Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia p–ISSN: 2541-0849
e-ISSN: 2548-1398
Vol. 7, No. 11, November 2022

EVALUASI DAN STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS USAHA KOPI DENGAN PENDEKATAN *TRIPPLE LAYERED BUSSINESS MODEL CANVAS (TLBMC)*

Widya Weullas, M. Adib Sultan, Chairul Furqon
Universitas Pendidikan Indonesia, Indonesia
E-mail: Widyaweullas@upi.edu

Abstrak

Penelitian ini ditujukan untuk (1) mengetahui gambaran umum perusahaan Java Frinsa Estate (2) merumuskan strategi menggunakan SWOT *analysis* , (3) membuat usulan pengembangan model bisnis menggunakan *tripple layer bussiness model canvas*. Jenis penelitan ini adalah penelitian kualitatif. Dalam penelitian ini, sumber data primer berasal dari hasil observasi dan informan dengan para pemangku kepentingan di Java Frinsa Estate. Data sekunder diperoleh dari berbagai literatur dan hasil penelitian terkait. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan ada di posisi kuadran I yang mana *progressive* untuk melakukan pengembangan usaha. Hasil dari *Tripple layer bussiness model canvas* yakni menciptakan pengembangan model bisnis wisata berbasis edukasi mengacu kedalam *enviroment* dan *social layer*.

Kata Kunci : *economic; environment; social.*

Abstract

This research is intended to (1) find out the general description of the Java Frinsa Estate company (2) formulate strategies using SWOT analysis, (3) make proposals for business model development using the tripple layer business model canvas. This type of research is qualitative research. In this study, primary data sources came from observations and informants with stakeholders in Java Frinsa Estate. Secondary data are obtained from various literature and related research results. Data collection techniques are carried out by observation, interviews and documentation. The results showed that the company is in quadrant I position which is progressive for business development. The result of the Tripple layer business model canvas is to create an education-based tourism business model development referring to the environment and social layer.

Keywords: *economic; environment; social.*

Pendahuluan

Total konsumsi kopi di Indonesia hampir 300.0000.000 kilogram dan jumlah peningkatan konsumsi kopi di Indonesia mengalami peningkatan yang tinggi dengan

How to cite:	Widya Weullas, M. Adib Sultan, Chairul Furqon (2022) Evaluasi dan Strategi Pengembangan Bisnis Usaha Kopi Dengan Pendekatan Tripple Layered Bussiness Model Canvas (TLBMC), *(7) 11,* http://dx.doi.org/10.36418/syntax-literate.v7i11.12256
E-ISSN:	2548-1398
Published by:	Ridwan Institute

Compound Annual Growth Rate (CAGR) sebanyak 2.7 persen dalam periode tahun 2014 sampai dengan 2019 (ICO, 2020). Saat ini, kopi menjadi salah satu komoditas unggulan pertanian yang mempunyai kontribusi yang cukup nyata dalam perekonomian Indonesia, yaitu sebagai penghasil devisa, sumber pendapatan petani, penghasil bahan baku industri, penciptaan lapangan kerja dan pengembangan wilayah (Furqon, Sultan, Wijaya, 2019)

Pada dasarnya, industri usaha mengalami perubahan yang dramatis (Anwar & Saputra, 2018; Remane et al., 2017). Pada era globalisasi ini ditandai dengan adanya perubahan lingkungan yang dinamis, pertumbuhan teknologi informasi dan dorongan global yang berkembang pesat menciptakan persaingan yang semakin kompetitif (Rafiki, 2019). Cara agar suatu usaha atau bisnis dapat berkembang adalah dengan cara merancang model bisnis baru. Maka dari itu, perusahaan perlu membuat model bisnis yang unik dan baru untuk memenuhi persyaratan kinerja harga yang bersaing dan kompetitif di pasar ini (Winterhalter et al., 2015). Model bisnis mengacu pada logika perusahaan melalui operasi dan penciptaan nilai di berbagai stakeholder (Shafer et al., 2005).

