

Kabar

TAPAK

MEMBANGUN

EKONOMI *melalui pengelolaan*

HIUTAN DESA



PERHUTANAN SOSIAL DI TAHUN POLITIK



Usep Setiawan

Tenaga Ahli Utama
Kantor Staf Presiden Republik Indonesia

Di tengah isu reshuffle, pemerintah tetap fokus melaksanakan reforma agraria dan perhutanan sosial. Kita soroti perkembangan perhutanan sosial sebagai program prioritas Presiden Joko Widodo yang dilaksanakan Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan.

Capaian perhutanan sosial hingga akhir 2022 seluas 5.318.376,20 hektar, terdiri dari 8.041 surat keputusan dan 1.149.595 keluarga, dari target nasional 12,7 juta ha. Perinciannya meliputi skema hutan tanaman rakyat seluas 352.697,08 ha, hutan kemasyarakatan 973.535,67 ha, kemitraan kehutanan 606.993,33 ha, hutan desa 2.144.084,21 ha, dan hutan adat 1.241.066,01 ha.

Aspek akses kelola perhutanan sosial telah mencapai 5,3 juta ha yang tersebar di 33 provinsi, 380 kabupaten, 2.315 kecamatan, dan 4.294 desa di Indonesia. Penerima manfaatnya 1,2 juta keluarga atau setara 5 juta jiwa (30/12/2022). Adapun usulan penetapan perhutanan sosial berjumlah 361 usulan, yang sedang diproses seluas 257.764 ha. Namun, alokasi anggaran tahun 2023 hanya untuk 150.000 ha (31/1/2023).

Perkembangan Kelompok Usaha Perhutanan Sosial (KUPS) hingga 2022 telah terbentuk 10.068 KUPS. Tahun 2022, posisi yang naik kelas dari kategori Biru (baru mendapatkan izin/hak pengelolaan hutan sosial) ke kategori Silver (sudah menyusun rencana kerja usaha dan melakukan kegiatan usaha) bertambah 1.097 KUPS, dari kategori Silver ke Emas (telah memiliki unit usaha dan memasarkan produk) 398 KUPS, dan dari kategori Emas ke Platinum/mandiri (telah memiliki pasar yang luas, baik nasional maupun internasional) sebanyak dua KUPS. Kategori perkembangan capaian KUPS: Platinum 50 (0,50 persen), Emas 939 (9,33 persen), Silver 4.348 (43,19 persen), dan Biru 4.731 (46,99 persen). Pendamping KUPS bekerja untuk peningkatan kapasitas tata kelola kelembagaan, tata kelola hutan, dan tata kelola ekonomi. Tahun 2023, KLHK menempatkan 1.846 pendamping atau naik dari tahun 2021 yang sebanyak 346 orang. Guna memperkuat kerja kolaborasi antar-pendamping, telah dibentuk Forum Komunikasi Pendamping Perhutanan Sosial di lima wilayah.

Kuantitatif dan kualitatif

Dari perhitungan nilai transaksi ekonomi perhutanan sosial pada 5 persen KUPS, nilai transaksi yang bergulir mencapai Rp 117,59 miliar atau dikonversi total mencapai Rp 1,98 triliun. Pada 2022 telah dibentuk inovasi pengembangan usaha yang berskala ekonomi dan hilirisasi produk melalui integrated area development (IAD). Hal ini untuk meningkatkan skala ekonomi dan nilai tambah komoditas yang dilakukan terintegrasi dan kolaborasi dengan berbagai pemangku kepentingan. Jumlah IAD yang ditetapkan pada tahun 2022 adalah 20 lokasi di 15 provinsi.

Menurut KLHK, luas hutan adat yang telah ditetapkan 148.488 ha, bagi 105 komunitas masyarakat adat. Indikatif hutan adat seluas 988.393 ha dari 50 usulan (2022). Di luar peta indikatif terdapat 33 usulan baru yang diterima KLHK. Total permohonan dari masyarakat 83 usulan. Sementara anggaran tahun 2023 hanya tersedia untuk 15 surat keputusan hutan adat.

Secara kualitatif, perhutanan sosial meningkatkan rasa memiliki warga terhadap hutan sehingga warga sekitar lebih menjaga kelestarian hutan untuk layanan alam. Pandangan baik warga sekitar hutan terhadap pemerintah dalam membuka kesempatan bagi warga untuk ikut mengelola hutan.

Selain itu, kesempatan kerja dan naiknya produktivitas ekonomi di pedesaan karena pengakuan terhadap penguasaan tanah warga di dalam kawasan hutan. Perhutanan sosial membuka kesempatan bagi warga sekitar hutan untuk meningkatkan pendapatan dari pengelolaan tanah di dalam hutan.

Terjaganya kualitas lingkungan dan terhindarnya hutan dari tindakan pembalakan liar yang merugikan ekonomi negara dan merusak kualitas lingkungan. Meningkatnya kesadaran warga penerima akses perhutanan sosial terhadap kewajiban melestarikan hutan dan mitigasi perubahan iklim.

Pada 2023 hingga 2030 telah ditetapkan target percepatan perhutanan sosial melalui distribusi akses legal 12,7 juta ha, penambahan pendamping sebanyak 25.000 orang, pembentukan 25.000 KUPS, pembentukan percontohan IAD minimum satu per kabupaten, percepatan peningkatan kelas KUPS, dan meningkatnya kontribusi menjaga lingkungan hidup.

Aneka tantangan

Dari sisi regulasi pelaksanaan perhutanan sosial, perlu pengesahan segera Rancangan Perpres Perhutanan Sosial guna mempercepat capaian perhutanan sosial. Presiden dapat menetapkan target pengesahan perpres ini dalam tiga bulan ke depan, disamakan dengan target yang ditetapkan Presiden untuk Rancangan Perpres Reforma Agraria pada Rapat Terbatas (3 Januari 2023).

