

MODEL BISNIS PEMBELIAN KOLEKTIF (*CROWDFUNDING*) JUAL BELI SALAM (PESANAN) PETANI DAN WARGA PERUMAHAN

M. Ruslianor Maika
Program Studi Perbankan Syariah
Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
mr.maika@umsida.ac.id

ABSTRAK :

Kebanyakan model bisnis crowdfunding telah digunakan oleh start up company secara online, padahal model bisnis ini juga mampu menjadi solusi offline terutama bagi petani dalam memproduksi beras dengan sebuah konsep yang bebas dari Riba yaitu jual beli salam. Metode pembelian kolektif (crowdsourcing) jual beli salam ini akan dideskripsikan secara rasional bagaimana posisi model bisnis permodalan petani saat ini dalam sebuah kanvas yang sangat kompetitif dan menuntun kita untuk mendesain ulang model bisnisnya dengan menciptakan, menghasilkan dan menangkap nilai melalui 9 blok bangunan bisnis. Hasilnya petani memperoleh modal kerja murah dan peningkatan aliran pendapatan dengan transaksi Salam.

Kata kunci: *crowdsourcing, funding, jual-beli salam, model bisnis, sharing economy*

ABSTRACT :

Mostly, business model crowdfunding allows start up company to share the project accross online ecosystem, even though offline ecosystem may allows such as solution for farmer to produce rice with a concept of non-Riba called Salam Trading. Collective purchasing (crowdfunding) salam describes the rationale of how farmers creates, delivers and captures value with 9 bulding blocks. The results allows farmers to receive low cost funds and raises the revenue streams with Salam.

Keywords: *crowdsourcing, funding, jual-beli salam, model bisnis, sharing economy*

PENDAHULUAN

Menurut Afandi 2013, salah satu kendala yang mengakibatkan sektor pertanian di Indonesia belum berkembang dengan dengan baik adalah keterbatasan modal. Padahal sektor pertanian adalah sektor perekonomian yang utama, hal itu dikarenakan Indonesia merupakan salah satu Negara agraris terbesar di dunia.

Keterbatasan modal membuka peluang masuknya rancangan solusi yang baru untuk memberikan fasilitas permodalan khusus bagi petani. Perbankan nasional, secara teori memiliki potensi sangat besar sebagai salah satu sumber pembiayaan sektor pertanian. Lembaga ini memiliki *core bussiness* menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya ke pelaku usaha dalam bentuk kredit / pembiayaan. Secara konseptual, prospek perbankan nasional untuk mendukung pembiayaan sektor pertanian masih sangat terbuka .Hal ini dapat dilihat dari dua sisi pandang, yaitu dari potensi jumlah dana dan assets yang dimiliki perbankan nasional serta dari sisi melimpahnya potensi sektor pertanian di Indonesia. (Roziq, Hisamuddin, Wahyuni, Purnawanti, 2014).

Hanya saja melimpahnya potensi sektor pertanian di Indonesia tidak mendorong industri perbankan untuk membuat produk pembiayaan pada sektor pertanian khususnya pertanian sawah. Bank terutama Bank Syariah memiliki sebuah konsep model bisnis khusus untuk membantu permodalan petani yaitu bai' as salam. Dasar penetapan jual beli *salam* yang khusus pada sektor pertanian adalah Hadist Bukhari No 2.087 dimana telah menceritakan kepada kami Abu Al Walid telah menceritakan kepada kami Syu'bah dari Ibnu Abi Al Mujalid dan telah menceritakan kepada kami Yahya telah menceritakan kepada kami

Waki' dari Syu'bah dari Muhammad bin Abi Al Mujalid telah menceritakan kepada kami Hafsh bin 'Umar telah menceritakan kepada kami Syu'bah berkata, telah mengabarkan kepada saya Muhammad atau 'Abdullah bin Abi Al Mujalid berkata; 'Abdullah bin Syaddad bin Al Haad berselisih dengan Abu Burdah tentang sistim jual beli *salaf/salam* kemudian mereka mengutus aku kepada Ibnu Abi Aufaa radliallahu 'anhu, lalu aku tanyakan kepadanya, maka dia berkata: "*Kami pernah mempraktekkan salaf/salam di masa Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam, Abu Bakar, 'Umar pada biji gandum, padi, anggur kering (kismis) dan kurma*". Aku juga menanyakan hal ini kepada Ibnu Abzaa lalu dia berkata seperti itu pula.

Sayangnya jual beli salam dengan sumber hukum yang jelas di dalam Al-Quran dan Hadist kurang mendapat perhatian serius baik dari pemerintah sebagai pemegang regulasi maupun dari industri bank syariah sendiri sebagai pemain dalam transaksi *salam*. Terbukti Statistik Perbankan Syariah (SPS) yang diterbitkan oleh Otoritas Jasa Keuangan pada tahun 2015 dalam kurun waktu 2009- Jan 2015 nilai transaksi *salam* masih berada pada angka 0 rupiah. Meskipun dalam statistik Bank Perkreditan Rakyat Syariah ditemukan adanya pembiayaan dengan akad *salam*, namun secara nominal dalam kurun waktu 2009-Jan 2015 nilainya paling besar 197 juta dan paling kecil diangka 16 juta pada Jan 2015.

Semestinya bentuk penerapan konsep jual beli *salam* yang efektif merupakan budaya gotong royong yang dapat membuka peluang skema *sharing economy* antara petani dan warga perumahan. Istilah *sharing economy* sendiri menurut www.oxforddictionaries.com adalah *An economic system in which assets or services are shared between private individuals, either free or for a fee, typically by means of the Internet* atau istilah masyarakat Indonesia disebut sebagai Patungan, dimana menurut kbbi.web.id patungan adalah bersama-sama membeli, menyewa, dan sebagainya; bersama-sama mengumpulkan uang untuk suatu maksud.

