunder dari nata de coco saja. Limbah padat ini dimanfaatkan untuk pakan ternak ayam dan sedangkan produk sekunder nata dimanfaatkan untuk pembuatan jelly untuk dikonsumsi oleh anggota kelompok dan ada juga yang dibagi-bagi ke orang-orang disekitar lokasi produksi nata ini. Ada juga limbah padat yang tidak di manfaatkan oleh kelompok seperti koran bekas penutup nata, padahal koran ini dapat dijual. Selain itu, limbah cair belum juga dimanfaatkan oleh kelompok usaha ini, karena masih keterbatasan biaya dan pengetahuan mengenai pemanfaatan limbah cair ini. Limbah cair ini juga dapat menyebabkan kerusakan lingkungan, karena keasaman limbah cair ini.

Untuk pengemasannya kelompok usaha ini masih menggunakan kemasan plastik dan gelas (cup). Karena kelompok usaha ini belum mengetahui dan juga tidak memiliki pengetahuan mengenai kemasan yang ramah lingkungan untuk pengemasan nata de coco ini. Selain itu jika menggunakan kemasan yang ramah lingkungan akan mempengaruhi harga jual dari produk nata de coco itu sendiri, seperti harga dari produk ini akan meningkat karena adanya penambahan biaya



dalam penggunaan kemasan yang ramah lingkungan. Untuk kemasan yang digunakan saat ini sudah memiliki informasi untuk membuang sampah pada tempatnya, ini juga sangat membantu dalam memberikan informasi kepada pelanggan untuk tidak membuang sampah sembarangan.

b. Manfaat sosial (bidang pendidikan)

Dalam kewirausahaan sosial terdapat berbagai ilmu pengetahuan dalam pengembangan dan prakteknya di lapangan. Untuk itu dalam kegiatan kewirausahaan sosial ini memiliki manfaat pendidikan bagi pelaku usaha, karena dapat menambah pengetahuan dan juga keterampilan para pelaku kewirausahaan sosial. Dalam kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri, anggota kelompok usaha mendapatkan pengetahuan dan keterampilan dari kegiatan yang dilakukan oleh BAZNAS dan juga dari kegiatan-kegiatan atau event yang diikuti oleh kelompok.

*“Selama bergabung dengan kelompok dan mengikuti berbagai kegiatan yang dilakukan kami jadi mengetahui dan bisa memanfaatkan air kelapa menjadi nata de coco. Sebelumnya kami tidak mengetahui tentang nata de coco ini dan cara pembuatannya, sekarang kami sudah tau. Awalnya kami gagal, tetapi kami terus mempelajari dan mengulangnya hingga berhasil”*  
(wawancara D/M/20/7/2022)

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa kegiatan ini memiliki manfaat pendidikan bagi anggota kelompok usaha. Dengan mengikuti kegiatan yang dilakukan oleh BAZNAS dapat menambah pengetahuan mereka tentang cara pemanfaatan air kelapa menjadi produk yang bernilai ekonomi. Kegiatan yang dilakukan yaitu pelatihan tentang cara memproduksi nata de coco, yang dimulai dari pembuatan bibit nata hingga proses pengemasan nata. Dengan adanya pelatihan ini sangat menambah pengetahuan anggota mengenai produksi nata de coco ini, selain itu keterampilan mereka juga bertambah dalam memproduksi nata de coco. Pada produksi pertama kelompok usaha ini mengalami kegagalan, namun karena mereka pantang menyerah dan terus mempelajari dan mengulangnya hingga berhasil.

c. Manfaat ekonomi

Selain manfaat lingkungan dan manfaat pendidikan, kewirausahaan sosial juga memiliki manfaat ekonomi bagi pelaku usaha. Dalam kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri, namun dalam manfaat ekonomi ini tidak begitu terasa bagi anggota kelompok karena pendapatan yang diterima anggota hanya sedikit.

*“Anggota kelompok ini berasal dari ibu-ibu rumah tangga. dalam melakukan kegiatan produksi, anggota mendapatkan sedikit pendapatan tambahan dari penjualan nata de coco. Walaupun tidak banyak karena kerjanya juga tidak setiap hari” (wawancara 1/14/7/2022).*

Berdasarkan hasil penelitian, bahwa kegiatan yang dilakukan oleh kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera mandiri ini dilakukan oleh ibu-ibu rumah tangga petani. Usaha kelompok ini, belum dapat dikatakan menjadi lapangan pekerjaan bagi anggota kelompok karena untuk kegiatan produksi yang dilakukan hanya sekali dalam satu bulan bahkan sampai dua bulan sekali. Jadi pendapatan yang diterima oleh anggota hanya sedikit, sehingga usaha ini hanya dijadikan sebagai kerja sampingan bagi anggota kelompok. Hal ini disebabkan karena kegiatan produksi tidak dilakukan setiap hari, karena kelompok masih terkendala pada pemasaran produk.

Secara ringkas, nilai sosial yang ada pada kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri dapat dilihat pada Tabel 11:

Tabel 11. Nilai Sosial pada Kelompok Usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri

No	Nilai sosial	Keterangan
1.	Manfaat lingkungan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Input produksi memanfaatkan limbah yang ada (limbah air kelapa)</li> <li>2. Pemeliharaan kebersihan tempat produksi dan peralatan yang digunakan</li> <li>3. Pengolahan limbah padat hasil produksi, limbah cair belum diolah karena belum memiliki pengetahuan dan keterampilan mengenai hal tersebut</li> <li>4. Kemasan yang gunakan masih kemasan plastik, namun pada kemasan sudah terdapat gambar sebagai informasi untuk “membuang sampah pada tempatnya”.</li> </ol>

2. Manfaat sosial	1. Bidang pendidikan: menambah pengetahuan dan keterampilan anggota kelompok.
3. Manfaat ekonomi	1. Belum menjadi lapangan pekerjaan atau hanya sebagai pekerjaan sampingan bagi anggota kelompok 2. Belum menambah penghasilan anggota

## 2. Masyarakat Sipil (*Civil Society*)

Dalam kewirausahaan sosial memerlukan peran dan partisipasi masyarakat sipil (komunitas) untuk mengoptimalkan modal sosial yang ada di tengah-tengah masyarakat (Albinsaid, 2018: 69). Keterlibatan masyarakat sipil ditunjukkan dengan adanya kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri, kelompok ini terdiri dari ibu-ibu rumah tangga petani yang berada di sekitar Nagari Balai Baiak III Koto. Peran masyarakat sipil dalam kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri terlihat melalui adanya jejaring antar sesama anggota kelompok yang meliputi menyangkut partisipasi, kepercayaan, dan juga norma sosial yang disepakati bersama.

### a. Partisipasi

Partisipasi merupakan keterlibatan seseorang dalam suatu kelompok yang mendorong untuk memberikan sumbangan baik berupa pemikiran maupun tenaga kerja dalam mencapai suatu tujuan (Manein, Mandei dan Pangemanan, 2016: 158). Adapun bentuk partisipasi dalam kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri adalah kerjasama dan juga gotong royong yang dilakukan dalam kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri.

*“bentuk partisipasi yang ada dalam kelompok ini adalah adanya kerjasama antara anggota dan juga mereka juga saling bergotong royong dalam setiap kegiatan yang dilakukan kelompok” (wawancara D/M/20/7/2022).*

Bentuk kerjasama dilakukan dalam penyediaan input produksi, proses produksi, pengemasan dan juga pemasaran nata de coco. Setiap kegiatan dilakukan bersama-sama, karena usaha ini hanya dilakukan di rumah ketua kelompok (rumah produksi) saja. Bentuk gotong royong yang dilakukan adalah membersihkan tempat produksi nata de coco dan lingkungan sekitar produksi.



Selain itu, setiap anggota dalam kelompok juga saling berbagi informasi dan pengetahuan yang didapatnya.

b. Kepercayaan (*trust*)

Kepercayaan (*trust*) adalah suatu keyakinan dari seseorang terhadap orang lain maupun terhadap sesuatu. Kepercayaan merupakan unsur yang paling penting dalam kelompok. Karena dengan adanya sikap saling percaya maka anggota kelompok dalam kelompok dapat mewujudkan tujuan kelompok dengan lebih baik (Patras dan Hidayat, 2018: 156). Kepercayaan juga mempengaruhi kinerja yang ada dalam kelompok.

*“kami dalam kelompok ini semuanya terbuka. dengan adanya sifat keterbukaan ini menjalin rasa percaya kami dalam kelompok. tidak ada yang kami tutup-tutupi dalam kelompok ini, karena apapun yang kami rasakan dan apapun yang akan kami lakukan dimusyawarahkan terlebih dahulu” (wawancara I/14/7/2022).*

Bentuk kepercayaan dalam kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri adalah kepercayaan sesama anggota dalam kelompok terkait adanya transparansi atau keterbukaan yang berhubungan dengan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk produksi, banyaknya pendapatan kelompok, keuntungan yang didapatkan dari hasil penjualan, serta termasuk informasi mengenai bantuan yang didapatkan kelompok. Karena setiap hal yang akan dilakukan dalam kelompok dibicarakan atau dimusyawarahkan terlebih dahulu. Selain itu, terdapat kepercayaan terhadap informasi yang disampaikan dalam kelompok, jika ada acara-acara atau kegiatan yang diikuti oleh perwakilan kelompok nantinya anggota yang ikut akan membagi informasi atau pengetahuan lainnya kepada sesama anggota kelompok.

c. Norma sosial

Norma sosial merupakan adalah nilai yang bersifat konkret. Norma diciptakan untuk dijadikan pedoman bagi setiap orang dalam berperilaku sesuai dengan aturan atau nilai-nilai yang ada di tengah-tengah masyarakat (Fathy, 2019: 6). Adapun norma sosial yang berlaku dalam kelompok usaha Nata De Coco



Sejahtera Mandiri adalah kesepakatan mengenai kehadiran dan juga kesepakatan mengenai penghasilan yang didapatkan oleh setiap anggota kelompok. Namun, di dalam kelompok ini tidak ada peraturan tertulis yang mengikat setiap anggota, aturan yang ada hanya secara lisan sesuai dengan kesepakatan kelompok.