Selain itu, sinkronisasi kebijakan dan anggaran lintas kementerian/lembaga pendukung perhutanan sosial perlu dikembangkan. Sinergi dan kolaborasi didorong lintas kementerian/lembaga dan pemerintah daerah serta pihak swasta dalam pemberdayaan setelah surat keputusan perhutanan sosial diberikan.

Anggaran pendukung perhutanan sosial perlu ditambah. Melihat permohonan perhutanan sosial yang jumlahnya banyak, KLHK disarankan segera memproses usulan tersebut. Misalnya percepatan verifikasi teknis usulan hutan adat dari komunitas-komunitas masyarakat adat juga diperlukan.

Perlu juga meningkatkan pendampingan dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat setelah izin perhutanan sosial diberikan. Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (Bappenas), Kementerian Keuangan, KLHK, dan pemda sebaiknya menambahkan anggaran untuk perhutanan sosial, termasuk penetapan hutan adat. Optimalisasi potensi sumber dana lain, anggaran daerah, dana tanggung jawab sosial lingkungan, dan dana hibah perubahan iklim diperlukan.

Terkait kebijakan kawasan hutan dengan pengelolaan khusus yang diterbitkan Menteri LHK (5/4/2022) yang menetapkan 1.103.941 ha kawasan hutan di Jawa menjadi kewenangan pemerintah pusat dan bukan lagi kewenangan Perum Perhutani, KLHK perlu memperjelas mekanisme kerja dan rencana aksi implementasi, khususnya alokasi untuk perhutanan sosial.

Secara politik, mengingat 2023 itu tahun politik menjelang Pemilu 2024, pelaksanaan perhutanan sosial agar dicegah dari kegiatan yang dipolitisasi oleh kekuatan politik tertentu. Pemerintah juga perlu mencegah pungutan uang dari warga yang mengajukan perhutanan sosial. Kolaborasi intensif dengan organisasi masyarakat sipil perlu digiatkan.*

Focus Group Discussion (FGD) dan Survey Lapangan dalam Rangka Evaluasi Pelaksanaan Pengelolaan Perhutanan Sosial di 3 Hutan Desa oleh Tim KLHK (21-23 September 2022)



“Kami Tim datang ke sini untuk kegiatan evaluasi dimana salah satunya untuk memonitor dan menilai apa yang sudah dilakukan LPHD selama lima tahun itu. Evaluasi ini menyakut dalam banyak hal : Administrasi, Ekologi, Sosial, Ekonomi, Pengamanan dan Perlindungan” ujar Nani Junaeni

saat melakukan kegiatan Focus Group Discussion (FGD).

Nani menjelaskan, SK HPHD berlaku selama 35 tahun. Sesuai dengan peraturan yang berlaku, evaluasi pelaksanaan program perhutanan sosial

dilakukan setiap lima tahun sekali. Ini dihitung berdasarkan SK HPHD diterbitkan.

Didalam Dalam peraturan sebelumnya penerima manfaat hanyalah pengelola dan masyarakat desa tidak dimasukan. Di dalam peraturan yang baru, Permen LHK No 9 tahun 2021 disebutkan bahwa masyarakat yang mendapatkan akses, apakah yang memiliki areal yang dikelola ataupun masyarakat yang mata pencahariannya mengambil atau memungut HHBK didalam kawasan hutan itu di masukkan dalam masyarakat penerima manfaat langsung. Pengurus atau pengelola itu yang menjembatani, sehingga tidak ada masyarakat yang tidak diakomodir.

“ Di dalam areal kita akan memeriksa, bukan hanya sekedar subjek dan objek tetapi karena ini sudah berjalan artinya termasuk didalam administrasi dan kegiatan” tambah Nani.

Dalam pertemuan tersebut LPHD nyampaikan laporan perkembangan kegiatan yang telah dilakukan pasca diterimanya SK Hak Pengelolaan Hutan Desa, beberapa kegiatan yang telah dilakukan diantaranya : penandaan batas, pembuatan blok/zonasi, inventarisasi potensi hutan desa, penanaman, pangamanan, dan pembentukan KUPS. Beberapa perkembangan dari KUPS yang telah berjalan dan memproduksi juga dilaporkan.

Permasalahan yang dihadapi dalam melaksanakan tugasnya sebagai pengelola diantaranya : pembukaan lahan, ilegal logging, dan konflik



tenurial juga di kemukaan.

Dalam survey lapangan tim KLHK di Hutan Desa Biatan Ilir dan Biatan Ulu mendapatkan keluhan dari masyarakat mengenai penyelesaian tata batas administrasi antara Kabupaten Berau dan Kabupaten Kutai Timur yang hingga saat ini tidak ada kejelasan. Dalam pertemuan ini, Haris Mustaqim menyatakan hal ini bukanlah bidangnya tetapi karena ditemukan kejadian ini dilapangan maka akan menjadi laporan, sengketa batas administrasi bukan kewenangan KLHK. Selain itu juga disempatkan untuk meninjau lokasi pengelolaan KUPS Agroforestry di Hutan Desa

Biatan Ulu dan melakukan penanaman tanaman durian.

Di hutan desa dumaring ditemukan adanya perintisan lahan untuk tanaman sawit. Ini



dilakukan oleh masyarakat dari luar Kampung Dumaring karena ketidaktahuan akan adanya larangan dalam mengelola lahan didalam kawasan hutan lindung atau hutan desa. Dikatakan walaupun tidak menanam sawit masyarakat akan bersedia asalkan di bantu bibit tanaman buah, maka itu akan ditanam.