Kedepan model bisnis gotong royong/patungan atau *sharing economy* melalui skema bisnis jual beli *salam* dapat menumbuhkan semangat baru bagi petani dan diharapkan fokus petani kedepan adalah meningkatkan produktifitas lahan pertaniannya bukan pada kebingungan mencari modal bertani.

Tujuan penelitian *sharing economy* ini adalah men-*design* ulang model bisnis yang berjalan saat ini dan salah satu pendekatan model bisnis yang cukup populer adalah model bisnis kanvas yang dikembangkan oleh Alexander Osterwalder dan Yves Pigneur tahun 2010. Model bisnis kanvas terdiri dari 9 elemen yaitu segmen nasabah, proporsi nilai, *channels*, hubungan nasabah (pembeli), aliran pendapatan, sumberdaya utama, aktifitas utama kemitraan utama dan struktur biaya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan jenis penelitian eksplorasi pustaka dan sebagian melakukan survei lapangan. Tahapan penelitian dilakukan dalam dua tahap, tahap satu Analisa model bisnis petani, jual beli salam dan *sharing economy* serta membuat model bisnis kanvas petani saat ini, tahap kedua adalah membuat model bisnis kanvas petani melalui skema jual beli *salam*.

Sebagaimana dijelaskan diatas bahwa model bisnis kanvas terdiri dari 9 elemen yaitu segmen nasabah, proporsi nilai, *channels*, hubungan nasabah (pembeli), aliran pendapatan, sumberdaya utama, aktifitas utama kemitraan utama dan struktur biaya. Bisnis model kanvas akan mendeskripsikan secara rasional bagaimana petani dapat meng-*creates*, men-*delivers* dan meng-*creates* nilai dalam jual beli salam sehingga mampu menjadi model *sharing economy* antara petani dan warga perumahan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisa Kebutuhan Modal Petani

Analisa kebutuhan modal petani merujuk pada penelitian sebelumnya terhadap biaya produksi petani di Kabupaten Indramayu periode 2012/2013 pada musim tanam pertama (MT-1) atau musim penghujan (Desember 2012 – Maret 2013) dan musim tanam kedua (MT-2) atau musim kemarau (April – Juli 2013), melalui wawancara sejumlah 120 orang, jumlah luas lahan garapan 164,55 ha, dan rata-rata luas garapan 1,37 ha per responden petani. Hasil perhitungan analisis kebutuhan modal adalah :

Tabel 1
Total Biaya Variable, Total Biaya Tetap, Total Biaya dan Total Biaya per Ha

No	URAIAN	MT-1 (Rp)		MT-2 (Rp)	
		Jumlah	Rata-Rata	Jumlah	Rata-Rata
1	Total Biaya Variabel	1.446.069.899,23	12.050.582,49	1.314.243.315,96	10.952.027,63
2	Total Biaya Tetap	838.616.247,39	6.988.468,73	830.706.652,39	6.922.555,44
3	Total Biaya	2.284.686.146,22	19.039.051,22	2.144.949.968,35	17.874.583,07
4	Total Biaya Per Ha	1.791.784.256,48	14.931.535,47	1.686.509.591,51	14.054.246,60

Sumber : Ambarsari, Yuniarto, Ismadi, dan Setiadi, 2014

Total biaya rata yang dibutuhkan oleh setiap petani dalam masa panen pertama adalah RP. 19.039.051,22 dan rata-rata kebutuhan modal petani dalam dua periode masa panen adalah sekitar Rp. 18. 456.817,14 atau sekitar Rp. 4.614.204,28 per bulan.

Jumlah profitabilitas responden petani padi pada musim tanam pertama (MT-1), yaitu Desember 2012 sampai Maret 2013 sebesar 12.661,83 persen dengan rata-rata profitabilitas sebesar 105,52 persen yang nilainya sama dengan 26,38 persen per bulan adalah lebih besar dari ekuivalen tingkat imbalan/bagi hasil deposito 6 bulanan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah bulan maret 2014 sebesar 10.73 persen, berarti usahatani padi di musim tanam pertama menguntungkan atau profitable maka usahatani padi layak untuk dikembangkan. Pada musim tanam kedua (MT-2), yaitu April – Juli 2013 bahwa jumlah profitabilitas usahatani padi sebesar 11.555,96 persen dengan rata-rata profitabilitas sebesar 96,30 persen yang nilainya sama dengan 24,07 persen per bulan adalah lebih besar dari ekuivalen tingkat imbalan/bagi hasil deposito 6 bulanan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah bulan Juli 2014 sebesar 10.89 persen, berarti usahatani padi di musim tanam kedua menguntungkan atau profitable maka usahatani padi layak untuk dikembangkan.

Analisa Jual Beli Salam Produk Pertanian (PADI)

Salam adalah transaksi atas sesuatu yang disifatkan dalam jaminan yang bertempo dengan harga yang diserahkan (dibayar) di tempat transaksi. Allah SWT membolehkannya sebagai keluasaan kepada kaum muslim dalam memenuhi kebutuhan mereka. Dan dinamakan (salaf), yaitu penjualan yang pembayarannya lebih dahulu dan barangnya diserahkan beberapa waktu kemudian (pesanan, dengan pembayaran di depan). "*Barang siapa melakukan salaf (salam), hendaknya ia melakukan dengan takaran yang jelas dan timbangan yang jelas, untuk jangka waktu yang diketahui*" (HR. Bukhari, Shahih al-Bukhari [Beirut: Dar al-Fikr, 1955], jilid 2, h. 36).

Secara lebih rinci salam didefinisikan dengan bentuk jual beli dengan pembayaran dimuka dan penyerahan barang di kemudian hari (advanced payment atau forward buying

atau future sale) dengan harga, spesifikasi, jumlah, kualitas, tanggal dan tempat penyerahan yang jelas, serta disepakati sebelumnya dalam perjanjian.