Hasil dari BMC berguna untuk melakukan analisis SWOT dengan fungsi perbandingan antar kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman yang akan dialami perusahaan. Kombinasi antara analisis SWOT dan BMC menjadikan penilaian yang fokus serta evaluasi pada model bisnis perusahaan (Tjitradi, 2015). Sementara hasil yang didapatkan dari analisis SWOT menjadi acuan untuk merubah bisnis model yang diterapkan sekarang.

Adapun pengembangan dari BMC adalah *Triple Layer Bussiness Model Canvas* adalah sebuah alat untuk memadukan kepedulian ekonomi, sosial dan lingkungan secara bersamaan dalam sebuah strategi inovasi bisnis yang berkelanjutan.. Elkington (2001) mengadopsi pendekatan *Triple Bottom Line* untuk keberlanjutan suatu organisasi dalam *Tripple Layer Bussines Model Canvas*. *Tripple Layer Bussines Model Canvas* juga dapat membantu perusahaan memvisualisasikan organisasi untuk lebih mengacu pada model bisnis berkelanjutan (Mu et al., 2016).

Berdasarkan paparan di atas, *Tripple Layer Bussines Model Canvas* diharapkan akan menjadi sebuah solusi yang akan memperbaiki masalah-masalah lingkungan sekitar perusahaan dengan berbagai inovasi yang mungkin akan membuat keuntungan yang baik bagi perusahaan. Penelitian ini akan menggambarkan bagaimana model bisnis Java Frinsa Estate dan pengembangan model bisnis dengan menggunakan *Tripple Layer Bussines Model Canvas* di Java Frinsa Estate.

Literatur

Bisnis Model

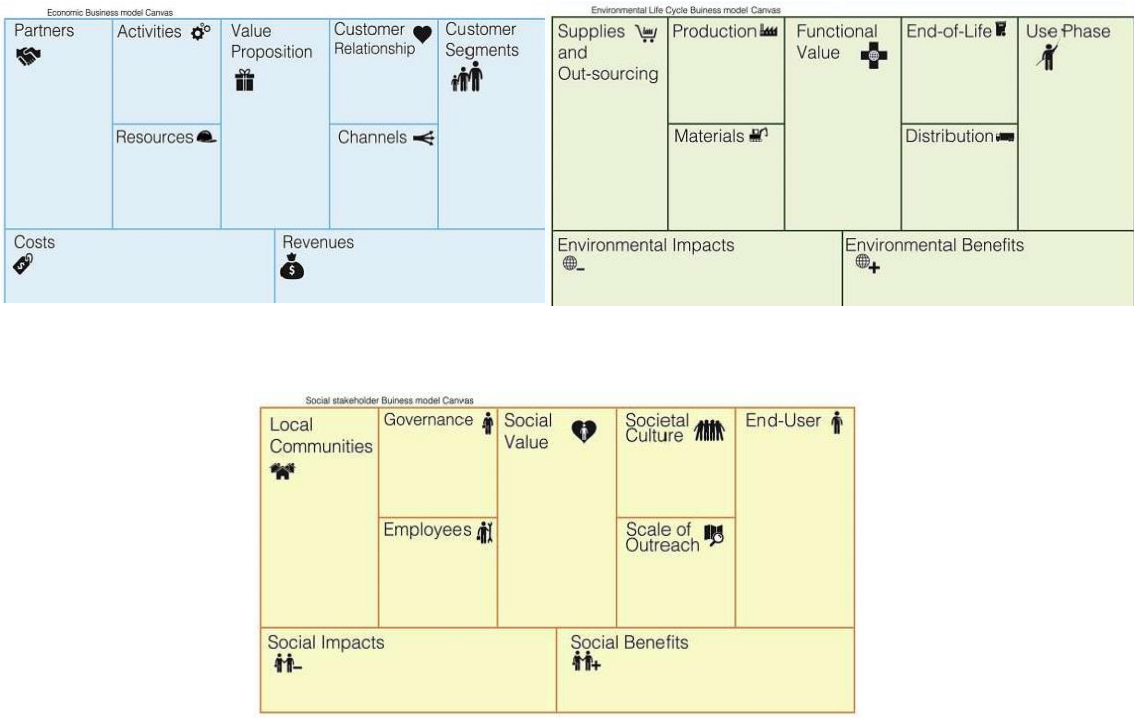
Status perubahan lingkungan tersebut membuat pengusaha untuk memodifikasi dengan cara sederhana dalam operasi dan struktur usahanya. Dengan demikian, perlunya merancang model bisnis yang fleksibel yang memungkinkan perusahaan untuk merancang ulang secara efisien bentuk pilihan strategis yang menjabarkan logika bisnis sesuai dengan harapan pasar (Trimi & Berbegal-mirabent, 2012).