*“kami tidak mempunyai aturan tertulis, namun kami membuat aturan dalam kelompok berdasarkan kesepakatan bersama untuk setiap kegiatan semua anggota harus hadir dan juga pembagian pendapatan juga disesuaikan dengan kehadiran setiap anggota, jadi setiap anggota tidak mendapatkan penghasilan yang sama karena sesuai dengan berapa banyak kehadiran anggota dalam memproduksi nata de coco. selain itu, jika ada kelebihan setelah pembagian pendapatan kami juga sepakati untuk menjadikan kas kelompok yang nantinya digunakan untuk keperluan kelompok” (wawancara N/I/27/7/2022).*

Berdasarkan hasil penelitian, kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri ini tidak mempunyai aturan tertulis yang mengikat semua anggota. Namun kelompok usaha ini hanya memiliki aturan secara lisan yang disepakati bersama. Aturan yang disepakati bersama adalah mengenai kehadiran, pendapatan anggota, serta keuangan/ kas kelompok. Dimana setiap anggota harus hadir dalam setiap kegiatan yang dilakukan oleh kelompok, terutama pada kegiatan produksi karena penghasilan yang didapatkan setiap anggota tergantung banyaknya kehadiran anggota tersebut. Semakin rajin hadir, maka semakin besar penghasilan yang didapatkan oleh anggota, dan begitu juga sebaliknya. Dengan demikian penghasilan yang didapat setiap anggota itu tidak akan sama, tergantung dari jumlah kehadiran anggota tersebut. Selain itu, setelah pembagian pendapatan/upah terhadap anggota jika ada kelebihan dari pendapatan tersebut dijadikan uang kas kelompok. Uang kas ini digunakan untuk kebutuhan kelompok nantinya.

Secara ringkas, masyarakat sipil/ komunitas pada kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri dapat dilihat pada Tabel 12:

Tabel 12. Masyarakat Sipil/ Komunitas pada Kelompok Usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri

No	Masyarakat Sipil/ Komunitas	Keterangan
1.	Partisipasi	Bentuk partisipasi yang ada adalah kerjasama yang dilakukan dalam setiap kegiatan yang akan dilakukan kelompok.
2.	Kepercayaan	Adanya keterbukaan dan kepercayaan antar sesama anggota kelompok, dan adanya kepercayaan/ kebenaran terhadap informasi yang disampaikan.
3.	Norma sosial	Tidak ada aturan tertulis yang mengikat. Yang ada hanya aturan secara lisan yang disepakati bersama yaitu mengenai kehadiran, pendapatan anggota, dan masalah keuangan/ 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 (Tennippi, 2019: 28). Inovasi yang ada dalam kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri adalah inovasi produk dan inovasi jasa. Inovasi produk merupakan produk yang sifatnya nyata, dapat dilihat dan disentuh. Sedangkan inovasi jasa merupakan sebuah pelayanan yang ditujukan kepada pelanggan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan.

#### a. Inovasi produk

Inovasi yang dilakukan oleh kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri adalah inovasi pengembangan produk dari air kelapa. Inovasi produk yang dihasilkan oleh kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri adalah inovasi produk dalam bentuk dua kemasan dan juga dua rasa.

*“kami membuat inovasi untuk pengembangan produk air kelapa, inovasi yang kami buat yaitu produk nata de coco. produk nata ini dibuat dalam dua bentuk kemasan untuk dipasarkan yaitu kemasan yang berukuran 500 gr dan juga kemasan gelas/ cup ukuran 220 ml. selain itu, kami juga membuat produk nata ini dalam dua varian rasa yaitu rasa leci dan rasa pandan. produk nata de coco ini memiliki banyak manfaat bagi kesehatan” (wawancara I/14/7/2022)*

Kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri membuat inovasi produk nata de coco dalam bentuk dua kemasan yaitu kemasan plastik 500 gram dan kemasan gelas/cup 220 ml, yang juga terdiri dari dua varian rasa yaitu rasa leci dan rasa pandan. Selain itu nata de coco ini juga memiliki manfaat bagi kesehatan karena kandungan nutrisi didalamnya, nata de coco dapat meningkatkan kekebalan tubuh karena memiliki kandungan vitamin B dan C, serta juga dapat memenuhi kebutuhan air dalam tubuh. Beda nata de coco yang di produksi oleh kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri dengan nata de coco lain adalah bahan pembuatannya lebih terjamin karena memanfaatkan potensi yang ada di wilayah tersebut.

b. Inovasi jasa

Inovasi jasa merupakan sebuah pelayanan yang ditujukan kepada pelanggan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan. Adapun inovasi jasa pada kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri adalah pada proses pemasaran.

*“pada proses pemasaran kami melayani pemesanan melalui pesan WA dan kami siap antar sampai alamat, jadi pelanggan tidak perlu datang kesini untuk mendapatkan produk. dalam kegiatan pemasaran ini kami melakukan kegiatan promosi melalui WA, kami juga melakukan promosi produk pada acara-acara nagari yang ada. selain itu pada proses pemasaran ini kami juga memberikan tawaran harga yang lebih murah dibandingkan dengan produk lain” (wawancara D/M/20/7/2022).*

Inovasi jasa yang dilakukan oleh kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri adalah inovasi pada proses pemasaran. Dimana inovasi pada proses pemasaran yang dilakukan oleh kelompok ini adalah dengan memberikan pelayanan pemesanan bagi pelanggan melalui pesan WA dan juga dapat diantar ke alamat pelanggan. Selanjutnya kelompok juga melakukan inovasi pada kegiatan promosi dengan memanfaatkan WA dan juga acara-acara/ kegiatan yang diadakan di nagari maupun di kabupaten, selain itu promosi juga dilakukan ke warung-warung dan grosiran di sekitar Nagari Balai Baiak. Dan kelompok ini juga memberikan penawaran harga yang lebih murah dibandingkan dengan produk lain untuk menarik pelanggan.



Secara ringkas, inovasi pada kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri dapat dilihat pada Tabel 13:

Tabel 13. Inovasi pada Kelompok Usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri

No	Inovasi	Keterangan
1.	Inovasi produk	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Produk dibuat dalam bentuk dua kemasan, yaitu kemasan plastik ukuran 500 gr dan kemasan cup/gelas ukuran 220 ml.</li> <li>2. Produk dibuat dalam dua rasa, yaitu rasa leci dan rasa pandan</li> <li>3. Produk yang dibuat memiliki manfaat bagi kesehatan</li> <li>4. Produk yang dibuat merupakan inovasi dari pemanfaatan produk kelapa lokal.</li> </ol>
2.	Inovasi jasa	<p>Proses pemasaran:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memberikan pelayanan pemesanan kepada pelanggan, pemesanan melalui WA</li> <li>2. Promosi dilakukan melalui WA dan kegiatan yang diadakan di nagari</li> <li>3. Penawaran harga yang lebih murah dibandingkan produk lain.</li> </ol>

#### 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). Tujuan dari aktivitas ekonomi adalah untuk menunjang aktivitas sosial maupun mencapai nilai-nilai sosial yang dituju. Sejalan dengan hal itu bentuk aktivitas ekonomi yang dilakukan oleh kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri adalah sebagai berikut:

##### a. Kegiatan yang menghasilkan nilai ekonomi

Aktivitas ekonomi yang dilakukan dalam kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri adalah penawaran produk dan jasa. Adapun produk yang ditawarkan kelompok usaha ini adalah produk nata de coco dan juga bibit nata.

*“kami menjual nata de coco dalam bentuk dua kemasan yaitu kemasan plastik yang berukuran setengah kg dan juga kemasan gelas yang ukuran 220 ml, setiap kemasan ini kami jual dengan dua varian rasa yaitu rasa*



*leci dan juga rasa pandan. kami juga menjual bibit nata dan juga nata de coco yang baru dipanen dan belum diolah (wawancara I/14/7/2022).*

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri ini melakukan penawaran produk nata de coco. Produk yang ditawarkan berupa produk nata de coco siap saji dengan kemasan plastik 500 gram dan juga kemasan gelas berukuran 220 ml, produk ini dibuat dalam dua varian rasa yaitu rasa leci dan juga pandan. Selain produk nata siap saji, kelompok usaha ini juga menjual bibit nata de coco dan juga nata yang belum diolah.

*“promosi kami lakukan ke masyarakat sekitar sini melalui acara yang ada di nagari, misalnya acara baralek/ pesta, acara rapat-rapat yang ada di nagari dan acara lainnya seperti acara maulid nabi, tahun baru islam, acara 17 agus dan lainnya. kami juga mempromosikan nata de coco ini ke warung-warung yang ada disekitar sini serta grosiran juga. dulu ada kegiatan/ acara di kantor bupati Kab. Padang Pariaman kami juga melakukan promosi dengan membuka stand disana. dan promosi juga dilakukan oleh anggota kelompok yang memiliki WA” (wawancara D/M/20/7/2022).*

Dalam kegiatan promosi dilakukan secara langsung kepada masyarakat sekitar melalui acara yang ada di nagari, dan promosi juga melalui WA (WhatsApp) masing-masing anggota bagi yang memilikinya. Nata de coco ini dipromosikan ke masyarakat sekitar melalui acara yang ada di nagari, seperti acara pesta dan acara lain yang ada di nagari, selain itu promosi juga dilakukan melalui event yang diadakan di kantor bupati Kab. Padang Pariaman. Kegiatan promosi juga dilakukan ke warung-warung dan juga grosir yang ada di sekitar Balai Baiak. Selain itu kegiatan promosi juga dilakukan melalui WA anggota bagi yang memilikinya.

#### b. Tenaga kerja

Tenaga kerja yang digunakan dalam kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri adalah berasal dari anggota kelompok itu sendiri. Dalam memproduksi nata de coco dilakukan di rumah produksi (ketua kelompok).

*“dalam kegiatan produksi nata de coco ini kami kerjakan secara bersama-sama dengan pembagian kerja masing-masing. untuk sekarang kegiatan produksi dilakukan sekali sebulan kadang juga sekali dua bulan, tergantung banyak pesanan.”(wawancara D/M/20/7/2020).*

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa untuk memproduksi nata de coco memanfaatkan tenaga kerja anggota kelompok. Kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri sekarang hanya beranggotakan 4 orang. Jadi kegiatan produksi ini dilakukan oleh anggota yang tersisa. Namun, dalam setiap kegiatan produksi sekarang tidak semua anggota yang hadir dalam kegiatan produksi, kehadiran anggota tergantung dari banyaknya pemesanan nata. Jadi untuk setiap kegiatan produksi anggota yang bekerja selalu bergantian, yang selalu hadir itu hanya ketua kelompok karena kegiatan produksi dilakukan di rumah ketua kelompok.

#### c. Pendapatan

Pendapatan merupakan penghasilan yang didapatkan seseorang setelah bekerja baik dalam penawaran produk maupun jasa yang diterima dalam bentuk tunai maupun non tunai. Pendapatan yang diterima oleh anggota kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri adalah berasal dari penjualan produk nata de coco.

*“pendapatan yang diterima masing-masing anggota itu berbeda, tergantung dari jumlah kehadiran anggota selama proses produksi dan juga tergantung dari hasil penjualan nata de coco. pendapatan kami bagi sekali 1-3 bulan tergantung kesepakatan, dimana masing-masing anggota mendapat uang 10ribu hingga 50ribu, ya tergantung dari kehadiran dari anggota”(wawancara I/N/27/7/2022).*

Berdasarkan hasil penelitian, pendapatan yang didapat oleh masing-masing anggota kelompok tidak sama. Pendapatan yang didapat berbeda-beda, tergantung dari banyaknya jumlah kehadiran anggota pada saat proses produksi dan juga tergantung dari hasil penjualan produk yang ditawarkan. Pendapatan yang didapatkan oleh masing-masing anggota biasanya berkisaran antara

Rp.10.000,- hingga Rp.50.000,-. Pendapatan ini diterima dalam jangka waktu satu bulan hingga tiga bulan produksi atau tergantung kesepakatan anggota kelompok.

Sejalan dengan aktivitas ekonomi yang ada pada kelompok usaha ini, berdasarkan hasil penelitian Afiani (2019: 31) bentuk aktivitas ekonomi yang kebanyakan dilakukan oleh perusahaan sosial berupa penjualan produk atau jasa, dalam penelitiannya aktivitas ekonomi Kampung Wisata Bisnis Tegalwaru adalah dengan menyediakan jasa wisata untuk mengunjungi dan mengikuti pelatihan wirausaha ke beberapa usaha mitranya.

Secara ringkas, aktivitas ekonomi pada kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri dapat dilihat pada Tabel 14:

Tabel 14. Aktivitas Ekonomi pada Kelompok Usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri

No	Aktivitas Ekonomi	Keterangan
1.	Kegiatan yang menghasilkan nilai ekonomi	Penawaran produk dan jasa yang terdiri dari: penawaran produk nata de coco, penawaran bibit nata, dan pemasaran produk
2.	Tenaga kerja	Tenaga kerja yang digunakan adalah tenaga kerja anggota kelompok
3.	Pendapatan	Pendapatan yang diterima oleh masing-masing anggota kelompok tidak sama, tergantung jumlah kehadiran anggota tersebut.

Secara ringkas elemen-elemen kewirausahaan sosial pada kelompok Usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri dapat dilihat pada Tabel 15 berikut:

Tabel 15. Elemen-elemen Kewirausahaan Sosial pada Kelompok Usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri

No	Elemen- Elemen Kewirausahaan Sosial	Indikator	Keterangan
1.	Nilai Sosial ( <i>Social value</i> )	1. Manfaat lingkungan	Memanfaatkan limbah air kelapa, pemeliharaan kebersihan tempat dan peralatan produksi, pengolahan limbah padat hasil produksi nata, dan kemasan produk memiliki informasi “Buang Sampah pada Tempatnya”



	2. Manfaat sosial	Bidang pendidikan: menambah pengetahuan dan keterampilan anggota,
	3. Manfaat ekonomi	Menjadi pekerjaan sampingan bagi anggota dan belum menambah pendapatan anggota kelompok.
2. Masyarakat sipil ( <i>Civil society</i> )	1. Partisipasi	Kerja sama
	2. Kepercayaan	Kepercayaan sesama anggota dalam kelompok, keterbukaan, dan kepercayaan dan kebenaran terhadap informasi yang disampaikan
	3. Norma sosial	Adanya norma sosial yang disepakati seperti kehadiran, pendapatan anggota, dan masalah keuangan/ kas kelompok.
3. Inovasi ( <i>Innovation</i> )	1. Produk	Produk dibuat dalam bentuk dua kemasan yaitu kemasan plastik ukuran 500 gr dan kemasan cup/ gelas ukuran 220 ml, produk dibuat dalam dua rasa yaitu rasa leci dan rasa pandan, produk memiliki manfaat bagi kesehatan dan produk yang dibuat merupakan inovasi dari memanfaatkan produk kelapa lokal.
	2. Jasa (proses pemasaran)	Memberikan pelayanan pemesanan kepada pelanggan, pemesanan melalui WA, promosi dilakukan melalui WA dan kegiatan yang diadakan di nagari, dan penawaran harga yang lebih murah dibandingkan produk lain.
4. Aktivitas ekonomi ( <i>Economic activity</i> )	1. Aktivitas yang menghasilkan nilai ekonomi	Penawaran produk dan jasa yang terdiri dari: penawaran produk nata de coco, penawaran bibit nata, dan pemasaran produk
	2. Tenaga kerja	Tenaga kerja yang digunakan adalah tenaga kerja anggota kelompok.
	3. Pendapatan	Pendapatan yang diterima oleh masing-masing anggota kelompok, berdasarkan jumlah kehadiran anggota tersebut.



## F. Model Bisnis Kanvas Kewirausahaan Sosial Pada Kelompok Usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri

Model bisnis merupakan suatu konsep yang digunakan untuk membantu memahami bagaimana sebuah bisnis dijalankan. 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). Model bisnis kanvas terdiri dari 9 *tools*, namun dalam kewirausahaan sosial model bisnis kanvas memiliki sedikit modifikasi (Albinsaid, 2018:91). Kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri memiliki misi sosial yang tertuang dalam visi dan misi kelompok, dimana misi sosial yang dimiliki adalah memberdayakan masyarakat Nagari Baiak III Koto, Kecamatan IV Koto Aur Malintang Kabupaten Padang Pariaman, untuk memaksimalkan pengolahan hasil produksi alam dalam rangka peningkatan ekonomi masyarakat. Sehingga perlu melihat model bisnis kanvas untuk membantu memahami bagaimana bisnis sosial yang dijalankan tersebut. Berikut merupakan model bisnis kanvas kewirausahaan sosial pada kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri.

### 1. Segmentasi pelanggan

Segmentasi pelanggan (*customer segments*) akan mengarahkan jenis produk atau jasa yang diberikan kepada pelanggan, segmentasi pelanggan harus mampu menjelaskan target sasaran yang ingin dicapai. Pada kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri yang menjadi segmentasi pelanggannya adalah masyarakat sekitar Nagari Balai Baiak dan ada juga di luar daerah seperti Kota Padang, petani, dosen, pedagang, dan anak-anak hingga dewasa.

Sedangkan pada penelitian Sumarni (2020: 325) UMKM Arabar Shop di Kota Bandar Lampung, Provinsi Lampung menawarkan produk keripik pisang organik dengan melayani pelanggan dengan segmentasi pelanggan secara geografis berasal dari Kota Bandar Lampung dan luar Kota Bandar Lampung, konsumen yang menyukai cemilan keripik dan produk untuk oleh-oleh khas

daerah, usia anak-anak hingga dewasa, dan tingkat pendapatan mulai dari kelas menengah keatas.

*“biasanya yang membeli nata de coco itu masyarakat sekitar sini, mula dari pedagang, anak-anak mengaji hingga ibu-ibu yang pulang dari sawah. dulu juga pernah mengirim ke Padang dan kita juga ada reseller di sana. jika dilihat dari umurnya pelanggan nata de coco ini rata-rata berusia antara 5 tahun hingga 60 tahunan” (wawancara D/M/20/7/2022).*

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa segmentasi pelanggan pada kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri adalah mayoritas masyarakat sekitar Balai Baiak, seperti pedagang, petani, anak-anak hingga dewasa. Pedagang biasanya membeli untuk dijual kembali, pedagang ini biasanya menjual di warungnya dan ada juga pedagang pop es yang membeli yang digunakan untuk sebagai topping. Selain itu mulai dari anak-anak hingga dewasa juga mengkonsumsi produk nata de coco ini, biasanya dikonsumsi untuk menghilangkan dahaga atau rasa haus. Petani juga sering mengkonsumsi karena lokasi ini dekat dengan lahan persawahan, jadi banyak petani yang mau pergi dan pulang dari sawah itu singgah untuk membeli.

Selain itu kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri ini juga pernah mengirim ke luar Kota seperti ke Padang, dan juga mempunyai reseller di Padang, namun reseller ini hanya sementara. Namun karena keterbatasan lokasi, transportasi dan juga biaya reseller ini hanya bersifat sementara dan juga karena keterbatasan kemasan kardus yang belum berlabel nama kelompok, juga menjadi penghambat bagi produk ini untuk masuk ke grosir besar. Sekarang kelompok ini hanya menjual ke masyarakat di sekitar Nagari Balai Baiak. Pelanggan kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri ini terdiri dari anak-anak hingga dewasa, dimana umur pelanggan ini berkisaran antara 5 tahun hingga 60 tahun. Produk nata de coco ini dapat dikonsumsi dari semua kalangan, baik dari segi umur, pekerjaan dan juga tempat tinggal.

## 2. Nilai proposisi dan manfaat sosial

Pada elemen ini, seorang wirausaha sosial harus mengidentifikasi kelebihan-kelebihan yang dapat diberikan kepada pelanggan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan serta manfaat dari usaha yang diberikan kepada masyarakat. Pada kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri nilai proposisi yang ditawarkan adalah dari segi produk, produk nata de coco ini bahan baku utamanya berasal dari potensi daerah yaitu kelapa. Dalam pembuatan nata de coco ini digunakan air kelapa yang berasal dari daerah tersebut. Selain itu produk nata de coco ini juga memiliki manfaat bagi kesehatan. Dari segi harga kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri memberikan harga yang lebih murah dan terjangkau.

Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh Sumarni (2020: 325) nilai proposisi yang ditawarkan ke pelanggan dari segi produk dengan mengungkap konsep makanan ringan khas daerah yang berasal dari pisang.

*“kami melakukan inovasi dengan membuat produk nata de coco, produk ini kami buat dalam 2 rasa yaitu rasa leci dan juga rasa pandan. nata de coco ini ada manfaatnya bagi kesehatan” (wawancara N/27/7/2022)*

Berdasarkan hasil penelitian, kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri melakukan inovasi dengan membuat produk nata de coco dengan memanfaatkan potensi lokal daerah tersebut yaitu kelapa. Air kelapa dijadikan bahan baku utama untuk pembuatan produk nata de coco. Produk nata de coco yang di produksi dibuat dalam dua varian rasa yaitu rasa leci dan rasa pandan. Kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri ini juga dibuat dalam dua bentuk kemasan, yaitu kemasan plastik ukuran 500 gram dan juga kemasan cup atau gelas ukuran 220 ml. Nata de coco memiliki banyak manfaat bagi kesehatan karena kandungan nutrisi didalamnya, nata de coco dapat meningkatkan kekebalan tubuh karena memiliki kandungan vitamin B dan C, serta juga dapat memenuhi kebutuhan air dalam tubuh. Selain itu nata de coco ini juga rendah kalori sehingga bisa dikonsumsi oleh pengidap diabetes dan nata de coco juga dapat memperlancar sistem pencernaan karena kandungan serat di dalamnya cukup tinggi.



*“harga nata yang dijual lebih murah dari produk lain, kemasan yang setengah kilo itu kami jual dengan harga 10 ribu per bungkusnya sedangkan produk lain dijual dengan harga 11 ribu sampai 13.500, kalo ngambil 1 dus itu isi 10 kami jual harga 90 ribu kalo produk lain itu dijual 100 ribu. sedangkan untuk kemasan gelas kami jual seribu per cupnya tapi kalo satu dus yang isinya 24 gelas kami jual 19 ribu, sedangkan produk lain itu dijual 20 ribu hingga 22 ribu. kalo harga eceran dirumah beda lagi, kami jual 1.500 satu gelasnya. bedanya produk ini dengan yang lain yaitu dari harga yang kami tawarkan, kualitas produk dan juga rasa” (wawancara I//14/7/2022)*

Berdasarkan hasil penelitian, didapatkan bahwa kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri memberikan harga yang lebih murah dan terjangkau oleh pelanggan. Dimana harga yang ditawarkan adalah sebesar Rp.10.000,- per bungkus untuk kemasan plastik ukuran 500 gram, sedangkan produk lain dijual dengan harga Rp.11.000 hingga Rp.13.500,-. Jika pelanggan membeli per dus, isinya yaitu ada 10 bungkus dimana harga yang ditawarkan adalah Rp.90.000,- per dusnya sedangkan produk lain dijual dengan harga Rp.100.000. Sedangkan untuk kemasan gelas atau cup yang berukuran 220 ml ditawarkan dengan harga Rp.1.000,-, tapi jika pelanggan membeli dalam satu dus dengan isi 24 gelas harga yang ditawarkan adalah Rp.19.000,-.

Untuk perbedaan produk nata de coco ini dengan produk lain yaitu dari segi harga yang ditawarkan, kualitas produk dan juga rasa. Dari segi harga tentunya pelanggan lebih untung membeli produk dari kelompok usaha Nata De Coco, karena harga yang ditawarkan lebih murah dari harga produk lain. Dari segi kualitas tentunya produk ini lebih terjamin, karena produk ini memanfaatkan potensi daerah sebagai bahan baku utamanya yaitu air kelapa. Air kelapa yang digunakan yaitu air kelapa dengan kualitas yang baik agar menghasilkan nata yang baik pula. Selain itu dari segi rasa, berdasarkan hasil wawancara rasa dari produk nata yang diproduksi kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri ini lebih enak dibandingkan dengan produk lain, hal ini berdasarkan testimoni dari pelanggan kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri.



“untuk kedepannya kami ingin menyediakan kardus yang sudah ada label nama kelompok kami agar pasar yang dijangkau lebih luas lagi, dan kami juga ingin menyediakan jasa dalam produksi nata de coco ini” (wawancara B/7/7/2022 dan I/27/7/2022).

Berdasarkan hasil penelitian, kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri ingin melakukan inovasi untuk kedepannya seperti penyediaan kemasan kardus yang berlabel dan juga menyediakan jasa dalam memproduksi nata de coco. Penyediaan kemasan kardus ini dimaksudkan agar pasar yang dijangkau oleh kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri ini bisa lebih luas lagi. Kemasan kardus yang belum berlabel ini menjadi salah satu penghambat dalam pemasaran produk nata de coco yang di produksi oleh kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri. Karena keterbatasan biaya yang dimiliki kelompok usaha ini belum memiliki kemasan kardus sendiri masih menggunakan kardus dengan merek lain, hal itu membuat produk ini tidak bisa dijual di grosiran sehingga pasar yang dijangkau jadi kecil. Selain itu kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri juga akan menyediakan jasa dalam pembuatan nata de coco, hal ini juga dapat dilakukan pada kelompok usaha nata de coco dan untuk keuntungan nantinya berdasarkan kesepakatan yang telah disepakati.

Produk nata de coco selain sebagai minuman, produk ini juga memiliki banyak manfaat bagi kesehatan karena kandungan nutrisi dan vitamin didalamnya. Selain itu dengan adanya kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri ini menjadi pekerjaan sampingan bagi anggota kelompok. Dimana sebelum adanya usaha ini para anggota kelompok hanya seorang ibu rumah tangga yang tidak berpenghasilan atau hanya mendapatkan penghasilan dari suami, sekarang karena adanya usaha ini ibu-ibu juga mendapat sedikit penghasilan dari usaha kelompok.

### 3. Saluran

Saluran atau *channels* adalah cara yang digunakan kelompok untuk menyampaikan nilai proposisi produknya kepada pelanggan. Pada penelitian ini, kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri mempunyai dua saluran dalam menjangkau pelanggan, yaitu secara *offline* dan *online*. Sedangkan pada penelitian

Sumarni (2020:325) saluran yang digunakan oleh UMKM Arabar Shop mempunyai dua tipe, yaitu penjualan langsung ke konsumen dan melalui reseller.

*“untuk pemasaran produk kami promosikan secara langsung dengan mendatangi warung-warung dan grosir di sekitar sini, kami juga melakukan promosi pada acara-acara yang ada di daerah sekitar sini. selain itu kami juga mempromosikan produk kami melalui wa, nanti pelanggan juga bisa memesan nata ini lewat wa, melalui anggota dan juga bisa langsung datang ke ketua (rumah produksi)”(wawancara I/N/27/7/2022)*

Berdasarkan hasil penelitian, bahwa saluran untuk menjangkau pelanggan yang digunakan dalam kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri adalah dilakukan dengan dua cara, yaitu secara *offline* atau secara langsung dan juga secara *online* atau tidak langsung. Saluran secara langsung (*offline*) dilakukan promosi dan menjual produk secara langsung ke warung-warung yang ada di sekitar Balai Baiak dan juga bisa membeli 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 melalui WA ini dinilai kurang efektif karena promosi tidak dilakukan secara konsisten jadi pesanan yang diterima juga sedikit.

#### 4. Hubungan pelanggan

Hubungan pelanggan atau *customer relationship* adalah cara yang dilakukan kelompok untuk menjaga hubungan dengan pelanggan. Cara yang dilakukan 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.

*“pelanggan kita layani dengan baik, baik itu pelanggan yang langsung membeli kesini, maupun pelanggan yang memesan lewat wa, ada juga yang produknya kami antar langsung seperti ke warung-warung dekat sini, itu tetap kami layani dengan baik. kami juga sangat menjaga*

*kepercayaan pelanggan dengan menjaga kualitas produk kami dengan baik dan memberikan harga yang murah dari harga pasaran, selain itu untuk warung-warung yang di dekat sini cara kami menjaga kepercayaan yaitu dengan cara titip barang, barang habis baru uangnya dikasih. dan kami juga sediakan stok barang agar pelanggan kami tidak hilang” (wawancara I/14/7/2022 dan D/M/20/7/2022)*

Dari hasil penelitian yang dilakukan didapatkan bahwa cara yang dilakukan kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri dalam menjaga hubungan dengan pelanggan adalah dengan memberikan pelayanan yang baik kepada setiap pelanggan yang membeli produk nata de coco baik pembelian secara langsung ke lokasi maupun yang memesan melalui WA, selain itu kelompok usaha ini juga memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan yang pesanannya diantarkan secara langsung. Untuk menjaga kepercayaan dan mempertahankan pelanggan, kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri memberikan dan mempertahankan kualitas produk yang dengan baik dan memberikan harga yang lebih murah dan terjangkau, selain itu juga menyediakan stok produk (ketersediaan produk) untuk mencukupi permintaan pelanggan. Namun untuk pedang/ warung-warung yang berada di sekitar Balai Baiak, cara yang dilakukan kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri dalam menjaga kepercayaan dengan pelanggan adalah dengan menerapkan sistem titip barang. Dimana kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri ini menitipkan produk nata de coco di warung tersebut, kemudian setelah produknya habis baru kelompok mendapatkan uang dan begitu seterusnya.

##### 5. Aliran pendapatan dan investasi ulang komunitas

Aliran pendapatan (*revenue streams*) dan investasi ulang komunitas (*community reinvestment*) adalah cara yang dilakukan untuk mendapatkan pemasukan dari pelanggan dan bagaimana cara mengelola kembali keuntungan yang didapat untuk mendukung misi sosial dari usaha yang dijalankan. Pada kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri *revenue streams* atau aliran pendapatan didapatkan dari hasil penjualan produk nata de coco itu sendiri.



*“kami mendapat penghasilan dari penjualan nata de coco saja. nata yang kami jual itu ada dua rasa nata yang rasa leci dan rasa pandan, dan kami juga buat dalam dua ukuran kemasan yaitu kemasan plastik setengah kilo dan kemasan gelas yang ukuran 220 ml.yang paling banyak terjual itu nata yang rasa leci dan biasanya yang paling laku itu yang kemasan gelas, karna kan disini banyak warung jadi di warung itu paling banyak lakunya ya yang ukuran gelas itu” (wawancara I/14/7/2022)*

Dari hasil wawancara, didapatkan bahwa aliran pendapatan pada kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri itu berasal dari penjualan produk nata de coco yang di produksi oleh kelompok. Kelompok usaha ini memproduksi produk nata de coco dalam bentuk dua kemasan, yaitu kemasan plastik ukuran 500 gram dan kemasan cup/ gelas plastik ukuran 220 ml dan nata de coco yang dijual juga terdiri dari dua rasa yakni rasa leci dan juga rasa pandan. Produk yang paling banyak diminati adalah nata de coco dengan rasa leci dan juga nata de coco dengan kemasan cup/gelas plastik. Nata de coco ini dijual dengan harga Rp.1.000,- hingga Rp.10.000,-. Dimana nata de coco dengan kemasan cup/ gelas plastik dijual dengan harga RP.1.000,- per cupnya (untuk warung), kalo dijual dirumah dengan harga Rp.1.500 dan nata de coco dengan yang menggunakan kemasan plastik dengan ukuran 500 gram biasanya dijual dengan harga Rp.10.000,- per bungkusnya.

*“modal kelompok semuanya didapatkan dari BAZNAS, modal yang didapatkan berupa peralatan untuk memproduksi nata de coco dan juga bahan-bahan yang digunakan membuat nata de coco”(wawancara I/14/7/2022)*

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri mendapatkan modal dari BAZNAS Indonesia yang bermitra dengan BAZNAS Kabupaten Padang Pariaman sebesar Rp.30.000.000,-. Modal usaha ini didapatkan secara bertahap yang diberikan berupa alat dan bahan untuk memproduksi nata de coco. Adapun alat dan bahan yang diberikan adalah satu ruang penyimpanan, 150 botol sirup, 400 nampan, , 10 jerigen ukuran 30 liter, 2 dandang besar dan kecil, mesin cutting nata atau mesin pemotong nata, alat



pres, mesin cup sealer, freezer, 2 saringan santan, 4 gayung dan gayung tangkai, kompor dan regulator, tabung gas 3 kg, 2 baskom besar, drum plastik/ tong, 8 corong besar dan kecil, timbangan, blender, sikat/ brush botol, 10 roll karet, gula pasir 1 karung, asam asetat glasial 1 dirigen, kacang hijau 1 paket, bibit nata 15 botol, Koran bekas ko kg, masker 3 box, karet 2 kg, alkohol 70% 10 liter, karung 15 lembar, gunting 2 pcs, ATK 15 pcs, dan cup plastik 1000 pcs.

*Community reinvestment* (investasi ulang komunitas) kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri adalah berasal dari hasil penjualan produk nata de coco. Dinama hasil penjualan yang didapatkan akan dikeluarkan modal untuk produksi nata dan upah tenaga kerja (pendapatan bagi anggota kelompok), setelah itu sisanya dijadikan uang kas kelompok yang nantinya akan digunakan untuk keperluan kelompok.

#### 6. Kegiatan utama

Kegiatan utama atau *key activities* adalah semua aktivitas atau kegiatan yang digunakan untuk menciptakan dan menyampaikan nilai proposisi yang akan ditawarkan kepada pelanggan. Kegiatan utama yang dilakukan pada kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri 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. Sedangkan pada penelitian Emi Sumarni (2020: 326) *key activities* atau kegiatan utama yang dilakukan pada UMKM Arabar Shop adalah dapat dikategorikan atas *production, problem solving, dan platform/ network*.

*“kegiatan yang biasa kami lakukan membeli air kelapa ke pedagang santan, membeli bahan-bahan lainnya seperti gula dan lain-lainnya ke pasar. kemudian, kami membuat bibit nata terlebih dahulu sebelum kami memproduksi nata de coco, kemudian setelah bibit nata jadi kami lanjutkan dengan memproduksi nata de coco dan mengolah hasil produksi. kami juga mengolah limbah hasil produksi nata de coco dan kami juga melakukan promosi ke pelanggan”*(wawancara N/I/27/7/2022)

Kegiatan utama atau *key activities* yang dilakukan oleh kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri adalah penyediaAN input produksi, produksi nata de coco, pengolahan limbah hasil produksi nata de coco dan aktivitas berhubungan dengan pelanggan. Dalam kegiatan penyedia input produksi kelompok usaha Nata De Coco sejahtera Mandiri dilakukan pembelian air kelapa kepada pedagang santan yang berada disekitar Nagari Balai Baiak. Kemudian kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri melakukan aktivitas produksi nata de coco mulai dari pembersihan atau mensterilkan ruangan penyimpanan serta peralatan yang akan digunakan dan dilanjutkan dengan pembuatan bibit nata. Setelah bibit nata difermentasi selama 1 minggu kemudian dilanjutkan dengan pembuatan nata de coco. Setelah nata berumur 1 minggu selanjutnya diolah menjadi minuman siap saji, sebelumnya dilakukan proses pengemasan terlebih dahulu. Kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera mandiri juga melakukan aktivitas pengolahan terhadap limbah hasil produksi nata. Limbah yang diolah adalah limbah padat yang diolah menjadi jelly dan juga dijadikan pakan ternak seperti ayam. Namun untuk limbah cair belum diolah oleh kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri karena keterbatasan pengetahuan dan juga biaya yang dimiliki. Selanjutnya aktivitas yang dilakukan oleh kelompok usaha Sejahtera Mandiri adalah aktivitas yang berhubungan dengan pelanggan seperti aktivitas promosi maupun pemesanan melalui WA dan ada juga aktivitas promosi dan jual beli yang dilakukan secara langsung dengan pelanggan.

#### 7. Sumber daya utama

Sumber daya utama (*key resources*) adalah sumber daya utama atau asset-aset penting digunakan kelompok untuk menunjang kegiatan yang dilakukan. Sumber daya utama ini terdiri dari sumber daya manusia, sumber daya fisik, serta sumber daya finansial yang dimiliki oleh kelompok. Sumber daya utama (*key resources*) yang dimiliki oleh kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri adalah sumber daya manusia atau tenaga kerja yang berasal dari anggota kelompok yang berjumlah 4 orang.

Sumber daya fisik yang dimiliki kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri dalam kegiatan produksi nata 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 jerigen 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. Serta sumber daya finansial yang dimiliki kelompok adalah uang kas kelompok. Sama halnya pada penelitian yang dilakukan oleh Sumarni (2020:326) *key resources* atau sumber daya utama yang dimiliki oleh UMKM Arabar Shop adalah berbentuk fisik, finansial, intelektual atau manusia.

#### 8. Mitra kunci

Mitra kunci atau *key allies* adalah mitra yang membantu untuk menciptakan nilai proposisi dalam kegiatan usaha sosial yang dijalankan. Mitra kunci atau *key allies* ini dapat berupa pada proses produksi, distribusi dan lain sebagainya. 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 Balai Baiak.

*“untuk memulai usaha ini kita mendapatkan bantuan modal dari BAZNAS Indonesia yang juga bekerja sama dengan BAZNAS Kabupaten Padang Pariaman, selain itu kita juga bekerja sama dengan pedagang santan sekitar sini untuk mendapatkan air kelapa sebagai bahan baku utama dalam pembuatan nata de coco ini dan ada juga pedagang pasar tempat kita membeli bahan-bahan lainnya seperti gula, plastik, cup, dan perasa makanan. dan kita juga bekerja sama dengan warung-warung sekitar sini untuk menjual produk nata ini” (wawancara I/14/7/2022).*

Berdasarkan hasil penelitian, didapatkan bahwa mitra kunci yang dimiliki kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri adalah BAZNAS Indonesia dan BAZNAS Kabupaten Padang Pariaman. Kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri mendapat bantuan modal usaha dari BAZNAS Indonesia yang dicairkan



melalui BAZNAS Kabupaten Padang Pariaman. Bantuan modal usaha ini didapatkan senilai Rp. 30.000.000,- yang diberikan secara bertahap untuk pembelian peralatan dan modal usaha untuk memproduksi nata de coco. Kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri juga bermitra atau melakukan kerjasama dengan pedang santan disekitar Nagari Balai Baiak. Kerjasama dengan pedagang santan ini dilakukan untuk mendapat bahan baku utama untuk pembuatan nata de coco ini yaitu air kelapa. Selain pedagang santan, mitra kunci yang ada pada kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri adalah pedagang pasar, kelompok usaha ini membeli bahan-bahan penunjang dalam memproduksi nata de coco ke pedagang pasar, seperti gula, plastik, cup, serta perasa makanan yang digunakan untuk memberikan rasa pada produk nata de coco yang dibuat oleh kelompok. Selanjutnya mitra kunci yang dimiliki kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri adalah pedagang kecil/ pemilik warung yang berada di sekitar Nagari Balai Baiak. Kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri menjalin kerjasama dengan pemilik warung untuk menjualkan produk nata de coco.

#### 9. Biaya-biaya

Biaya-biaya atau *cost of delivery* adalah semua biaya yang dikeluarkan kelompok dalam menjalankan aktivitas yang dilakukan. Adapun biaya-biaya yang dikeluarkan oleh kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri dalam menjalankan usahanya adalah biaya penyediaan input produksi, biaya produksi nata, biaya pengolahan hasil produksi, biaya pengemasan, biaya transportasi (pengantaran air kelapa), dan penghasilan/ upah tenaga kerja anggota kelompok.

*“untuk memproduksi nata itu kita memerlukan air kelapa, bibit nata, gula pasir, asam cuka, kacang hijau, gas 3 kg, untuk produksi pengolahan hasil produksi kita juga perlu perasa makanan, untuk pengemasan kita gunakan gelas plastik dan plastik ukuran setengah kilo. untuk setiap kali membeli air kelapa kita juga membayar tukang ojek untuk biaya transportasi sebesar 30 ribu dan kita juga mengeluarkan uang untuk anggota kelompok sebagai pendapatan anggota”*(wawancara I/14/7/2022)



Berdasarkan hasil wawancara dengan informan kunci, dapat diketahui bahwa biaya-biaya yang dikeluarkan kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri adalah biaya penyediaan input produksi dan produksi seperti pembelian air kelapa, bibit induk, gula pasir, asam cuka atau asam asetat glasial, kacang hijau/ZA dan gas elpiji 3 kg. Kemudian biaya pengolahan hasil produksi seperti pembelian perasa makanan, gula pasir dan juga gas elpiji 3 kg. Selanjutnya biaya pengemasan seperti pembelian gelas plastik atau cup dan plastik ukuran 500 gram.

Tabel 16. Biaya penyediaan input produksi atau pembuatan bibit nata (10 liter air kelapa menghasilkan 17 botol bibit nata) Bulan Februari 2022

No	Bahan	Satuan	Harga (Rp)/ Satuan	Jumlah	Jumlah harga (Rp)
1.	Air kelapa	Liter	250/L	10	2.500
2.	Bibit induk	MI	4/ml	500	2.000
3.	Gula pasir	Kg	14.000/ kg	0,3	4.200
4.	Ekstrak toge/ ZA	Kg	28.000/ kg	0,05	1.400
5.	Asam cuka/ asam asetat glasial	MI	450/ml	30	13.500
6.	Gas 3 kg	Tabung	20.000/tabung	1/4	5.000
Total					28.600

Untuk biaya penyediaan input produksi yang dikeluarkan kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri adalah biaya untuk pembuatan bibit nata de coco sebesar Rp.28.600,- biaya ini dikeluarkan untuk membuat 10 liter air kelapa yang menghasilkan 17 botol bibit nata de coco. Biaya ini dikeluarkan untuk membeli air kelapa, gula pasir, ekstrak toge/ ZA, asam asetat glasial/ asam cuka, dan gas 3 kg. Selanjutnya kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri ini membuat bibit nata sendiri yang akan digunakan pada produksi selanjutnya, sehingga lebih hemat biaya.

Tabel 17. Biaya produksi nata de coco (20 liter air kelapa menghasilkan 21 nampan nata de coco) Bulan Februari 2022

No	Bahan	Satuan	Harga (Rp)	Jumlah	Jumlah harga (Rp)
1.	Air kelapa	Liter	250/L	20	5.000
2.	Bibit induk	MI	4/ml	2.250	9.000
3.	Gula pasir	Kg	14.000/kg	0,6	8.400
4.	Ekstrak toge	Kg	30.000/kg	0,1	3.000
5.	Asam cuka	MI	450/MI	20	9.000
6.	Gas 3 kg	Tabung	20.000/tabung	½	10.000
Total					44.400

Selanjutnya kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri mengeluarkan biaya untuk memproduksi nata de coco. Biaya yang dikeluarkan kelompok untuk satu kali produksi adalah sebesar Rp.44.400,-. Untuk satu kali produksi kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri mengelola 20 liter air kelapa yang menghasilkan 21 nampan nata de coco.

Tabel 18. Biaya Pengolahan Nata de coco Bulan Februari 2022

No	Bahan	Satuan	Harga (Rp)	Jumlah	Jumlah harga (Rp)
1.	Gula pasir	Kg	14.000/kg	0,75	10.500
2.	Gas 3 kg	Tabung	20.000/tabung	1/4	5.000
3.	Perasa makanan	Gr	425/gr	10	4.250
Total					19.750

Kemudian kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri juga mengeluarkan biaya untuk pengolahan nata. Biaya yang dikeluarkan kelompok adalah sebesar Rp.19.750,- yang menghasilkan 160 gelas nata de coco. Biaya yang dikeluarkan adalah untuk pembelian gula pasir, gas elpiji 3 kg dan perasa makan. Perasa makanan yang digunakan adalah rasa leci dan rasa pandan.

Tabel 19. Biaya pengemasan nata de coco Bulan Februari 2022

No	Bahan	Satuan	Harga (Rp)	Jumlah	Jumlah harga (Rp)
1.	Gelas plastik	Gelas	140/gelas	160	22.400
Total					22.400

Selanjutnya biaya yang dikeluarkan oleh kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri adalah biaya untuk pengemasan. Harga untuk kemasan gelas ukuran 220 ml adalah 140/gelas, sedangkan kemasan plastik setengah kg adalah Rp.200,- /pcs. Harga yang dikeluarkan untuk pengemasan tergantung dari kemasan yang digunakan. Untuk biaya pengemasan pada Tabel 14, kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri menggunakan 160 kemasan cup/ gelas plastic dengan biaya yang dikeluarkan sebesar Rp.22.400,-. Selanjutnya biaya yang dikeluarkan Kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri adalah biaya untuk tukang ojek sebesar Rp.25.000,-, biaya ini dikeluarkan sebagai biaya transportasi karena lokasi produksi cukup jauh dari tempat pembelian air kelapa/ pedagang santan.

Seluruh biaya yang dikeluarkan ini hanya untuk satu kali produksi, namun biaya yang dikeluarkan pada proses produksi nata ini dapat saja berubah-ubah tergantung dari harga barang pendukung dipasaran. Kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri melakukan kegiatan produksi 1 kali dalam 1 bulan bahkan sampai 1 kali dalam dua bulan tergantung dari banyaknya pesanan yang masuk, dengan total produksi sebanyak 20 L dan dengan total pendapatan penjualan mencapai Rp.195.000,- (pada Bulan Februari 2022). Biaya terakhir yang dikeluarkan oleh kelompok ini adalah biaya untuk tenaga kerja anggota kelompok atau sebagai pendapatan anggota kelompok. Rata-rata pendapatan yang didapatkan anggota kelompok berkisaran antara Rp.10.000-50.000,- perbulan tergantung dari jumlah kehadiran anggota tersebut dan juga banyaknya pendapatan kelompok atau tergantung banyak produk yang terjual.

*“kadang-kadang anggota hanya mendapatkan uang kira-kira antara 10 ribu bahkan ada yang sampai 50 ribu, itu semua tergantung dari jumlah kehadiran anggota dalam kegiatan produksi dan juga tergantung banyak nata yang terjual” (wawancara I/14/7/2022).*

Pendapatan yang diterima oleh setiap anggota kelompok tidak sama, tergantung dari jumlah kehadiran anggota tersebut pada saat proses produksi nata. Selain itu, pendapatan yang diterima oleh masing-masing anggota juga tergantung dari jumlah produk nata yang terjual. Untuk pembagian pendapatan ini di hitung dari jumlah kehadiran anggota, namun kelompok tidak memiliki daftar hadir anggota dalam setiap kegiatan. Jadi dalam pembagian pendapatan ini, para anggota hanya mengingat sendiri berapa kali mereka hadir dalam proses produksi. Dalam hal ini diperlukan kejujuran dan kepercayaan masing-masing anggota dalam kelompok.

Berdasarkan hasil penelitian, secara sederhana model kanvas kewirausahaan sosial pada usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri dapat dilihat pada Gambar 7:



<b>Mission:</b> memberdayakan masyarakat Nagari 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	Sumber Daya Utama	Nilai Proposisi	Hubungan Pelanggan	Saluran
1. BAZNAS Indonesia 2. BAZNAS Kab. Padang Pariaman 3. Pedagang santan 4. Pedangan g pasar 5. Warung	1. Sumber daya manusia (anggota kelompok) 2. Sumber daya fisik (ruang penyimpanan, serta peralatan pendukung untuk kegiatan produksi nata de coco, Tabel 9) 3. sumber daya finansial (uang kas kelompok)	1. Produk yang dijual memanfaatkan potensi lokal (kelapa) 2. Produk memiliki manfaat kesehatan 3. Harga lebih murah dan terjangkau	1. Melayani pelanggan dengan baik 2. Menjaga kepercayaan pelanggan 3. Memberikan produk yang berkualitas 4. Harga lebih murah	1. Sosial media (WA) 2. Warung
	Kegiatan Utama	Manfaat Sosial	Segmentasi Pelanggan	
	1. Pembelian input produksi 2. Produksi nata 3. Pengolahan hasil produksi 4. Pengolahan limbah hasil produksi 5. Penjualan	1. Menjadi pekerjaan sampingan bagi anggota	1. Masyarakat sekitar Nagari Balai Baiak 2. Petani 3. Pedagang 4. Anak-anak hingga dewasa	
FINANCES				
Biaya-Biaya			Aliran Pendapatan dan Investasi Ulang Komunitas	
1. Biaya input produksi nata de coco (pembuatan bibit nata) 2. Biaya produksi nata de coco 3. Biaya pengolahan nata de coco 4. Biaya pengemasan nata de coco 5. Biaya pengantaran air kelapa (upah ojek) 6. Biaya atau upah tenaga kerja anggota kelompok			Penjualan produk nata de coco dan uang kas kelompok	

Gambar 7. Model Kanvas Kewirausahaan Sosial Kelompok Usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri



Setelah mengetahui model bisnis kanvas pada kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri ini, kemudian dilakukan penilaian terhadap manfaat yang dihasilkan dari kegiatan program yang dilakukan. Penilaian manfaat ini dilakukan terhadap *stakeholder* 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 on Investment* (SROI) yang bisa diperoleh oleh masing-masing pihak yang terlibat. Analisis SROI adalah proses pemahaman, pengukuran dan pelaporan nilai sosial, lingkungan, dan ekonomi yang dihasilkan oleh sebuah organisasi berdasarkan analisis manfaat-biaya, akuntansi sosial, dan audit sosial (Budiono, 2012: 134). SROI juga merupakan studi analisis yang mengubah nilai dampak yang ditimbulkan berdasarkan indikator terpilih untuk menentukan kesejahteraan ekonomi, sosial, dan lingkungan menjadi nilai mata uang, dan kemudian membandingkan dengan jumlah dana yang diinvestasikan sebelum dampak tersebut muncul (Oktamia, 2020: 67).

Manfaat yang dijalankan kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri dari segi sosial adalah dapat menambah lapangan pekerjaan dan penghasilan bagi ibu-ibu rumah tangga petani yang tidak memiliki pekerjaan dan penghasilan dengan membentuk dan menjalankan kewirausahaan sosial. Dapat mengoptimalkan potensi lokal daerah seperti kelapa, dapat menjaga kelestarian lingkungan dengan memanfaatkan limbah yang dapat merusak lingkungan dan dapat menambah pengetahuan dan keahlian anggota kelompok dalam memproduksi nata de coco dengan memanfaatkan limbah air kelapa. Menggunakan metode analisis SROI dilakukan penilaian manfaat yang dihasilkan oleh kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri, sehingga dapat mendukung terwujudnya perkembangan keberlanjutan usaha sosial.

*Stakeholder* yang mendapatkan manfaat adalah kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri dan anggota, pelanggan, pedagang santan, tukang ojek, penjual pengadaan bahan input produksi, penjual kemasan nata. Dilihat dari SROI, manfaat dari usaha yang dilakukan kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri adalah dari pendapatan kelompok, pendapatan kelompok dari penjualan produk nata dengan total Rp. 557.000,- serta dana kas kelompok yang

berasal dari kontribusi pendapatan kelompok sebesar Rp.75.000,-. Kemudian pelanggan juga mendapatkan manfaat yang berasal dari selisih harga produk nata yang lebih murah dibandingkan dengan produk lain sebesar Rp.63.000,-. Pedagang santan juga mendapatkan manfaat berupa penghasilan tambahan dari pembelian kebutuhan usaha kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri sebesar Rp.40.000,-. Tidak hanya pedagang santan, namun ojek (transportasi umum) juga mendapat manfaat penghasilan tambahan sebagai biaya transportasi pengantaran air kelapa ke lokasi produksi sebesar Rp.100.000,-. Selanjutnya penjual pengadaan bahan input produksi juga mendapatkan manfaat dari penjualan kebutuhan usaha untuk produksi nata sebesar Rp. 207.330,-. Selanjutnya yang mendapatkan manfaat adalah penjual kemasan nata, yang mendapat penghasilan tetap dari penjualan kebutuhan usaha untuk pengemasan produk nata sebesar Rp.43.600,-. Data manfaat yang didapatkan oleh para *stakeholder* dapat dilihat pada Tabel 20.

Tabel 20. Data Manfaat yang didapatkan *Stakeholder* dari Kelompok Usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri (bulan Januari- Juni 2022)

No	Impact/ Dampak	Pendekatan Perhitungan	Value/ (Rp)	Nilai
<b>Kelompok</b>				
1.	Pendapatan kelompok	Jumlah pendapatan kelompok dari hasil penjualan produk	557.000	
2.	Kas kelompok	Jumlah uang kas yang berasal dari kontribusi pendapatan kelompok	75.000	
<b>Pelanggan</b>				
3.	Harga produk yang lebih murah dari produk lain	Selisih harga yang didapatkan jika dibandingkan dengan harga produk lain x dengan jumlah produk	(13.000-10.000) x 8 = 24.000 (kemasan plastik) (22.000-19.000)x 13 = 39.000 (13 kardus kemasan gelas) Total: 24.000+ 39.000= 63.000	
<b>Pedagang santan (air kelapa)</b>				
4.	Penghasilan tambahan	Jumlah pembelian air kelapa	10.000 x 4 =	

	dari pembelian kebutuhan usaha	setiap proses produksi x banyak proses produksi	x Rp.40.000
	Ojek (transportasi umum)		
5	Penghasilan tambahan dari biaya transportasi pengantaran air kelapa	Biaya transportasi proses produksi	x banyak 25.000 x 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)	207.330
	Penjual kemasan nata		
7	Penghasilan tetap dari penjualan kebutuhan usaha selama proses produksi	Banyaknya kemasan yang digunakan selama proses produksi (Lampiran 11)	43.600

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 *stakeholder* berdasarkan Tabel 20 dengan total sebesar Rp. 1.082.930,-. Hal tersebut dapat dilihat pada Tabel 21 sebagai berikut:

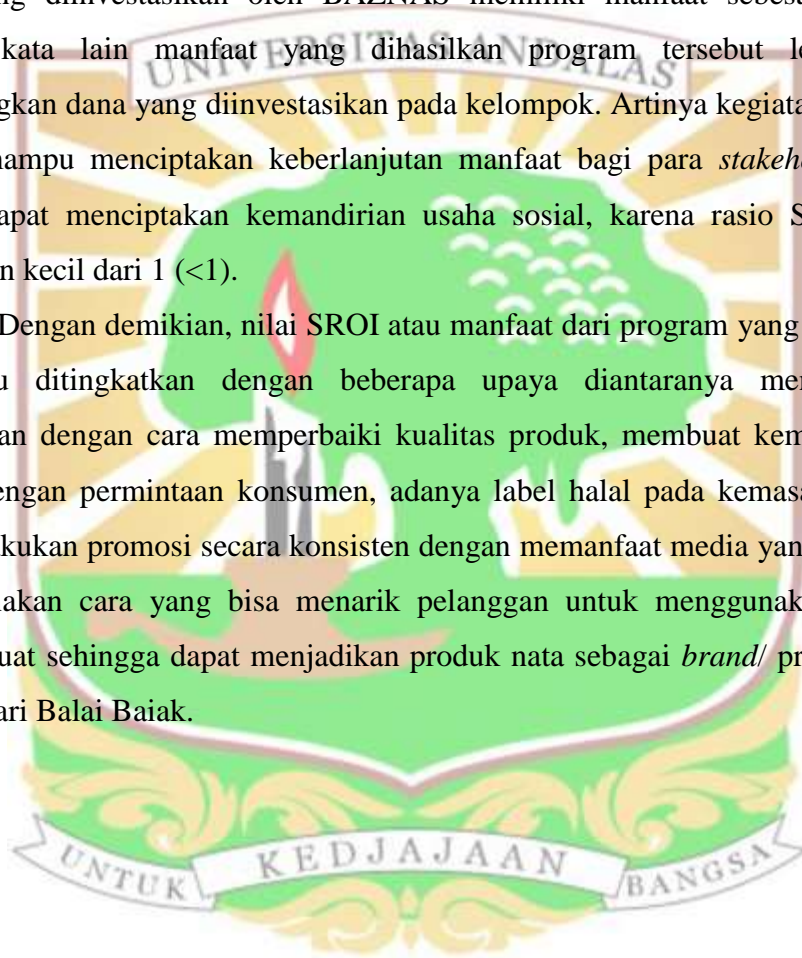
Tabel 21. Nilai Input dan Setiap Manfaat Bagi *Stakeholder* dari Kelompok Usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri (bulan Januari- Juni 2022)

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. Kelompok	Rp. 632.000
	2. Pelanggan	Rp. 63.000
	3. Pedangang santan	Rp. 40.000
	4. Tukang ojek	Rp. 100.000
	5. Penjual pengadaan bahan input produksi nata	Rp. 207.330 Rp. 43.600
	6. Penjual kemasan nata	
	Total (2) <i>Net present value of benefits</i>	Rp.1.082.930
	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 15, 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. Artinya kegiatan program belum mampu menciptakan keberlanjutan manfaat bagi para *stakeholders* dan belum dapat menciptakan kemandirian usaha sosial, karena rasio SROI yang dihasilkan kecil dari 1 ( $<1$ ).

Dengan demikian, nilai SROI atau manfaat dari program yang dijalankan ini perlu ditingkatkan dengan beberapa upaya diantaranya meningkatkan permintaan dengan cara memperbaiki kualitas produk, membuat kemasan yang sesuai dengan permintaan konsumen, adanya label halal pada kemasan produk, dan melakukan promosi secara konsisten dengan memanfaatkan media yang ada serta menggunakan cara yang bisa menarik pelanggan untuk menggunakan produk yang dibuat sehingga dapat menjadikan produk nata sebagai *brand/* produk lokal dari Nagari Balai Baik.





## BAB V PENUTUP

### A. Kesimpulan

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

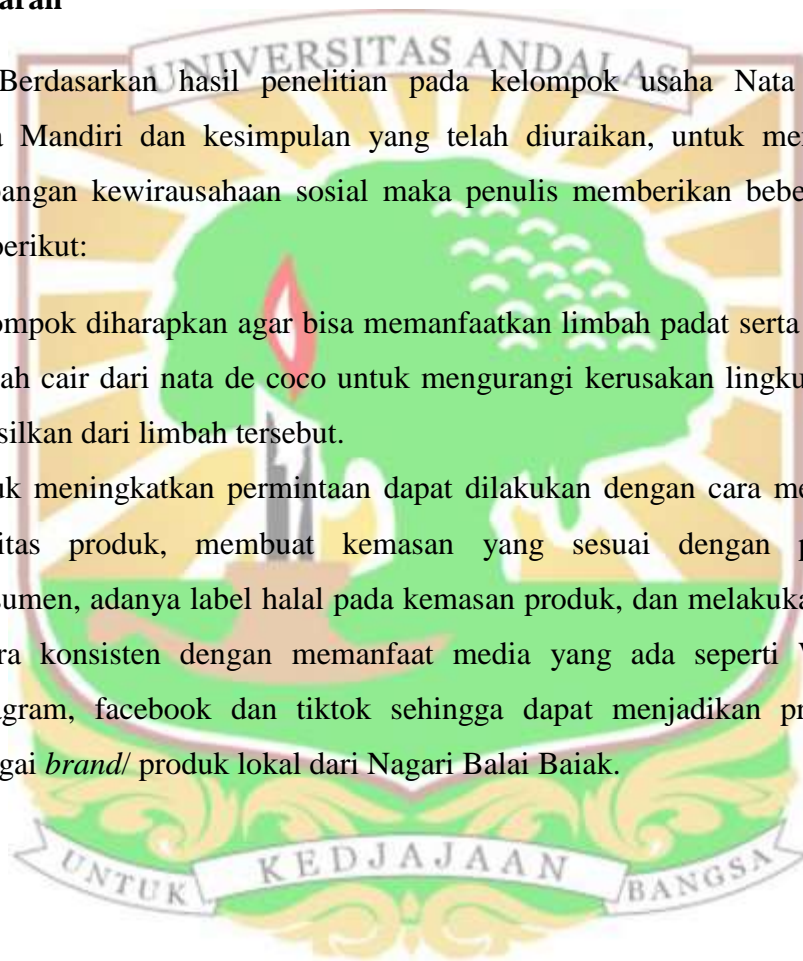
1. Elemen-elemen kewirausahaan sosial yang diterapkan kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri adalah *social value*, *civil society*, *innovation* dan *economic activity*. *Social value* yang diterapkan masih rendah, *Civil Society* masih terbatas. *Innovation* terdiri dari inovasi produk dan inovasi jasa. Dan *Economic activity* juga masih rendah. Berdasarkan hasil penelitian, kelompok usaha ini memiliki manfaat terbatas secara ekonomi dan lingkungan, namun secara sosial belum ada.
2. Model bisnis kanvas untuk pengembangan kewirausahaan sosial dalam kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri terdiri dari 9 elemen, yaitu *customer segment* masyarakat sekitar Nagari Balai Baiak, petani, pedangang, 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 Kab. 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 program belum mampu membentuk dampak keberlanjutan manfaat bagi para *stakeholders* dan belum dapat menciptakan kemandirian usaha sosial sebelum program berakhir.

## B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian pada kelompok usaha Nata De Coco Sejahtera Mandiri dan kesimpulan yang telah diuraikan, untuk meningkatkan pengembangan kewirausahaan sosial maka penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Kelompok diharapkan agar bisa memanfaatkan limbah padat serta mengelola limbah cair dari nata de coco untuk mengurangi kerusakan lingkungan yang dihasilkan dari limbah tersebut.
2. Untuk meningkatkan permintaan dapat dilakukan dengan cara memperbaiki kualitas produk, membuat kemasan yang sesuai dengan permintaan konsumen, adanya label halal pada kemasan produk, dan melakukan promosi secara konsisten dengan memanfaatkan media yang ada seperti WhatsApp, instagram, facebook dan tiktok sehingga dapat menjadikan produk nata sebagai *brand/* produk lokal dari Nagari Balai Baiak.



## DAFTAR PUSTAKA

- Afiani, N. (2019). *Analisis Elemen dan Dampak Kewirausahaan Sosial Terhadap Kinerja Usaha Mitra Kampung Wisata Bisnis Tegal Baru*. IPB (Institut Pertanian Bogor).
- Afrizal. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif dalam Berbagai Disiplin Ilmu*. PT Raja Grafindo Persada.
- Albinsaid, G. (2018). *Era Baru Wirausaha Sosial*. CV. Indonesia Medika.
- Ariyanti, M., Purwanto, P., & Suherman, S. (2014). Analisis Penerapan Produksi Bersih Menuju Industri Nata De Coco Ramah Lingkungan. *Jurnal Riset Teknologi Pencegahan Pencemaran Industri*, 5(2), 45-50.
- Asmita, B., Andayani, D. R., & Maesarach, R. M. (2020). Penilaian Dampak Investasi Sosial Program Baznas Microfinance Desa Menggunakan Metode *Social Return On Investment (SROI)*. *Prosding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi (KNEMA)*, pp. 1-13.
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2020). *Kabupaten Padang Pariaman dalam Angka Padang Pariaman Regency in Figures 2020*. Badan Pusat Statistik Kota Pariaman.
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2021). *Provinsi Sumatera Barat dalam Angka Sumatera Barat Province in Figures 2021*. Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Barat.
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2021). *Statistik Indonesia Statistical Yearbook Of Indonesia*. Badan Pusat Statistik.
- Budiono, A. (2012). Pengukuran Dampak Sosial: Sebuah Tinjauan Literatur Terhadap Metode, Keterbatasan, dan Aplikasinya. *Jurnal Bina Ekonomi*, 21(2), 132-139.
- Fathy, R. (2019). Modal Sosial: Konsep, Inklusivitas dan Pemberdayaan Masyarakat. *Jurnal Pemikiran Sosiologi*, 6(1), 1-17.
- Firdaus, N. (2014). Pengentasan Kemiskinan Melalui Pendekatan Kewirausahaan Sosial. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*, 22(1), 55-67.
- Haryanti, D. M., et al. (2016). *Berani Jadi Wirausaha Sosial: Membangun Solusi Atas Permasalahan Sosial Secara Mandiri dan Berkelanjutan*. PT Bank DBS Indonesia.
- Hurlock, E. B. (2011). *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Erlangga.
- Kusumastuti, R., et al. (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.



- Manein, M. Y., Mandei, J. R., & Pangemanan, P. A. (2016). Partisipasi Anggota Kelompok Tani dalam Pengelolaan Usahatani di Desa Matani Kecamatan Tumpa. *Agri-SosioEkonomi Unsrat*, 12(2A), 157-164.
- Maurerha, D. P., Harisudin, M., & Rahayu, W. (2016). Strategi Pengembangan Usaha Nata De Coco di CV. Dintang Mas Kecamatan Jaten Kabupaten Karang Anyar. *Agrista*, 4(3), 68-79.
- 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.
- Muryanti, M. (2020). Menuju Kewirausahaan Sosial di Desa Melalui Badan Usaha Milik Desa. *Society*, 8(1), 170-181.
- Oktamia, D., *et al.* (2020). Social Return on Investment pada Program Ekonomi Local Business Development Dompot Dhuafa Sumatera Selatan. *Jurnal Intizar*, 26(2), 65-72.
- Patras, Y. E., & Hidayat, R. (2018). Upaya Meningkatkan Kepercayaan Organisasi Melalui Perbaikan Perilaku Pemimpin dan Keadilan Organisasi. *Jurnal Dinamika Manajemen Pendidikan*, 2(2), 155-163.
- Pratiwi, C. P. (2021). *Social Enterprise Model Kanvas*. <https://binus.ac.id/entrepreneur/2021/12/06/social-enterprise-model-canvas/>. Diakses pada Tanggal 29 Juli 2022.
- Purwohedi, U. (2016). *Social Return on Investment (SROI) Sebuah Teknik untuk Mengukur Manfaat/ Dampak dari Sebuah Program atau Proyek*. LeutikaPrio.
- Rijal, A., Ryandono, M. N. H., & Widiastuti, T. (2018). Kewirausahaan Sosial Pada Lembaga Zakat Nasional Berkantor Pusat di Surabaya. *Human Falah*, 5(1), 50-68.
- Saragih, R. (2017). A Membangun Usaha Kreatif, Inovatif dan bermanfaat Melalui Penerapan Kewirausahaan Sosial. *Jurnal Kewirausahaan*, 3(2), 26-34.
- Silalahi, D. C. G., Santoso, H., & Suliantoro, H. (2018). Analisis *Social Return on Investment* pada Kewirausahaan Sosial: Studi Kasus di Upreneur Aiesec UNDIP. *Industrial engineering Online Journal*, 7(2), 1-19.
- Sofia, I. P. (2015). Konstruksi Model Kewirausahaan Sosial (*Social Entrepreneurship*) Sebagai Gagasan Inovasi Sosial Bagi Pembangunan Perekonomian. *Jurnal Universitas Pembangunan Jaya*, 2(2), 2-23.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Sukanda, I. (2016). Analisis Usaha dan pemasaran Agroindustri Nata De Coco di Kota Mataram (Studi Kasus pada Agroindustri Nata De Coco Rumah Nafisa). *Jurnal Fakultas Pertanian*, Universitas Mataram, 1-17.



- 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.
- Susanti, M. (2021). Implementasi *Sociopreneurship* Berbasis Lingkungan Sebagai, Reduksi Pengangguran di Kota Mataram. *Jurnal Ilmu Administrasi Publik UMA*, 6(1), 67-74.
- Tenrinippi, A. (2019). Kewirausahaan Sosial di Indonesia (Apa, Mengapa, Kapan, Siapa, dan Bagaimana). *Meraja Journal*, 2(3), 25-40.
- Tutuarima, T., Rosalina, Y. & Muthia, A. A. (2019). Pemanfaatan Air Kelapa Menjadi Nata De Coco Bagi Perempuan Di Sekitar Pasar Panorama Kota Bengkulu. *Dharma Raflesia Unib Tahun XVII*, 1, 57-64.
- Wibowo, H., & Nulhaqim, S. A. (2015). *Kewirausahaan Sosial: Merevolusi Pola Pikir dan Menginisiasi Mitra Pembangunan Kontemporer*. Unpad Press.
- Zakaria, F. (2015). *Pola Kemitraan Agribisnis*. Ideas Publishing.



Analisis Kewirausahaan Sosial Dalam Kelompok Usaha Nata  
De Coco Sejahtera Mandiri Di Nagari Balai Baiak III Koto,  
Kecamatan IV Koto Aur Malintang, Kabupaten Padang  
Pariaman

ORIGINALITY REPORT

<b>9</b> %	%	%	<b>9</b> %
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

<b>1</b>	Submitted to Universitas Andalas Student Paper	2%
<b>2</b>	Submitted to Sriwijaya University Student Paper	1%
<b>3</b>	Submitted to President University Student Paper	1%
<b>4</b>	Submitted to Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia Student Paper	<1%
<b>5</b>	Submitted to Telkom University Student Paper	<1%
<b>6</b>	Submitted to UIN Maulana Malik Ibrahim Malang Student Paper	<1%
<b>7</b>	Submitted to LL DIKTI IX Turnitin Consortium Part II Student Paper	<1%
<b>8</b>	Submitted to Trisakti University Student Paper	<1%
<b>9</b>	Submitted to iGroup Student Paper	<1%
<b>10</b>	Submitted to Universitas Islam Indonesia Student Paper	<1%
<b>11</b>	Submitted to IAIN Purwokerto Student Paper	<1%
<b>12</b>	Submitted to General Sir John Kotelawala Defence University Student Paper	<1%