Dalam model bisnis petani padi, jual beli salam bisa dilakukan dengan skema seorang pembeli melakukan pesanan pada tanggal 27 Maret 2016 berupa beras sejumlah 1 ton dengan kualitas atau jenis beras pandan wangi dan akan diserahkan pada tanggal 31 Juli 2016 di rumah petani dengan harga per kg beras adalah 3500. Atas akad/kontrak tersebut pembeli menyerahkan sejumlah uang sebesar Rp. 3500 x 1000 kg = Rp. 3.500.000 kepada petani. Dengan uang tersebut petani dapat menggunakannya sebagai modal kerja untuk menggarap sawahnya sehingga menghasilkan padi sesuai dengan akad/kontrak yang sudah disepakati. Namun solusi dengan satu pembeli untuk jumlah pembelian 1 ton beras adalah untuk pembeli yang akan melakukan penjualan kembali atas beras yang sudah dipesan.

Ada beberapa kekurangan yang penulis dapat dari skema pembeli (pedagang) yang melakukan pesanan beras seperti contoh diatas, yaitu (1) Rantai distribusi akan menjadi panjang hingga sampai kepada konsumen (2) terbatasnya informasi harga padi ketika menjual hasil sawahnya (Ariwibowo, 2013), (3) adanya pembayaran menunggak dari pedagang tengkulak (Ariwibowo, 2013).

Karenanya menurut Ariwibowo (2013), berdasarkan analisis margin pemasaran dapat diketahui bahwa nilai tambah pemasaran komoditas padi yang melalui pedagang tengkulak, penggilingan padi, pedagang pengepul dan pengecer adalah sekitar Rp. 4.503,- per Kg. Keuntungan yang seharusnya diperoleh petani jika menjual padi dan sudah menjadi beras langsung ke konsumen. Sehingga salah satu alternatif agar petani padi sawah dapat memperoleh nilai tambah dalam pemasaran hasil panen padi sawah adalah dengan menjual padi menjadi beras secara langsung ke konsumen.

Analisa Potensi *sharing economy* Petani dan Warga perumahan

Konversi lahan pertanian ke nonpertanian merupakan isu sentral pembangunan pertanian yang dapat memberikan dampak yang signifikan terhadap produksi pangan, aspek sosial ekonomi dan aspek lingkungan. Fenomena konversi lahan ini pada dasarnya terjadi akibat adanya persaingan dalam pemanfaatan lahan antara sektor pertanian dengan sektor nonpertanian yang muncul akibat adanya tiga fenomena ekonomi dan sosial yaitu keterbatasan sumber daya alam, penambahan penduduk dan pertumbuhan ekonomi (Dwipradnyana, 2014). Salah satu faktor penyebab Alih fungsi secara bertahap oleh pemiliknya karena adanya desakan untuk pemenuhan kebutuhan akan tempat tinggal (perumahan) dan keperluan tempat usaha untuk meningkatkan pendapatan padahal dari segi fungsinya lahan lahan tersebut masih optimal untuk usaha tani.

Menurut Dwipradnyana (2014) dalam Nasution, dkk., (2000) salah satu dari enam faktor yang berperan penting sehingga menyebabkan konversi lahan ke non pertanian adalah Struktur biaya produksi pertanian. Biaya produksi dan aktivitas budidaya lahan sawah yang semakin mahal dan cenderung memperkuat proses konversi lahan. Senada dengan analisa jual beli salam diatas, panjangnya rantai distribusi menyebabkan tipisnya margin yang diperoleh bagi petani sehingga struktur biaya yang naik agak sulit diantisipasi bagi petani kecuali pola distribusinya dirubah.

Kedua pokok masalah diatas yaitu konversi lahan pertanian menjadi perumahan dan biaya produksi yang naik selanjutnya akan menjadi sebuah peluang besar bagi para petani yang masih mempertahankan lahan pertaniannya untuk terus memproduksi beras melalui metode *sharing economy* jual beli salam.

Penulis lakukan analisa perumahan yang ditempati oleh penulis yang mulai dipasarkan tahun 2013. Dari total 60 kepala keluarga 90% berumur dibawah 40 tahun. Artinya penduduk perumahan masih tergolong keluarga muda dengan jumlah anak rata-rata 2 orang dan dari kelompok anak-anak tertua berumur 15 tahun. Total 60 kepala keluarga rata-rata menghabiskan beras 12 Kg beras per kepala keluarga per bulan. Ada potensi pembelian beras sebesar 720 Kg per bulan yang perlu dikelola oleh petani atau kelompok tani untuk dilakukan jual beli salam seperti contoh diatas. Jika minimal dalam satu hektar sawah menghasilkan 5 ton gabah dan susut 60% setelah dilakukan pengeringan dan

penggilingan maka dalam 1 ha sawah dapat menghasilkan 2 ton beras, artinya untuk memenuhi 60 kepala keluarga dalam 1 cluster perumahan hanya dibutuhkan 2 hektar sawah saja.

Selanjutnya keberlanjutan produksi beras oleh petani akan diintegrasikan dengan model jual beli salam yang halal dalam Islam, model bisnis ini akan menjadi salah satu model bisnis “*sharing economy*” yang baru-baru ini mendapat perhatian luas oleh para pakar ekonomi, bisnis dan sosial. Karenanya visi dari pada *sharing economy* adalah visi keberlanjutan, Meskipun menurut Woskow (2014), mendefinisikan *sharing economy* sebagai platform online yang dapat membantu individu atau organisasi untuk berbagi akses terhadap asset, sumber daya, waktu dan kemampuan kepada individu atau organisasi lain, namun tidak menutup masuknya platform *sharing economy* kepada platform yang lebih kecil lagi yaitu antara petani dan warga perumahan. Sedangkan menurut Matofska (2015), *The Sharing economy is a socio-economic ecosystem built around the sharing of human and physical resources. It includes the shared creation, production, distribution, trade and consumption of goods and services by different people and organisations* dan salah satu dari 10 komponen penyusunnya adalah future dimana *sharing economy* menyajikan sistem ekonomi yang stabil dan berkelanjutan. Sistem berpikir dan kebutuhan untuk pendekatan sistemik untuk berubah adalah penting untuk keberhasilan *sharing economy*.