Secara sederhana Bisnis model adalah kegiatan bagaimana perusahaan menghasilkan uang (how plan to make money) dari kegiatan-kegiatan usahanya (Kasali, 2017). Bisnis model sebagai penentu bagaimana cara dan penambahan nilai guna menawarkan produk. Bisnis model didefinisikan sebagai perancang terhadap produk barang, produk jasa, dan sumber-sumber pendapatan dar penyedia (supplier) dan pengguna (customers) (Dudin et al., 2015).

Bisnis model merupakan cerminan hipotesis manajemen tentang keinginan pelanggan, bagaimana mereka menginginkannya,sesuatu yang akan mereka bayar dan bagaimana perusahaan dapat memenuhi kebutuhan pelanggan (Teece, 2010). Pada perspektif lain mendeskripsikan tentang bagaimana sebuah perusahaan mengatur dirinya sendiri untuk membuat dan mendistribusikan nilai dengan cara yang menguntungkan (Baden-fuller & Morgan, 2010).

Tripple Layer Bussiness Model Canvas

Gambar 1
Tripple Layer Bussiness Model Canvas



Tripple Layer Bussines Model Canvas pertama kali diusulkan oleh Joyce & Paquin (2016) yang dalam penelitiannya mengatakan *Tripple Layer Bussines Model CanvaS* memiliki potensi untuk mendukung mereka yang mencari cara untuk mengubah organisasi berkelanjutan. Didalam penelitian ini terdapat model bisnis yang berkelanjutan dengan menyediakan alat atau kerangka kerja dalam bentuk *Triple Layered Business Model Canvas* untuk mengaktifkan perspektif *triple bottom line* untuk keberlanjutan dari dampak ekonomi, lingkungan dan sosial yang dapat diterapkan pada model bisnis.

Tripple Layer Bussines Model Canvas mengikuti pendekatan *triple-bottom-line* untuk keberlanjutan organisasi (Elkington, 2001), secara eksplisit menangani dan mengintergrasikan penciptaan nilai ekonomi, lingkungan dan sosial sebagai inti dari model bisnis perusahaan. Secara khusus memanfaatkan analisis siklus hidup dan perspektif manajemen stakeholder dalam kanvas lingkungan dan sosial yang baru dibuat untuk membuat konsep dan menghubungkan berbagai jenis penciptaan nilai dalam perspektif model bisnis. Sebagai alat, *Tripple Layer Bussines Model Canvas* menjembatani inovasi model bisnis (Spieth et al., 2014; Zott et al., 2011) dan pengembangan dari model bisnis berkelanjutan (Boons & Lüdeke-Freund, 2013) untuk mendukung individu dan organisasi dalam mencari persaingan secara kreatif untuk mencari persaingan perubahan berorientasi berkelanjutan sebagai cara untuk mengatasi tantangan yang kita hadapi saat ini (Azapagic, 2003; Shrivastava & Statler, 2012).

SWOT Analysis

Wheelen & Hunger (2012) analisis SWOT mengidentifikasi berbagai faktor dalam merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini digunakan untuk menggambarkan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang merupakan faktor penting dalam mengidentifikasi perusahaan.

Tabel 1
Faktor Penting

Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor	Komentar
Peluang				
Ancaman				
Total				

Sumber: (Wheelen & Hunger, 2012)

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode *Tripple Layer Bussines Model Canvas* dengan memanfaatkan analisis *strength, weakness, opportunity, dan threats (SWOT)* yang didapatkan dari wawancara dengan pemilik. Tujuan pengunaan metode analisis SWOT adalah untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman, menentukan strategi berdasarkan faktor eksternal dan internal. Penentuan strategi dilandasi dengan perhitungan dari matriks *internal factor evaluation* (IFE) dan *external factor evaluation* (EFE) yang didapatkan dari pemberian kuesioner kepada 3 orang ahli yang kemudian dinormalisasikan. Hasil dari matriks IFE dan EFE kemudian dimasukan ke dalam matriks untuk mendapatkan posisi perusahaan dan strategi yang tepat untuk perusahaan. Setelah itu menggunakan *Tripple Layer Bussines Model Canvas* untuk menelusuri lebih detail yang akan menjadi usulan pengembangan model bisnis.