Tim juga meninjau lokasi yang menjadi sengketa administrasi antar Kabupaten.

TIM EVALUASI

No	Nama	Instansi	Jabatan dalam Tim
1.	Nani Junaeni, S.Hut., M.Si.	Direktorat PKPS	Ketua
2.	Esti Kurniati, S.H., M.H.	Setditjen PSKL	Sekretaris
3.	Nurul Syamsi, S.Si.	Direktorat PKPS	Anggota
4.	Haris Mustaqim, S.Si.	Direktorat PKPS	Anggota
5.	Muhammad Mugni Budi Mulyono, S.Hut., M.Si	BPSKL Wilayah Kalimantan	Anggota
6.	Yuli Purnomo, S.Sos	Dinas Kehutanan Provinsi Kalimantan Timur	Anggota
7.	Joni, S.Hut.	KPHP Berau Pantai	Anggota

LEBAH KLULUT DARI HALAMAN MENJADI PENGHASILAN dan KESEHATAN

Jenis lebah *Trigona itama* nama lain dari lebah kelulut atau lebah klanceng baru dikenal dan mulai dibudidayakan oleh masyarakat di beberapa wilayah di Indonesia. Hal tersebut dikarenakan kemudahan budidaya dan tidak membutuhkan biaya yang banyak. Hanya diperlukan stup atau kotak sarang dan ketersediaan sumber pakan untuk dapat membudidayakan lebah. Dengan rasa asam dan manis bergantung dari vegetasi yang dimakan oleh lebah, menjadikan madu kelulut memiliki citarasa yang khas. Madu kelulut memiliki beragam manfaat untuk kesehatan mulai dari tinggi akan antioksidan, meningkatkan kekebalan tubuh, meningkatkan nafsu makan dan baik untuk kesehatan jantung.

Ali Yare, mengatakan bahwa dalam pembuatan stup (kotak sarang buatan) terbuat dari papan kayu dan paku. Pembuatan kotak sarang lebah madu *Trigona itama* menggunakan kayu dengan ketebalan ± 2 cm karena untuk menjaga kelembaban dan stabilitas sarang. Jika kayu yang digunakan ketebalannya kurang dari 2 cm, kebanyakan koloni lebah kecil ini akan pergi meninggalkan sarangnya. Stup dibuat dan didiamkan selama 3 hari, agar kondisi suhu dan kelembaban di dalam stup menjadi stabil dan menghilangkan jamur. Setelah 3 hari, sarang buatan itu siap digunakan.

Kotak sarang diletakkan pada tempat terbuka diatas tonggak ulin dengan naungan pohon. Ditempatkan pada lokasi yang teduh, tidak terkena sinar matahari dan hujan secara langsung. Beberapa pembudidaya meletakkan disekitar pinggiran rumah dan pohon - pohon yang tumbuh di halaman rumah.

Trigona Itama banyak ditemukan bersarang di lubang-lubang pohon. Untuk di Biatan Ilir dengan

adanya pembukaan lahan untuk perkebunan, perumahan, dan padi ladang sering kali ditemukan sarang dari lebah *Trigona itama* ini. Pemindahan dilakukan dengan menaruh koloni dan telur pada

bagian bawah dari sarang buatan. Untuk polen dan madu di taruh diatas.

Perkembangan koloni lebah kelulut dalam memproduksi madu cukup beragam. Selama 2 bulan sampai 6 bulan tergantung dari iklim atau cuaca. Karena tidak terlepas dari adanya kembang atau bunga. Kalau cuaca bagus dengan sinar matahari

cukup maka produksinya madu pun meningkat.

Trigona itama menyukai lingkungan yang bersih, akan terganggu atau pindah apabila ada pembakaran atau asap. "Lumayan bisa membantu uang dapur, sekali panen bisa dapat Rp. 350.000,00. Stup madu ini baru sebulan di pindahkan oleh bapaknya tapi sudah bisa panen" ujar Satriani. Saya juga suka tanaman bunga atau kembang, jadi selain mendapatkan keindahan juga dapat penghasilan. Memeliharanya tidak repot, panennya bisa dilakukan oleh ibu-ibu karena tidak menyengat, tambahnya.

"Saya memelihara lebah klulut untuk di konsumsi pribadi, untuk kesehatan" ujar Sudirman. "Anak saya juga sudah belajar untuk panen madu, jadi tidak sulit kalau sudah waktunya panen saya tinggal suruh anak saya".

Biatan Ilir merupakan salah satu kampung di wilayah pesisir Kabupaten Berau yang berinisiatif mengembangkan lebah *Trigona Itama* dengan budidaya pekarangan. Melalui KUPS dan dukungan pemerintah kampung, ibu-ibu di perkenalkan dengan budidaya lebah madu klulut.



PELATIHAN MANAJEMEN USAHA

Peningkatan kualitas pengembangan usaha kelompok perhutanan sosial membutuhkan berbagai dukungan, bantuan dan pendampingan terhadap akses bahan baku, akses modal, akses pasar dan peralatan modern. Dengan jangka waktu ijin perhutanan sosial selama 35 tahun maka masyarakat memerlukan pendampingan yang memadai dan berkelanjutan dalam mendukung kemandirian kelompok untuk mencapai tujuan perhutanan sosial yaitu peningkatan kesejahteraan masyarakat dan kelestarian hutan.

Pengembangan usaha pada pemegang persetujuan perhutanan sosial dilaksanakan oleh Kelompok Usaha Perhutanan Sosial (KUPS) yang dibentuk oleh pemegang persetujuan perhutanan sosial.