Maka untuk menciptakan ekonomi yang stabil dan berkelanjutan bagi petani, warga perumahan yang bersebelahan dengan lahan pertanian padi membuat pendekatan yang massif dan sistemik melalui model jual beli salam, yaitu warga akan memesan sejumlah beras tertentu dengan standart yang sudah disepakati oleh petani dan warga perumahan, namun sebelumnya warga perumahan akan membayar dimuka sejumlah uang harga tertentu yang sudah disepakati diawal.

Model Bisnis Kanvas Petani Padi

Berdasarkan hasil penelitian Ariwibowo (2013), Tiga pola distribusi beras di Kecamatan Pati, yaitu pola distribusi pertama, Dari petani ke pedagang tengkulak ke penggilingan padi ke pedagang pengepul ke pedagang pengecer ke konsumen; kedua, Dari petani ke pedagang tengkulak ke penggilingan padi ke pedagang pengecer ke konsumen; ketiga, Dari petani ke penggilingan padi ke pedagang pengepul ke pedagang pengecer ke konsumen.

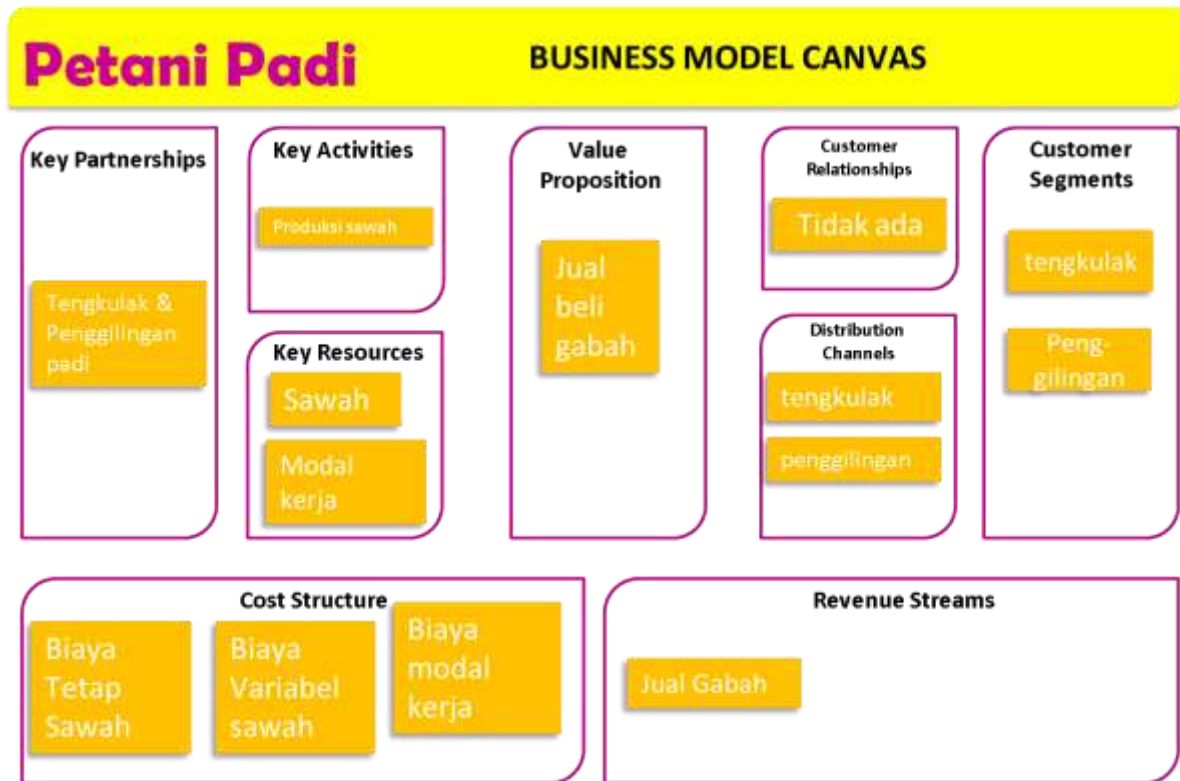
Gambar 1
Model Distribusi Padi Sawah di Kabupaten Pati



Dapat disimpulkan bahwa model bisnis petani padi saat ini tidak mendukung terjadinya model bisnis *sharing economy* yang dapat meng-organize, men-deliver dan meng-capture nilai lebih bagi petani, karena pola distribusi diatas merupakan skema jual beli putus yang tidak ada ikatan dalam sebuah sistem yang dapat menciptakan nilai (value creaton).

Selanjutnya model bisnis diatas akan dijelaskan lebih rinci dalam kanvas melalui 9 komponen penyusun model bisnis kanvas yang telah dijelaskan diatas yaitu segmen nasabah, proporsi nilai, *channels*, hubungan nasabah (pembeli), aliran pendapatan, sumberdaya utama, aktifitas utama kemitraan utama dan struktur biaya.

Gambar 2
Model Bisnis Kanvas Petani Saat Ini



Segmentasi Pelanggan (Customer Segments)

Tanpa pelanggan yang menguntungkan sulit untuk petani terus bertahan untuk tetap memproduksi padi dari sawah yang digarap. Hasil analisa pola distribusi beras mulai dari petani hingga ke konsumen menempatkan tengkulak dan penggilingan padi sebagai pelanggan para petani dalam menjual hasil panen padinya. Dengan pengkategorian segmentasi pelanggan menjadi dua yaitu tengkulak dan penggilingan padi maka margin pemasaran diketahui bahwa nilai tambah pemasaran komoditas padi yang melalui pedagang tengkulak, penggilingan padi, pedagang pengepul dan pengecer adalah sekitar Rp. 4.503,- per Kg. Keuntungan yang seharusnya diperoleh petani jika menjual padi dan sudah menjadi beras langsung ke konsumen. Sehingga salah satu alternatif agar petani padi sawah dapat memperoleh nilai tambah dalam pemasaran hasil panen padi sawah adalah dengan menjual padi menjadi beras secara langsung ke konsumen (Ariwbowo, 2013).