Sumber Data

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif untuk memberikan gambaran inovasi model bisnis pada Usaha Kopi di Java Frinsa Estate. Data yang digunakan pada penelitian ini adalah jenis data primer. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara dan pembagian kuesioner kepada ahli. Observasi dilakukan secara langsung dan wawancara serta *brainstorming* dilakukan kepada owner. Pemberian kuesioner kepada ahli dilakukan untuk menentukan nilai bobot pada SWOT. Hasil pengolahan data berupa usulan strategi yang dapat diimplementasikan ke dalam *TRIPPLE LAYER BUSSINES MODEL CANVAS*.

Hasil dan Pembahasan

Java Frinsa Estate adalah sebuah *brand* yang dibuat oleh Java Frinsa Estate. Lebih dikenal dengan nama Frinsa untuk brand kopi *specialtynya.* Visi "*Best Coffee from Best Practices*" adalah komitmen Frinsa untuk memproduksi kopi *specialty* dengan kualitas dan standar mutu yang tinggi dan konsisten tentunya dengan menggunakan praktik perkebunan dan *sustainable* dalam berbagai aspeknya sehingga tidak merugikan lingkungan maupun masyarakat di sekitar lokasi perkebunan dan produksinya.

Frinsa didirikan oleh bapak Wildan Mustofa dan Ibu Atieq Mustikaningtyas, sepasang suami istri yang berkomitmen dalam mengembangkan usaha kopi. Frinsa didirikan pada tahun 2012 dengan penanaman kopi perdananya. Frinsa merupakan sebuah perusahaan keluarga yang bergerak di bisnis produksi kopi, mulai dari pembibitan, penanaman, pengolahan hingga menjadi biji kopi, bahkan pemuliaan varietas kopi. Berfokus produksi untuk mengahsilkan biji kopi dengan kualitas yang tinggi dan menghasilkan cita rasa yang beragam menjadikan Frinsa unggul dalam dunia kopi specialty. Penghargaan demi penghargaan diraih dalam berbagai kejuaraan nasional maupun internasional, seperti Kopi Java Frinsa Estate digunakan oleh juara 1 Hungarian Barista Championship 2019. Juara ke-3 kategori Best Filter Coffee di Helsinki Coffee Festival 2018, Finlandia. Runner-up Indonesian Portrait Country Selection Coffee di Atlanta, tahun 2016. Runner up Coffee Auction S.I.A.L. Interfood di Jakarta, tahun 2015. Dan salah satunya yang terbaru adalah memenangkan juara 3 dalam ajang kopi internasional yakni Cup Of Excellence 2022 dengan pengahargaan Best Farmer of The Year. Java Frinsa Estate beralamat di Pangalengan, Kawasan Dataran Tinggi Bandung. Salah satu kebun Java Frinsa Estate berlokasi di Desa Weninggalih, Sindangkerta. Memiliki ketinggian 1.350-1.450 mdpl dengan tanah vulkanik yang subur memberikan suhu dan nutrisi yang ideal untuk perkebunan kopi.

Matriks IFAS – EFAS

Matrik IFAS – EFAS didapat dari teknik wawancara secara langsung kepada dua *owner* Java Frinsa Estate dan juga kepada manajer operasional, dengan cara mengajukan pertanyaan-pertanyaan sesuai dengan topik pembahasan. Berdasarkan hasil wawancara mendalam *(indepth interview*). Berikut matriks SWOT yang dihasilkan dari *indepth interview*.