Menjalankan usaha pada kelompok perhutanan sosial pada dasarnya sama dengan menjalankan bisnis profesional. Dari sisi tujuan sama-sama berorientasi untuk mendapatkan keuntungan dari usaha yang dilaksanakan. Sama-sama memiliki produk yang akan dijual dipasar. Memiliki pesaing yang cukup banyak dipasaran.

Oleh karena itu supaya usaha kelompok dapat bersaing dan berkembang harus dikelola secara profesional sebagaimana bisnis pada umumnya. Pengembangan usaha kelompok harus dilakukan dengan strategi dan perencanaan yang matang.

Beberapa potensi yang secara umum dapat dikembangkan pada areal ijin perhutanan sosial adalah seperti agroforestry, Hasil Hutan Bukan Kayu (HHBK), ekowisata, jasa lingkungan. Potensi usaha tersebut dapat dirasakan manfaatnya dengan baik oleh pemegang persetujuan perhutanan sosial apabila dikelola dengan tepat.

Ketika kegiatan usaha masih terbatas pada skala kecil, kebutuhan pembagian tugas, fungsi, wewenang, dan tanggung jawab belum demikian dirasakan, karena masih dapat dilakukan oleh pelaku usaha sendiri. Namun ketika usaha sudah meningkat dan sudah beragam, maka pembagian dan kejelasan fungsi, tugas, wewenang, dan tanggungjawab merupakan suatu kebutuhan.

Setiap pelaku usaha berharap usaha yang dirintisnya dapat bertahan hidup, tumbuh dan kemudian berkembang. Manajemen tidak

mungkin dipisahkan dari organisasi begitu juga organisasi tidak dapat dipisahkan dari manajemen. Keduanya saling mengisi dalam rangka mencapai tujuan organisasi.

Pelatihan Manajemen Bisnis bertujuan untuk: (1) memberikan pengetahuan umum tentang manajemen bisnis, dan

(2) pengertian, manfaat, dan tips mengelolanya dimulai dari planning, controlling, action, dan terakhir evaluasi.

Hal ini sesuai dengan latar belakang peserta, ada yang sudah memiliki pengetahuan dan keterampilan tentang manajemen bisnis, tetapi sebagian ada yang belum memilikinya. Berhubung saat ini sangat mudah menciptakan



inovasi untuk membuat sesuatu lebih baik (better), lebih murah (cheaper), dan lebih cepat (faster), hal yang menjadi tantangan kemudian adalah – benarkah ide tersebut dibutuhkan oleh pasar saat ini? Apakah permintaan market atas ide tersebut valid?

Materi pelatihan yang disajikan, terdiri dari dua macam untuk dua sesi selama dua hari, yaitu: (1) Pemahaman Dasar Manajemen Bisnis, dan (2) Pemahaman Dasar Business Model Canvas dan Praktik Menggunakan Business Model Canvas.

Materi pertama mengkaji tentang pengertian, manfaat dan pengelolaan manajemen bisnis, sedangkan materi kedua mengkaji tentang bagaimana pemanfaatan Business Model Canvas untuk merencanakan bisnis bagi pebisnis pemula (StartUp). Sehingga Business Model Canvas bisa menjadi sebuah tools yang efektif untuk membuat perencanaan bisnis.

Waktu pelaksanaan kegiatan pelatihan dilakukan pada hari Sabtu, 10 Desember 2022 dan Minggu 11 Desember 2022, mulai pukul 09.00 - 16.00 WIB bertempat di Board Room Hotel Grand Parama Jalan Pemuda Kelurahan Bugis Kecamatan Tanjung Redeb Kabupaten Berau. Peserta yang mengikuti pelatihan ini terdiri dari 3 kampung yaitu Kampung Dumaring, Kampung Biatan Ulu dan Kampung Biatan Ilir yang merupakan bagian pengurus LPHD dan KUPS.

MENGENAL BISNIS MODEL CANVAS (BMC)

Business Model Canvas (BMC). BMC adalah sebuah tools yang dikembangkan oleh Alexander Osterwalder, yang dipopulerkan melalui bukunya Business Model Generation. BMC dikembangkan untuk membantu organisasi bisnis dan pengusaha pemula untuk memetakan dan melakukan analisa terhadap model bisnis mereka.

BMC dikembangkan dengan mempertimbangkan 9 blok utama yang harus diperhatikan dalam memetakan model bisnis. Kesembilan blok utama ini, semua terangkum dalam satu canvas (1 halaman). Inilah yang juga membuat BMC unggul karena dengan kesederhanaannya yang hanya terdiri dari 1 halaman ini, ternyata powerfull untuk memberikan pemahaman tentang model bisnis secara utuh.

MANFAAT DAN KELEBIHAN BUSINESS MODEL CANVAS

BMC menjadi populer tidak hanya di perusahaan besar yang mapan, namun juga populer di kalangan entrepreneur dan juga intrapreneur dalam memetakan, menganalisis, validasi, dan melakukan inovasi di model bisnis yang telah ada.

FOKUS

Mampu menajamkan fokus dan membuat kejelasan mengenai model bisnis yang diajukan, ketimbang membuat rencana bisnis yang tebalnya berhalaman – halaman.

FLEKSIBEL

BMC sangat bermanfaat karena mudah untuk dimodifikasi dengan tetap memberi pandangan secara menyeluruh terhadap model bisnis

TRANSPARANSI

BMC seringkali digunakan untuk mengomunikasikan visi dan model bisnis kepada tim, dan dengan BMC tim menjadi lebih mudah mengerti apa model bisnis di organisasi.