Karenanya perubahan segmentasi pelanggan dari tengkulak dan penggilingan padi menjadi warga perumahan akan menambah aliran pendapatan petani. Menurut Osterwalder dan pigneur (2010), pelanggan merupakan inti dari model bisnis. Tanpa pelanggan yang menguntungkan, tidak ada organisasi dapat bertahan dengan lama. Petani menciptakan nilai *sharing economy* melalui metode jual beli salam beras kepada warga perumahan. Warga perumahan merupakan pelanggan yang sangat penting dan menguntungkan karena dengan memotong jalur distribusi seperti diatas petani akan meningkatkan keuntungan atas komoditas pertanian yang diproduksi berupa beras. Warga perumahan juga akan merasa terbantu dengan penyediaan beras yang masih baru melalui metode jual beli salam yang sesuai syariah Islam dari petani sehingga tujuan *sharing economy* dapat tercapai dengan

membangun ekosistem socio-economy antara petani dan lahan pertanian dengan warga perumahan.

Preposisi Nilai (Value Proposition)

Pada gambar 2 di atas diketahui bahwa kombinasi produk dan layanan yang dilakukan petani atas padi yang diproduksinya hanya sebatas transaksi jual beli Gabah saja. Sebagaimana dijelaskan dalam Ambarsari, Yuniarto, Ismadi, dan Setiadi (2014), rata-rata keuntungan bersih seorang responden petani per hektar per bulan adalah Rp.3.691.592,52. Dengan merubah segmentasi pelanggan petani menjadi warga perumahan maka tujuan keberlanjutan dalam visi *sharing economy* akan mudah tercapai, karenanya hubungan antara petani dan warga perumahan menjadi poin penting yang akan dibahas selanjutnya sebagai bagian dari inovasi model bisnis.

Menurut Matofska (2015), pada komponen ketiga pembentukan ekosistem ekonomi yang berkelanjutan adalah value and systems of Exchange, *sharing economy* antara petani dan warga perumahan merupakan hybrid economy karena ada berbagai bentuk pertukaran, insentif dan penciptaan nilai melalui fitur collective purchasing. Artinya ada pertukaran beras dan uang melalui metode jual beli salam, petani mendapatkan tambahan insentif atas usahanya yang langsung menjual beras dan tidak lagi menjual gabah dan warga perumahan menciptakan akses permodalan yang murah bagi petani sebagai wujud nilai gotong royong kepada petani.

Saluran (Channels)

Melalui sebuah saluran (channels), petani memilih segmen pelanggan tengkulak dan penggilingan padi sebagai pembeli hasil produksi sawahnya untuk menyalurkan value proposition berupa Gabah kering yang telah dianalisa di atas terdapat potensi keuntungan Rp. 4.503,- yang dapat diperoleh petani hanya dengan dengan merubah segmentasi pelanggan dan preposisi nilai dari model bisnis yang ada saat ini.

Sebagaimana dijelaskan dalam point keempat komponen pembentukan ekosistem ekonomi yang berkelanjutan menurut Metofska (2015), dalam *sharing economy*, sumberdaya berupa beras didistribusikan melalui sebuah sistem yang efisien dan adil melalui jual beli salam. Jual beli salam beras warga perumahan merupakan sebuah model collective purchasing yang merupakan salah satu fitur distribusi dalam *sharing economy*. Dengan begitu, petani menerapkan fungsi channels dalam konsep model bisnis Osterwalder dan Pigneur (2010) dimana channels memiliki beberapa fungsi penting yaitu Allowing customers to purchase specific products and services. Jual beli salam sebagaimana pengertian di atas adalah jual beli dengan tempo yang pembayaran dilakukan dimuka dan penyerahan barang dilakukan setelah selesai diproduksi dengan spesifikasi yang sudah disepakati diawal.

Hubungan Pelanggan (Customer Relationship)

Tidak adanya bangunan hubungan yang baik antara pelanggan yang sudah tersegmentasi kedalam dua kelompok yaitu tengkulak dan penggilingan padi dengan petani menyebabkan para petani menghadapi beberapa permasalahan dalam pemasaran hasil padi sawah yang sudah jadi beras. Permasalahan yang umum ditemui pada petani adalah terbatasnya informasi harga padi ketika mereka menjual hasil padi sawahnya. Selain permasalahan tersebut, pembayaran menunggak yang dilakukan oleh pedagang tengkulak ternyata masih ditemui di wilayah ini. Keadaan ini memperlihatkan adanya keterpisahan petani dari tata niaga komoditas gabah atau padi. Dengan demikian, adanya disparitas antara harga padi atau gabah dan konsumen. Sangat tinggi hasil yang diterima oleh pedagang tengkulak, pedagang pengepul, dan pedagang pengecer tidak akan dinikmati oleh petani. (Ariwibowo, 2013). Karenanya perlu dibangun hubungan antara petani dan pelanggan untuk mewujudkan visi inovasi *sharing economy* sebagaimana dibahas di atas dalam rangka meningkatkan semangat para petani untuk terus meningkatkan produktivitas lahan pertaniannya.

Komponen pertama yang merupakan bagian daripada ekosistem *sharing economy* adalah people. The participants of a *Sharing economy* are individuals, communities,

companies, organizations and associations, all of whom are deeply embedded in a highly efficient sharing system, to which all contribute and benefit from. Petani dan pelanggan membangun sebuah komitmen yang kuat untuk saling mendukung sehingga menciptakan sebuah sistem yang tidak terpisahkan dan berbeda dengan sistem lama yang meniadakan peran hubungan pelanggan dalam menciptakan nilai tambah terhadap usaha-usaha pertanian.