Tabel 2
Analisis SWOT 1

	Kekuatan (*Strengths*)	**Kelemahan (W*eaknesses*)**
	S1. Berhubungan baik dengan organisasi terkait kopi S2. Berhubungan baik dengan banyak mitra petani dan pengepul S3. Berhubungan baik dengan masyarakat sekitar kebun S4. Berhubungan baik dengan konsumen dalam negeri S5. Berhubungan baik dengan konsumen luar negeri S6. Aktif dalam berbagai kegiatan kopi S7. Memiliki value yang tinggi pada perusahaannya S8. Memiliki value produk yang baik S9. Memiliki pengelolaan *sustainable* dalam pengelolaan kebun S10. Pengembangan produk biji kopi *specialty* yang unik dan bercitarasa tinggi S11. Mengikuti standar kopi *specialty*	W1. Penggunaan sosial media yang kurang optimal W2. SDM *double job* W3. Sistematis perkejaan sudah tertata namun belum konsisten W4. Tidak adanya prosedur operasi standar yang utuh pada setiap bidang W5. Sistem pencatatan inventory belum tertata W6. Kurangnya *monitoring* dan kontrol
Peluang (*Opportunities*)	**Strategi SO**	**Strategi WO**
O1. Pengembangan Wisata berbasis edukasi O2. Pengembangan sarana Informasi dan promosi produk melalui platform sosial	1.Membuat pengembangan produk ekowisata (S1,S2, S3, S4, S7 S8, O1, O2, O3) 2.Membuat program edukasi diluar kopi (S5, S6, S9, S11, O2, O5) 3.Pengembanagn usaha diluar kopi (S6, S8, S10, O4, O5, O6, O7)	1.Meningkatkan manajemen media 2.Penambahan SDM sesuai dengan bidang yang dibutuhkan (W2, W6, O1, O2, O3, O4, O5, O6, O7) 3.Membuat rencana tahuanan dengan sistem pembagian kerja dan penangungJavab dalam

media lain O3. Sekolah Ekspor O4. Mengembangkan usaha kuliner O5. Mengembangkan *Niche Market* O6. Pengembangan usaha *roastery house* O7. Pengembangan usaha Kopi bubuk O8. Meningkatkan Sarana dan Prasarana		setiap *jobdesk* (W3, O1, O2, O3, O4, O5, O6, O7) 4.Membuat pedoman dan panduan kerja pada setiap bidang atau KPI (W4, W5, O1, O2, O3, O4, O5, O6) 5.Peningkatan sistem monitoring dan kontrol (W6, O1, O6)
Ancaman (*Threats*) T1.Harga Kopi Dunia T2. Pesaing yang lebih *innovative* T3. *Climate change issues* T4. Kegagalan Produksi	**Strategi ST** 1.Selalu terbuka kepada konsumen mengenai harga dan kondisi saat pengolahan kopi (S3, S4, S5, T1,T3,T4) 2.Pengembangan produk baik berupa barang maupun jasa yang sesuai dengan *resource yang ada* (S1, S2, S3, S4, S5, S6, S7, S8, S9, S10, T2)	**Strategi WT** 1.Mengedukasi tentang harga dan kondisi pengolahan kepada konsumen (W1, T1, T3, T4) 2. Pengembangan produk dan penamabahan SDM sesuai dengan kapasitasnya (W2,W3, T2)

Tabel 3
Analisis SWOT 2

Kekuatan *(Strength)*	**Bobot**	**Rating**	**Skor**
S1. Berhubungan baik dengan organisasi terkait kopi	0,10	3,67	0,37
S2. Berhubungan baik dengan banyak mitra petani dan pengepul	0,10	4,00	0,40