10 LANGKAH MENGGUNAKAN BMC

LANGKAH 1. CUSTOMER SEGMENT

Customer segments atau segmen konsumen yang ditarget merupakan hal terpenting yang harus bisa dijawab dari Business Model Canvas. Kebanyakan model bisnis tidak memberikan hasil yang diharapkan karena customer segment tidak dapat didefinisikan dengan jelas.

DIMENSI SEGMENT KONSUMEN

Perhatikan apakah bisnis Anda menargetkan konsumen single atau multi-sided market?

Maksud multi-sided market, misalnya Facebook yang memiliki model bisnis untuk melayani dua pihak : advertiser dan user.

KARAKTERISTIK KONSUMEN

Apabila kita memiliki segmen user, maka user yang karakteristiknya seperti apa? Usia dan gender Passion, habit, hobi Tingkat penghasilan Tingkat pendidikan Target yang ingin dicapai dan lain sebagainya.

MASALAH / KEBUTUHAN KONSUMEN

Pada bagian ini Anda akan menghasilkan daftar target konsumen Anda berdasarkan segmen yang berbeda – beda, plus penjelasan detil tentang karakteristik masing – masing konsumen.

Output : Pada bagian ini Anda akan menghasilkan daftar target konsumen Anda berdasarkan segmen yang berbeda – beda, plus penjelasan detil tentang karakteristik masing – masing konsumen. Jika segmen Anda ada banyak, saya menyarankan untuk membuat prioritas dalam melayani konsumen. Coba tanyakan, “ seandainya saya hanya bisa melayani 1 konsumen saja, siapakah yang ingin saya layani?”

LANGKAH 2. VALUE PROPOSITIONS

Ketika pemetaan customer segment sudah jelas, maka selanjutnya kita memilih mana masalah atau kebutuhan dari pelanggan itu yang ingin kita penuhi? Selain itu, di value proposition juga harus mempertimbangkan apa keunikan / keunggulan, solusi yang kita tawarkan dibandingkan solusi – solusi lainnya?

Setelah Anda menemukan value proposition, pastikan Anda menghubungkan koneksi antara VP yang Anda miliki dengan customer segment yang telah Anda petakan.

Output : Daftar solusi atau “ obat” yang lebih baik atau kompetitif dari yang sudah ada berdasarkan masalah atau kebutuhan konsumen.

LANGKAH 3. CHANNELS

Channels dalam BMC adalah entitas yang digunakan oleh organisasi bisnis untuk membuat value proposition yang sudah dibuat itu ' sampai' ke konsumen. Biasanya saya menggunakan framework AIDA (Attention – Interest – Desire – Action) sebagai tahap awal, ditambah bagaimana proses pengiriman barang atau jasa tersebut ke konsumen.

Misalnya, apa yang bisa dilakukan untuk menarik

attention konsumen terhadap value proposition yang dibuat? Beberapa pilihan menarik, antara lain: Membuat iklan Memasang FB Ads atau Google Adwords.

Output: Daftar dari channel yang penting untuk mendistribusikan informasi dan value kepada konsumen. Biasanya, berbeda segmen konsumen maka akan berbeda pula channelnya.

LANGKAH 4. CUSTOMER RELATIONSHIP

Bagian customer relationship diisi tentang bagaimana kita berinteraksi kepada konsumen setelah terjadi transaksi, untuk memastikan konsumen puas dengan value yang kita tawarkan sepanjang hingga akhir life cycle nya. Perusahaan penerbangan, misalnya setelah kita menggunakan jasa penerbangannya umumnya akan ditawarkan berbagai email penawaran, memberikan membership khusus, yang apabila sudah mencakup beberapa poin akan mendapatkan benefit tertentu. Output: penjelasan tentang bagaimana caranya organisasi menjalin hubungan dengan konsumen yang sudah 'membeli' value yang ditawarkan agar tercipta loyalitas atau transaksi kembali.

LANGKAH 5. REVENUE STREAM

Revenue streams adalah pendapatan yang diterima oleh perusahaan atau organisasi yang berasal dari value proposition yang ditawarkan. Hal paling penting adalah harus terjadi koneksi yang clear antara revenue stream yang dihasilkan dari value proposition, dan customer segment mana yang membayar untuk hal tersebut. Output: Daftar dari revenue streams, yang berasal dari value proposition x yang ditawarkan, dengan customer segmen y sebagai pihak yang bersedia membayar.

LANGKAH 6. KEY ACTIVITIES

Untuk menciptakan value proposition yang lebih baik dan kompetitif, tentunya ada beragam aktivitas kunci untuk dapat menghasilkan value proposition sesuai dengan yang diharapkan. Aktivitas ini adalah aktivitas pokok yang apabila hilang atau tidak ada, maka value proposition yang kompetitif tidak dapat direalisasikan.

Output : Daftar aktivitas utama / kunci untuk dapat menghasilkan value proposition yang diinginkan.

LANGKAH 7. KEY RESOURCES

Key resources adalah sumber daya strategis yang dibutuhkan untuk menunjang key activities agar bisa berjalan lancar untuk menghasilkan value proposition sesuai dengan yang diharapkan. Dengan terpetakannya key resource, diharapkan

sebuah bisnis dapat menjadi lebih kompetitif dibandingkan pesaingnya.

Output: Daftar dari sumber daya utama yang dibutuhkan untuk menunjang key activities agar dapat menghasilkan value proposition yang diinginkan.

LANGKAH 8. KEY PARTNERSHIP

Sebuah organisasi bisnis tentunya tidak bisa berjalan hanya mengandalkan dirinya sendiri. Ketimbang mengembangkan dan menjalankan semuanya sendiri, ada baiknya untuk bekerjasama dengan mereka yang telah expert di bidangnya masing – masing.