Aliran Pendapatan (Revenue Streams)

Menurut Osterwalder dan Pigneur (2010), jika pelanggan adalah inti dari model bisnis jual beli salam, maka aliran pendapatan adalah arterinya. Petani harus paham nilai apa yang diinginkan dan harus ditawarkan kepada pelanggan sehingga mereka dengan rela untuk membayar. Nilai gotong royong berupa collective purchasing (jual beli salam) yang merupakan fitur dari distribusi *sharing economy* dapat meningkatkan nilai baik dari sisi petani dalam bentuk pendapatan yang meningkat sebesar Rp. 4.503 per kg beras.

Bandingkan dengan aliran pendapatan yang hanya dalam bentuk jual beli gabah, petani banyak dirugikan yaitu besarnya resiko usaha tani misal dari kegagalan panen dan pembayaran menunggak dari tengkulak tidak sebanding dengan posisi tawar petani atas komoditas padi yang diproduksinya, akhirnya petani hanya menjadi objek transaksi antara tengkulak dan atau penggilingan padi. Menurut Syahza, 2003 dalam Ariwibowo (2013) disparitas antara harga gabah dan beras yang tinggi merupakan akibat dari panjangnya rantai distribusi komoditas pertanian. Keadaan ini akan menyebabkan besarnya biaya distribusi margin pemasaran yang tinggi, sehingga ada bagian yang harus dikeluarkan sebagai keuntungan pedagang. Kendati pada umumnya petani tidak terlibat dalam rantai pemasaran produk, sehingga nilai tambah pengolahan dan perdagangan produk pertanian hanya dinikmati oleh pedagang. Hal ini cenderung memperkecil bagian yang diterima petani dan memperbesar biaya yang harus dibayarkan oleh konsumen. Selanjutnya menurut Ariwibowo (2013), petani harus meningkatkan kemampuan dalam kegiatan pemasaran. Bersatunya petani dalam kelompok akan memudahkan tata niaga padi dan beras dengan melakukan penjualan beras langsung kepada konsumen akhir seperti warga perumahan.

Sumberdaya Utama (Key Resources)

Hasil analisa sumber daya utama yang dimiliki oleh petani adalah sawah baik sewa maupun milik sendiri dan modal kerja yang diperoleh dari keuntungan penjualan gabah setiap masa panen. Bahkan menurut Ariwibowo (2013), Perlu adanya sosialisasi dari lembaga institusi publik untuk membantu para petani dalam hal permodalan, seperti memfasilitator antara petani dengan lembaga permodalan baik itu bank, koperasi atau lembaga lain sehingga para petani tidak lagi meminjam bantuan dari non Bank, dalam hal ini rentenir. Artinya masih banyak ditemui pada petani, keuntungan yang didapat daripada mengelola/memproduksi padi/beras tidak sepenuhnya disisihkan untuk kebutuhan modal kerja penggarapa sawah pertanian mereka, kecenderungannya adalah meminjam kepada pihak ketiga dalam hal ini rentenir.

Ada dua kelemahan pada sisi petani sebagai produsen padi/beras dalam mengelola sumber daya utama yang dimiliki yaitu (1) keuntungan yang minim karena pelanggan yang tidak tersegmentasi pada pelanggan yang menguntungkan dan preposisi nilai yang hanya sebatas jual beli putus kepada segmen pelanggan yang tidak menguntungkan, (2) akibat dari keuntungan yang minim, petani cenderung mencari pembiayaan dana atas modal kerja untuk memproduksi padi/beras kepada rentenir. Sebagaimana diketahui rentenir menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah orang yang mencari nafkah dengan membungakan uang dan bunga yang dikenakan atas pinjaman biasanya tinggi. Petani menanggung beban tingkat pengembalian pinjaman modal kerja yang tinggi dengan keuntungan minim perlu dilakukan perubahan yang disruptif melalui model bisnis collective purchasing (crowdfunding) dengan skema jual beli salam.

Menurut Valanciene dan Jegeleviciute (2013), crowdfunding adalah metode baru berbasis internet dalam menambah modal dengan mengumpulkan sejumlah kecil uang dari berbagai individu. Meskipun kebanyakan metode crowdfunding banyak yang berbasis internet namun untuk skala kecil seperti penelitian ini juga dapat diaplikasikan. Pendekatan

ini menarik bagi individu atau organisasi, karena tidak hanya menyediakan tambahan modal untuk usaha kecil, yang mana sangat terbatas dalam hal keuangan, tapi juga bertindak sebagai alat untuk menguji pemasaran. Maka jelas collective purchasing (crowdfunding) jual beli salam beras dari petani kepada warga akan memecahkan kebuntuan dua kelemahan petani yang telah dibahas diatas. (1) keuntungan akan berlipat sebagai mana telah dibahas diatas, (2) akses modal untuk memproduksi padi/beras oleh petani di dapat dengan murah dan sesuai dengan kaidah syariah.

Aktivitas Utama (Key Resources)

Hasil analisa aktifitas utama para petani sawah adalah sebatas mengurus sawah masing-masing, mulai dari mengolah tanah, menanam, memupuk dan memanen padi menjadi gabah. Seumur dengan Indonesia merdeka saja, petani sawah padi bahkan tidak masuk dalam kategori usaha yang mendapat prioritas dalam rencana penyaluran dana Bank-Bank di Indonesia, bahkan Bank Syariah sekalipun tidak banyak membukukan transaksi salam khusus pertanian sawah sebagaimana telah dibahas diatas.

Telah dijelaskan diatas bahwa salah satu fitur *sharing economy* yang menjadi fokus bahasan penelitian ini adalah collective purchasing atau pembelian secara kolektif. Bagaimana hubungannya dengan jual beli salam. Warga perumahan secara kolektif memesan beras kepada petani menggunakan akad salam, selanjutnya warga melakukan pembayaran sesuai harga yang disepakati, selanjutnya petani dalam tempo waktu tertentu akan mengirim beras kepada warga perumahan, selanjutnya warga perumahan menerima barang sesuai dengan pesanan.