S3. Berhubungan baik dengan masyarakat sekitar kebun	0,10	4,00	0,40
S4. Berhubungan baik dengan konsumen dalam negeri	0,10	4,33	0,43
S5. Berhubungan baik dengan konsumen luar negeri	0,12	4,33	0,52
S6. Aktif dalam berbagai kegiatan kopi	0,05	4,33	0,22
S7. Memiliki value yang tinggi pada perusahaannya	0,10	5,00	0,50
S8. Memiliki value produk yang baik	0,10	5,00	0,50
S9. Memiliki pengelolaan sustainable dalam pengelolaan kebun	0,10	4,33	0,43
S10. Pengembangan produk biji kopi *specialty* yang unik dan bercitarasa tinggi	0,05	4,67	0,23
S11. Mengikuti standar kopi *specialty*	0,08	4,67	0,37
TOTAL	1,00	48,33	4,38
Kelemahan *(Weakness)*	**Bobot**	**Rating**	**Skor**
W1. Penggunaan sosial media yang kurang optimal	0,20	4,33	0,87
W2. SDM double job	0,15	4,00	0,60
W3. Sistematis perkejaan sudah tertata namun belum konsisten	0,15	3,60	0,54
W4. Tidak adanya prosedur operasi standar yang utuh pada setiap bidang	0,20	4,00	0,80
W5. Sistem pencatatan inventory belum tertata	0,10	4,00	0,40
W6. Kurangnya monitoring dan kontrol	0,20	4,33	0,87
TOTAL	1,00	24,26	4,07

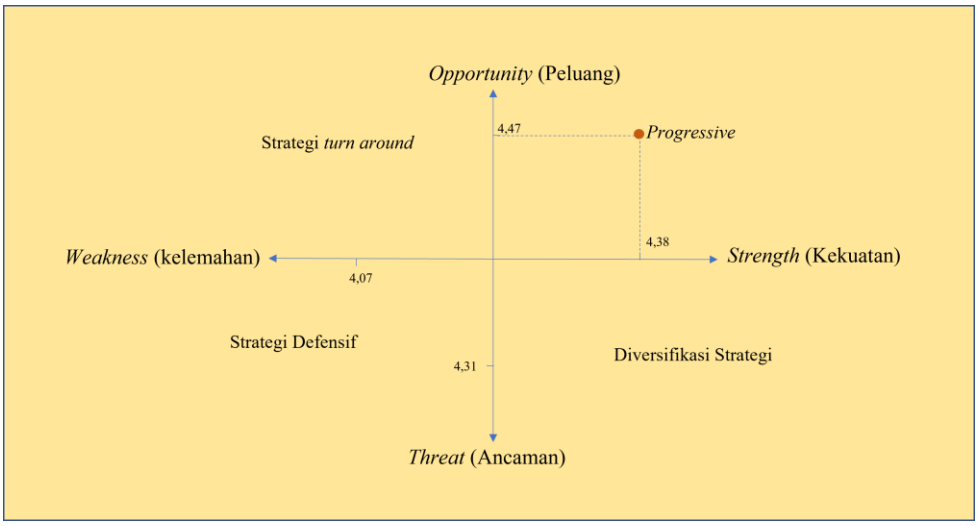
Tabel 3
Analisis SWOT 3

Peluang *(Opportunities)*	**Bobot**	**Rating**	**Skor**
Pengembangan Wisata berbasis edukasi	0,25	5,00	1,25
Pengembangan sarana Informasi dan promosi produk melalui platform sosial media lain	0,15	4,33	0,65
Sekolah Ekspor	0,20	4,33	0,87
Mengembangkan usaha kuliner	0,05	3,00	0,15
Mengembangkan *Niche Market*	0,10	4,67	0,47
Pengembangan usaha roastery house	0,05	4,33	0,22
Pengembangan usaha Kopi bubuk	0,15	4,33	0,65
Meningkatkan Sarana dan Prasarana	0,05	4,33	0,22
	1,00	34,32	4,47
Ancaman *(Threat)*	**Bobot**	**Rating**	**Skor**

Harga Kopi Dunia	0,25	4,37	1,09
Pesaing yang lebih *innovative*	0,25	4,00	1,00
Climate change issues	0,35	4,33	1,52
Kegagalan Produksi	0,15	4,67	0,70
TOTAL	1,00	17,37	4,31

Posisi perusahaan yang berada pada kuadran I sangat menguntungkan, karena perusahaan dapat memaksimalkan peluang yang ada dengan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki. Perusahaan yang berada pada kuadran I memiliki posisi yang strategis. Strategi yang sesuai bagi perusahaan yang berada pada kuadran I adalah strategi pengembangan usaha.