Output: Daftar rekanan kunci di luar organisasi yang dapat mendongkrak performa key activities sehingga dapat menghasilkan value proposition dengan lebih kompetitif lagi.

LANGKAH 9. COST STRUCTURE

Cost structure adalah daftar biaya yang dikeluarkan oleh organisasi bisnis dalam rangka menciptakan value proposition kepada konsumen. Biasanya, cost structure ini 'ditarik' dari key activities. Beberapa pertanyaan penting untuk diajukan saat memetakan biaya:

- 1 Apakah biaya yang dikeluarkan dalam rangka menciptakan value?
- 2 Mana jenis biaya yang lebih banyak, fixed cost atau variable cost?
- 3 Jika bisnis diskala menjadi lebih besar, apakah peningkatannya linear, eksponensial, atau tetap?

Pemetaan struktur biaya perlu dilakukan dengan lebih hati – hati, karena sangat penting apabila organisasi bisnis ingin dibuat dalam skala yang lebih besar dari sebelumnya.

Output: Daftar elemen struktur biaya yang dikeluarkan untuk membiayai key activities dalam menciptakan value proposition.

LANGKAH 10. ANALISIS & VALIDASI MODEL BISNIS

Sebenarnya menyelesaikan BMC itu barulah langkah awal saja, sebenarnya apa yang kita sudah isikan di BMC adalah 'hipotesis' dan 'asumsi' subjektif yang dianggap benar oleh si perencana bisnis. Pada kenyataannya, hipotesis ini perlu diuji apakah memang benar model bisnis yang direncanakan tersebut berjalan sebagaimana mestinya.

Bagaimana cara mengujinya? Cara paling mudah adalah langsung bertanya ke konsumen yang ditarget, berinteraksi secara langsung ke lapangan dan merasakan langsung apa yang dirasakan konsumen.



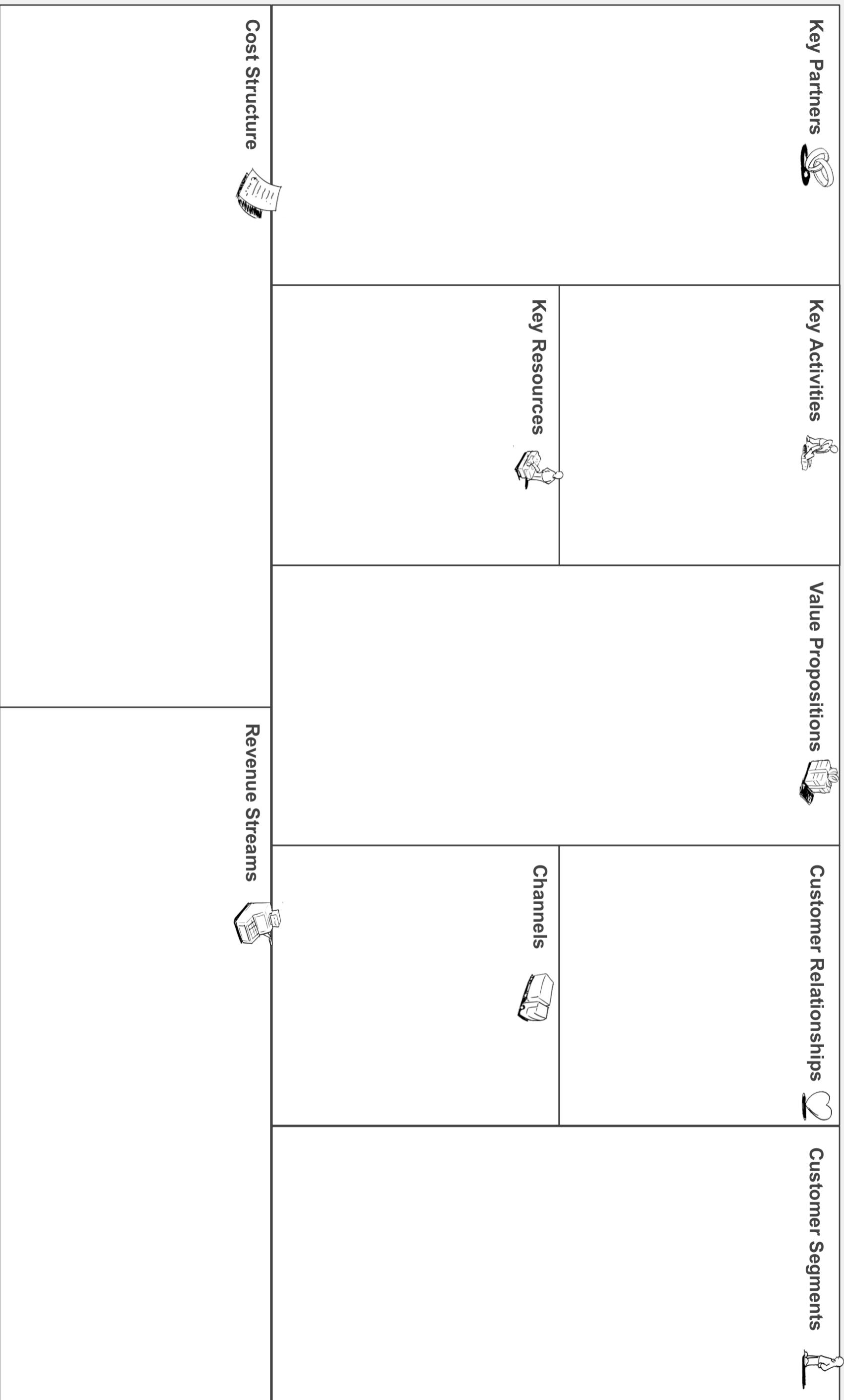
Business Model Canvas

Designed for:

Designed by:

Date:

Version:



KAMPUNG WISATA TEMBUDAN

Kampung Tembudan berjarak sekitar 188 kilometer dari Tanjung Redeb, ibu kota Kabupaten Berau, Kalimantan Timur. Sebelumnya, wilayah ini masuk Kecamatan Talisayan. Namun seiring dimekarkannya beberapa wilayah, kini Tembudan masuk wilayah Kecamatan Batu Putih.

Pada tahun 2022 Kampung Tembudan di nobatkan sebagai Desa Wisata yang merupakan salah satu program yang dicanangkan oleh

Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (KEMENPAREKRAF) sejak tahun 2021 yang lalu. Dengan mengangkat tema "Indonesia Bangkit", program ini diharapkan mampu mewujudkan visi Indonesia yaitu "Indonesia sebagai Negara Tujuan Pariwisata Berkelas Dunia, Berdaya Saing,

Berkelanjutan dan Mampu Mendorong Pembangunan Daerah dan Kesejahteraan Rakyat". Tumbuh dan berkembangnya desa wisata akan meningkatkan penghasilan masyarakat, baik dari terbukanya lapangan pekerjaan maupun bagi pelaku usaha UMKM sehingga dapat mendorong kebangkitan perekonomian di Indonesia.

Salah satu alasan terpilih karena Tembudan berhasil menerapkan ekowisata berbasis low carbon. Tembudan telah mengelola kawasan mangrove dengan menerapkan ekowisata (berbasis sustainable), dan memiliki visitor management yang cukup baik.

Dalam menjaga mangrove di Tembudan, dibentuk suatu komunitas yang diberi nama Mangrove Comunity Centre (MCC).

Di tahun 2023 ini Bupati Berau, Sri Juniarsih Mas menyerahkan Surat Keputusan (SK) tentang penetapan dan penunjukan pengelolaan ekosistem mangrove secara berkelanjutan dan berbasis masyarakat pada areal penggunaan lain di Kampung Tembudan, Kecamatan Batu Putih di ruang rapat Kakaban, Kantor Bupati Berau, Kecamatan Tanjung Redeb.

Dengan luasan hutan mangrove 3.000 Hektare diharapkan dapat dikelola dengan baik sebagai ekowisata mangrove dan kegiatan positif lainnya yang bermuara pada kemajuan ekonomi masyarakat.

WISATA TELUSUR



WISATA AIR



EKONOMI DAN BUDAYA



KUPS WANYI ALADAN KAMPUNG BIATAN ULU

LPHD Talun Menjat mendapatkan hak pengelolaan hutan desa berdasarkan Surat Keputusan dari Menteri Lingkungan Hidup dan Kehutanan Nomor: SK.8760/MENLHK-PSKL/PKPS/PSL.0/12/2018 tentang Pemberian Hal Pengelolaan Hutan Desa Kepada Lembaga Pengelola Hutan Desa Talun Menjat Kampung Biatan Ulu Seluas ± 10.033 Ha. Wanyi Aladan adalah salah satu Kelompok Usaha Perhutanan Sosial (KUPS) yang dibentuk untuk mengembangkan budidaya madu klulut.

Saat ini KUPS Wanyi fokus mengembangkan budidaya madu klulut. Usaha budidaya madu klulut telah dimulai pada Tahun 2022. Modal awal usaha ini berasal dari hibah Kesatuan Pemangku Hutan (KPH) Berau Pantai berupa 20 unit stup madu senilai Rp20 (dua puluh) juta. Tujuan Unit Usaha Madu KUPS Wanyi adalah untuk mengelola usaha madu klulut dan pemanfaatan madu hutan dengan tujuan untuk sebesar-besarnya kesejahteraan masyarakat Kampung Biatan Ulu.

Berdasarkan kebijakan dari LPHD Talun Menjat Kampung Biatan, KUPS Madu Klulut memiliki fokus usaha pada pengembangan usaha madu klulut baik di kawasan hutan maupun di lahan pekarangan sekitar permukiman. Usaha ini telah berjalan selama setahun terakhir dengan produk utama madu curah. Di masa mendatang, usaha ini dapat dikembangkan dengan diversifikasi produk berupa madu olahan (madu dengan kadar air tertentu), stup, propolis dan polen.

Usaha madu klulut merupakan jenis usaha yang menjadi fokus untuk dikembangkan oleh KUPS Wanyi dikarenakan KUPS ini telah memiliki pengalaman dalam satu tahun terakhir mengelola usaha ini. Selain itu, usaha madu klulut merupakan usaha yang berbasis pada potensi lokal Kampung Biatan Ulu, di mana Kampung Biatan Ulu memiliki Hutan Desa yang memiliki potensi untuk pengelolaan madu klulut.

a. Potensi Pasar

Pembudidayaan lebah madu merupakan salah satu usaha yang potensial untuk terus dikembangkan di Indonesia. Kondisi tersebut disebabkan oleh besarnya ketimpangan antara

tingkat produksi madu dengan kebutuhan masyarakat. Kebutuhan akan madu Indonesia mencapai sekitar 15-150 ribu ton/tahun, sementara jumlah produksinya hanya sekitar 10-12 ribu ton/tahun. Kebutuhan madu untuk industri farmasi/kosmetik saat ini mencapai 15 ribu ton/tahun, sedangkan kebutuhan madu untuk konsumsi di Indonesia sebanyak 10-15 gr/kapita/tahun. Jumlah ini sangat kecil jika dibandingkan dengan jumlah madu yang di konsumsi di negara maju yaitu sekitar 1-1,5 kg/kapita/tahun (Perhutani.co.id, 2016 dalam Yumantoko, 2022).