Gambar 3
Skema Jual Beli Salam



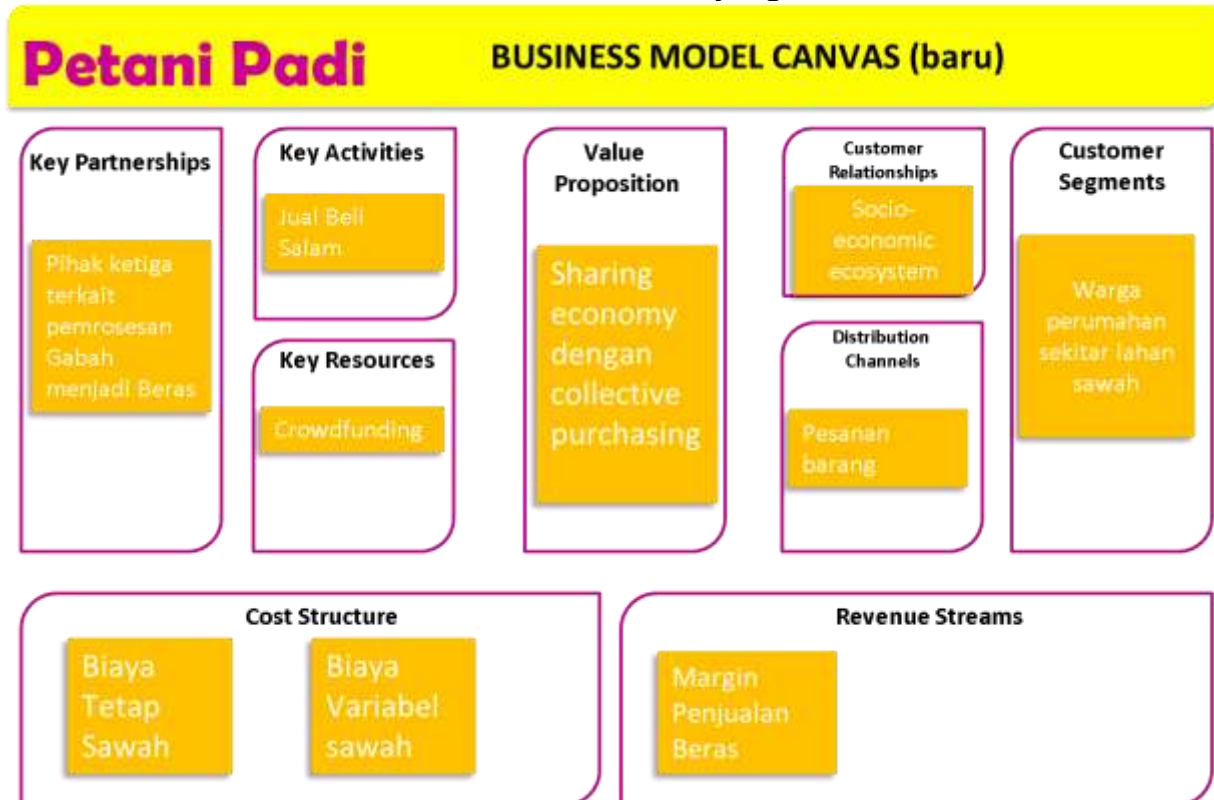
Hubungan Utama/Kunci (Key Partnership)

Menurut Osterwalder dan Pigneur (2010), blok ini mendeskripsikan hubungan dari penyalur dan rekan yang dapat membuat model bisnis bekerja. Bekerja sama dengan tengkulak dan penggilingan padi dalam menjual hasil panen petani (1) tidak optimal dalam hal skala ekonomi, (2) mengandung resiko dan penuh ketidakpastian dan (3) petani cenderung tidak meningkatkan kapabilitas sebagai produsen.

Karenanya petani perlu merubah cara pandang lama dengan menggunakan cara pandang *sharing economy*. Petani dituntut untuk menetapkan segmentasi produknya kepada para warga perumahan yang berdampingan dengan lahan pertanian. Warga perumahan tidak hanya sebagai pelanggan yang membeli beras dari petani, lebih dari itu dengan terbentuknya suatu ekosistem socio-economy tersebut maka warga perumahan juga sebagai investor. Karenanya petani perlu meningkatkan hubungan strategis dengan para pihak yang

masuk dalam proses produksi gabah menjadi beras seperti pemotong padi, jasa angkutan padi, jasa bongkar muat padi, penggilingan padi, pengemasan beras dan pengiriman beras. Semua kegiatan tersebut bisa dilakukan oleh petani sendiri sebagai pihak yang bertanggung jawab dalam transaksi collective purchasing (crowdfunding) salam.

Gambar
Model Bisnis Kanvas Petani yang Baru



Cost Structure (struktur biaya)

Struktur biaya ini menjelaskan semua biaya yang dikeluarkan dalam kegiatan model bisnis petani sawah. Menurut Osterwalder dan Pigneur (2010), meng-*create* dan men-*deliver* sebuah nilai, menjaga hubungan dengan pelanggan bahkan sampai mendapatkan aliran pendapatan pun dikenakan biaya.

Dalam hal model bisnis petani saat ini ada tiga komponen biaya yang terjadi diantaranya (1) biaya tetap sawah (2) biaya variabel sawah dan (3) biaya modal kerja. Biaya tetap sawah menurut Ambarsari, Yuniarto, Ismadi, dan Setiadi (2014), adalah biaya yang tidak dipengaruhi oleh besarnya produksi. Biaya tetap meliputi pajak/PBB, sewa lahan, iuran desa, penyusutan alat (cangkul, arit, pedangan, kenca/jarak tanam, handsprayer, ember, timbangan, traktor, pompa air, karung, motor/sepeda), pemeliharaan (lantai jemur, gudang penyimpanan gabah, dan lain-lain) dan bunga modal (jumlah biaya variabel dan biaya tetap dikalikan bunga pinjaman bank per musim tanam).