Gambar 2
Posisi Perusahaan Dalam Kuadran SWOT



Triple Layer Business Model Canvas atau bisnis model canvas dengan tiga lapisan dapat dijadikan sebagai alat yang praktis untuk mengintegrasikan kepedulian ekonomi, lingkungan dan sosial secara berkoordinasi menjadi pandangan holistik dari model bisnis suatu organisasi. *Tripple Layer Bussines Model Canvas* dibangun dari bisnis model canvas original milik (Osterwalder, Pigneur, Smith, & Movement, 2010) alat populer yang banyak diadopsi untuk mendukung inovasi model bisnis dengan secara eksplisit mengintegrasikan dampak lingkungan dan sosial melalui lapisan bisnis model tambahan yang sejajar dengan canvas bisnis model original yang berorientasi ekonomi.

Selanjutnya terdapat economic layer yang hasilnya adalah pada dasarnya Java Frinsa Estate telah menjalankan bisnis yang sudah ada dengan baik, dalam posisi sekarang Java Frinsa Estate sangat memungkinkan untuk mengembangkan bisnis diluar bisnis utamanya yaitu penjualan greenbean. Key Partners yang sudah terjalin dengan Java Frinsa Estate sudah sesuai. Key Activities yang dilakukan oleh Java Frinsa Estate diantaranya yakni budidaya kopi, penjualan bibit kopi, penjualan *greenbean* dan agribisnis kentang. Key Resiource yanhg didapatkan oleh Java Frinsa Estate yakni dari

kebun sendiri dan juga dari beberapa mitra yang sudah disesuaikan dengan standar yang frinsa butuhkan. *Value Preposition* Java Frinsa Estate adalah *best coffee from best practices* yang menjadi suatu visi yang bernilai dalam setiap pengolahan *greenbean* yang akan dijual dan juga single varietas yang ditawarkan menjadi produk yang sngat dinantikan dengan *value* yang ada di dalamnya. *Customer Relationship* yang dilakukan adalah dengan menawarkan produk dengan harga khusus dan juga kunjungan-kunjungan pada *loyal customer. Costumer Segment* Java Frinsa Estate adalah orang-orang yang terjuan dalam bisnis kopi terutama kopi *specialty.* Penyaluran yang dilakukan oleh Java Frinsa Estate adalah dengan bekerja sama dengan beberapa jasa pengiriman dan juga dapat disalurkan langsung oleh kurir apabila jarak tempuhnya dekat, tentunya permodalan yang dilakukan oleh Java Frinsa Estate didapatkan dari bank, modal sendiri dan juga investor.

Gambar 3
Economic Bussiness Model Layer



Dalam lapisan kedua yakni berfokus pada Lingkungan yang ada di Java Frinsa Estate. Dapat dilihat dalam lapisan lingkungan bahwa Java Frinsa Estate sudah berusaha menjaga lingkungannya agar tetap hijau. Java Frinsa Estate berdiri karena berawal dari keprihatinan Bapak Wildan Mustofa selaku owner melihat banyak sekali bencana longsor terjadi di daerah yang banyak menjadi lahan perkebunan sayur, maka dari itu menanam kopi adalah sebuah solusi yang dapat dijalankan untuk mengurangi erosi yang terjadi. Value yang diciptakan oleh Java Frinsa Estate tentunya menjadi nilai tambah dalam bisnis usahanya.

Gambar 3
Enviromental Life Cycle Bussiness Model Canvas



Lapisan ketiga dalam *Tripple Layered Bussiness Model Canvas* yakni adalah lapisan yang berfokus pada sosial masyarakat sekitar dan para pemangku kepentingan. Java Frinsa Estate selalu berusaha menjalin hubungan yang baik dengan sosial budaya masyarakat sekitar dikarenakan lokasi perkebuanan dan juga pabrik pengolahan tidak jauh dengan pemukiman masyarakat. Masyarakat disekitar frisa menjadi bagian dari frinsa dengan menawarkan lapangan pekerjaan bagi mereka.