Berdasarkan data di atas dan menurut pengalaman penduduk Biatan Ulu dalam pemasaran madu alam selama ini, budidaya madu

sangat prospektif untuk dikembangkan. Umumnya pemasaran madu yang dilakukan penduduk Biatan Ulu hanya sampai tingkat kecamatan. Pada "pedagang" maju akan membeli kepada pemanen madu sehingga penduduk tidak mengalami kesulitan dalam menjual madunya. Di sisi lain, rencana pengembangan usaha madu klulut KUPS Wanyi diharapkan dapat mendukung pemasaran

madu tidak hanya di tingkat kecamatan atau kabupaten namun hingga luar provinsi. Budidaya madu klulut yang dikelola KUPS Wanyi masih sangat prospektif untuk dikembangkan dan ditingkatkan skala usahanya dengan beberapa pertimbangan dan data pendukung, sebagai berikut:

- 1 Penduduk Biatan Ulu telah memiliki pengalaman turun menurun dalam mengelola dan memanen madu alam. Kearifan tradisional memanen madu ini dibarengi dengan kesadaran akan pentingnya menjaga hutan dan alam karena lebah madu hanya dapat berkembang biak dan menghasilkan madu yang baik pada kawasan yang mendukung.
- 2 Kebutuhan akan madu baik secara nasional atau lokal masih sangat besar dan akan semakin meningkat seiring dengan perkembangan penduduk dan kegiatan perekonomian.
- 3 Terdapat potensi kerjasama KUPS dengan berbagai pihak dalam pengembangan usaha



madu klulut dengan berbagai pihak antara lain: pemerintah desa, pemerintah kabupaten, KPH, lembaga pendamping (Menapak Indonesia), program mitra pembangunan (USAID Segar) dan berbagai pihak lain. Kerjasama ini terkait dengan permodalan, peralatan, peningkatan sumberdaya manusia, pemasaran dan hal-hal lain yang relevan.

4 Terdapat potensi kerjasama antar KUPS sehingga terjadi sinergi dan saling mendukung untuk peningkatan skala usaha.

b. Kondisi Persaingan

Dengan kondisi "gap" yang sangat tinggi antara permintaan dan ketersediaan madu maka potensi pasar madu saat ini masih sangat terbuka. Meski demikian persaingan dalam pemasaran madu juga terjadi terkait dengan kualitas dan standar madu. Di pasar madu saat ini secara umum terdapat dua pasar yakni madu curah dan madu yang telah diolah. Madu yang telah diolah umumnya diberikan perlakuan dengan menurunkan kadar airnya. Dengan syarat produk madu dapat memenuhi kualitas dan standar yang baik maka madu produksi KUPS Wanyi akan dapat bersaing dengan baik di pasaran.

C. Usaha-usaha Pemasaran

Pemasaran yang dilakukan oleh KUPS Wanyi dilakukan dengan menganalisis beberapa poin yakni:

- Product (Produk)

Dilihat dari segi produk, madu klulut yang dibudidayakan oleh KUPS Wanyi memiliki keunggulan nilai ekonomi juga memiliki nilai lingkungan di mana pengelolaan madu yang baik harus didukung dengan kondisi hutan dan lingkungan yang baik.

- Price (Harga)

Saat ini, harga yang ditetapkan KUPS Wanyi untuk produk madu klulut curah kemasan botol sebesar Rp50.000 per 100 mililiter atau Rp500.000,- per 1 liter.

- Place (Tempat)

Secara umum rencana pemasaran madu klulut dibagi menjadi dua yakni untuk memenuhi kebutuhan di dalam kecamatan atau kabupaten dan untuk dipasarkan lebih luas di provinsi atau nasional. Berdasarkan pengalaman penduduk Biatan Ulu menjual madu alami, pemasaran madu cukup di tingkat kecamatan. Di sisi lain, berdasarkan studi awal kebutuhan madu di tingkat kabupaten juga cukup tinggi. Sudah ada komitmen awal dari Pemerintah Daerah Kabupaten Berau untuk membantu memasarkan madu-madu yang dihasilkan oleh KUPS Wanyi.

- Promotion (Promosi)

Promosi produk madu klulut KUPS Wanyi dilakukan melalui media sosial dan pihak-pihak lain yang selama ini mendukung kegiatan budidaya madu klulut di Biatan Ulu.

PERKUMPULAN MENAPAK INDONESIA

Adalah organisasi non pemerintah yang dideklarasikan pada tanggal 11 September 2002 di Tanjung Redeb.

Visi Lembaga :

Mendorong Masyarakat Berdaulat Dan Mandiri Dalam Pengelolaan SDA Secara Berkelanjutan Dan Berkeadilan

Misi Lembaga :

- Misi Mendorong kebijakan yang mengakui hak-hak masyarakat dalam pengelolaan SDA
- Memperkuat kelembagaan masyarakat Desa
- Mendorong model-model pengelolaan SDA berbasis pada kearifan local
- Mengembangkan sumber-sumber ekonomi kerakyatan berbasis pada potensi SDA

Kegiatan Utama Lembaga :

Penelitian, Pendampingan dan Pemberdayaan masyarakat desa, Pelestarian lingkungan, Advokasi kebijakan, dan Pengembangan ekonomi desa.

Redaksi :

Penanggungjawab : Hairiansyah
Dewan Redaksi : Irsyam Handoko, Marta

Alamat : Jalan Murjani 2 Gg. Lestrai No 4, Tanjung Redeb

Email : menapak@gmail.com

Website : menapak.org

BULETIN INI TERBIT ATAS DUKUNGAN DARI TFCA KALIMANTAN