Biaya Variabel adalah biaya yang berubah-ubah sesuai dengan besarnya produksi. Biaya variabel meliputi biaya sarana produksi, biaya tenaga kerja, dan operasional. Biaya sarana produksi meliputi pembelian benih, pupuk, pestisida (zat pengatur tumbuh dan obat pembasmi hama dan penyakit). Biaya tenaga kerja meliputi pengolahan tanah, pembenihan, penanaman, pemeliharaan (penyulaman, penyiangan, pemupukan, dan penyemprotan), dan pasca panen (panen, perontokan, pengangkutan, dan pengeringan). Biaya operasional meliputi transportasi yang menggunakan bensin.

Biaya modal kerja ini sangat penting untuk dibahas karena sudah dibahas diatas bahwa margin hasil pertanian dengan model bisnis jual beli gabah masih berada pada level diatas suku bunga bank, artinya menurut Ambarsari, Yuniarto, Ismadi, dan Setiadi (2014), usahatani padi menguntungkan bagi petani dan layak untuk dikembangkan. Namun pada sisi

lain, ada masalah yang sangat penting yaitu, masih ditemuinya (1) pembayaran menunggak yang dilakukan oleh pedagang tengkulak sehingga menyulitkan petani untuk memulai kembali menggarap sawahnya, (2) pembiayaan modal kerja dari rentenir dengan bunga yang tinggi. Sehingga dari dua jurnal yang menjadi rujukan penulis pada umumnya selalu memberikan saran pada akhir pembahasan berupa (1) Perlu adanya sosialisasi dari lembaga institusi publik untuk membantu para petani dalam hal permodalan, seperti memfasilitator antara petani dengan lembaga permodalan baik itu bank, koperasi atau lembaga lain (Ariwibowo, 2013), (2) program bantuan kredit dengan subsidi bunga sehingga dapat menambah modal untuk usahatani padi.

Solusi sederhana untuk menekan struktur biaya pada model bisnis petani sawah diatas adalah melalui fitur sederhana dari *sharing economy* yaitu pembelian pesanan (salam) kolektif beras dari warga perumahan kepada petani sawah disekitar perumahan. Melalui metode jual beli Salam (pesanan), petani mendapat dana murah di depan tanpa ada beban biaya modal baik dari menunggaknya pembayaran tengkulak, besarnya bunga rentenir dan atau beban bunga/bagi hasil dari bank atau lembaga keuangan lainnya. Sudah dibahas diatas bahwa model bisnis jual beli salam adalah membayar secara penuh pesanan beras warga perumahan kepada petani diawal sebagai modal petani untuk menggarap sawah, kemudian petani menyerahkan beras dalam tempo waktu tertentu dan dengan spesifikasi tertentu yang telah disepakati diawal.

PENUTUP

Sharing *esharing economy* menjadi hal penting saat ini untuk dikembangkan, karena dengan *sharing economy* kita dapat membentuk sebuah ekosistem socio-economic untuk berbagi. Fitur *sharing economy* yang men-disruptive innovation model bisnis petani saat ini adalah collective purchasing Salam (pesanan), warga perumahan membeli beras dengan collective purchasing Salam kepada petani dan petani pada jangka waktu tertentu akan mengirim beras kepada warga perumahan sesuai dengan spesifikasi yang telah disepakati diawal. Imbasnya dari model bisnis ini, (1) petani menaikan aliran pendapatannya dari semula hanya menjual gabah kepada pihak ketiga menjadi menjual beras, (2) akses modal kerja menggarap sawah menjadi murah karena tanpa melalui bank atau lembaga keuangan apalagi melalui rentenir, cukup melakukan akad jual beli salam dengan warga perumahan, (3) menciptakan ekosistem socio-economic antara petani dan warga perumahan dimana membangkitkan kembali budaya yang mulai menghilang yaitu gotong royong.

DAFTAR PUSTAKA

Pustaka Primer (Jurnal & Tesis)

- Affandi, Anas. 2013. Makna pembiayaan salam perspektif perbankan syariah dan petani di probolinggo. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEM Universitas Brawijaya* 2(2): <http://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/1027>.
- Ariwibowo, Agus. 2013. Analisis rantai distribusi komoditas padi dan beras di kecamatan pati kabupaten pati. *Economics Development Analysis Journal* 2(2): 1-9.
- Dwipradnyana, I Made Mahadi. 2014. Faktor-faktor yang mempengaruhi konversi lahan pertanian serta dampaknya terhadap kesejahteraan petani (studi kasus di subak jadi, kecamatan kediri, tabanan). Tesis Pascasarjana Universitas Udayana.
- Roziq, Ahmad, Nur Hisamuddin, Nining Ika Wahyuni, Indah Purnamawati. 2014. Model pembiayaan salam pada petani singkong dan usaha kecil berbahan singkong di kabupaten jember. *Jurnal Akuntansi Universitas Jember* 12(2): 43-57.
- Ambarsari, Wiwik, Vitus Dwi Yuniarto Budi Ismadi, Agus Setiadi. 2014. Analisis pendapatan dan profitabilitas usaha tani padi (*Oryza Sativa*, I) di kabupaten indramayu. *Jurnal Agri Wiralodra* 6(2): 19-27.
- Woskow, Debbie. 2014. Unlocking the sharing economy. Department for Business, Innovation and Skills UK.

Keuangan, Otoritas Jasa. 2015. Statistik perbankan syariah. Departemen Perizinan dan Informasi Perbankan OJK.

Buku Teks

Bukhari, Imam. 1955. Shahih al-Bukhari. Beirut: Dar al-Fikr

Osterwalder, Alexander and Yves Pigneur. Business Model Generation. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc, 2010.

Website

Matofska, Benita. 2015. What is the Sharing Economy?.
<http://www.thepeoplewhoshare.com/blog/what-is-the-sharing-economy/>

www.oxforddictionaries.com