Gambar 4
Social Stakeholder Bussiness Model Canvas Layer



Kesimpulan

Pada penelitian ini terdapat beberapa yang dapat diperhatikan dalam matriks EFAS – IFAS terdapat kekuatan (*strength*) sebanyak 11 poin, kelemahan (*weakness*) sebanyak 6 poin, Kesempatan (*opportunity)* sebanyak 8 poin, dan ancaman (*threath)* sebanyak 4 poin. Java Frinsa Estate dalam pembobotan terdapat di kuadran 1 yakni *progressive* dan memiliki peluang yang besar untuk terus mengembangkan produk selain penjualan barang berupa *grenbean*. Penelitian ini menunjukkan bahwa dalam menghadapi beberapa ancaman, Jawa Frinsa Estate tetap memiliki peluang-peluang yang bisa dikembangkan. Pada dasarnya pada tiap *bottom line* yang telah ditelaah menggunakan *tripple leyered bussiness model canvas* Java Frisa Estate sudah sangat baik dalam mengembangkan bisnisnya, dalam artian sudah terpetakan dengan baik dalam proses pengelolaan bahan mentah yaitu *greenbean* sampai dengan melakukan *customer relationship* yang baik bagi para pelanggan. Dalam *Economic layer*, *Enviromental Layer* dan *juga Social Layer* terdapat keunggulan yang sangat menonjol yaitu terkait *value* produk yang ingin dicapai dan dipertahankan oleh Java Frinsa Estate. Dalam hal tersebut ini dapat menjadi *point* yang unggul untuk pengembangan usaha wisata berbasis edukasi yang mengerucut ke tema kopi.

BIBLIOGRAFI

Anwar, K., & Saputra, M. Y. (2018). *Pengaruh Investasi Dan Tenaga Kerja Terhadap Produksi Pada Industri Kecil di Kabupaten Aceh Utara*. *01*, 65–70.

Azapagic, A. (2003). *Systems Approach To Corporate Sustainability*. *81*(September).

Boons, F., & Lüdeke-Freund, F. (2013). Business models for sustainable innovation: state-of-the-art and steps towards a research agenda. *Journal of Cleaner Production*, *45*, 9–19. https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2012.07.007

ICO. (2020). *Annual Review Overcoming The Pandemic : A Year Unlike Any Other*.

Joyce, A., & Paquin, R. L. (2016). The triple layered business model canvas : A tool to design more sustainable business models. *Journal of Cleaner Production*, *135*, 1474–1486. https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.06.067

Mu, M. S., Anggara, Y. P., & Maulana, R. B. (2016). *Identifikasi Pengembangan Industri Tembakau Di Jawa Timur : Pendekatan Model Dinamis Dan Penerapan The Triple Layered Business Model Canvas*. 575–591.

Rafiki, A. (2019). *Business success factors of Muslim women entrepreneurs in Indonesia*. https://doi.org/10.1108/JEC-04-2019-0034

Remane, G., Hanelt, A., Nickerson, R. C., Kolbe, L. M., Remane, G., Hanelt, A., Nickerson, R. C., & Kolbe, L. M. (2017). *Discovering digital business models in traditional industries*. https://doi.org/10.1108/JBS-10-2016-0127

Shafer, S. M., Smith, H. J., & Linder, J. C. (2005). *The power of business models B.* https://doi.org/10.1016/j.bushor.2004.10.014

Shrivastava, P., & Statler, M. (2012). *Learning From the Global Financial Crisis: Creatively, Reliably, and Sustainably*. JSTOR.

Spieth, P., Schneckenberg, D., & Ricart, J. E. (2014). *Business model innovation – state of the art and future challenges for the field*. 237–247.

Tjitradi, E. C. (2015). Evaluasi dan perancangan Model Bisnis Berdasarkan Business Model Canvas. *Agora*, *3*(1), 8–16.

Wheelen, T. L., & Hunger, D. J. (2012). Strategic Management And Business Policy. In Sally Yagan (Ed.), *Journal of Mathematical Sciences (United States)*. https://doi.org/10.1007/s10958-016-2909-8

Winterhalter, S., Zeschky, M. B., & Gassmann, O. (2015). *Managing dual business models in emerging markets : an ambidexterity perspective*.

Zott, C., Amit, R., & Massa, L. (2011). *The Business Model : Recent Developments and*

Future Research. *37*(4), 1019–1042. https://doi.org/10.1177/0149206311406265

Copyright holder:
Widya Weullas, M. Adib Sultan, Chairul Furqon (2022)

First publication right:
Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia

This article is licensed under:

