

PEMBERDAYAAN WANITA DALAM BISNIS: BUSINESS MODEL BERBASIS KOMUNITAS UNTUK ZAT PEWARNA ALAMI BATIK DAN SUTERA

Nilia Sartika Achmadi¹. Politeknik Bosowa.
Zulfitriany Dwiyantri Mustaka. Politeknik Pertanian Negeri Pangkep.
Agussalim M. Politeknik Pertanian Negeri Pangkep.
Luqman Saleh. Politeknik Pertanian Negeri Pangkep.
Muh. Irsan. Politeknik Negeri Ujung Pandang.
Siti Muriyana. Politeknik Pertanian Negeri Pangkep.
Muhammad Ashar. Politeknik Pertanian Negeri Pangkep.

Abstrak Indonesia menghasilkan limbah pertanian dalam jumlah besar yang sebagian besar belum dimanfaatkan secara optimal. Kondisi ini menjadi peluang strategis untuk menciptakan inovasi produk ramah lingkungan berbasis komunitas. Penelitian ini bertujuan untuk menyusun model bisnis inovatif berbasis limbah pertanian menggunakan pendekatan *Business Model Canvas* (BMC). Penelitian ini mengidentifikasi sembilan elemen penting dalam strategi bisnis: segmen pelanggan, proposisi nilai, saluran distribusi, hubungan pelanggan, aliran pendapatan, sumber daya utama, mitra utama, dan struktur biaya. Fokus artikel ini adalah pada aspek bisnis yang mendorong pemberdayaan perempuan melalui komunitas produktif.

Kata kunci: Business Model Canvas, Zat Pewarna Alam, Limbah Pertanian, Pemberdayaan Perempuan, Komunitas

Abstract Indonesia generates a significant amount of agricultural waste, most of which remains underutilized. This situation presents a strategic opportunity to develop eco-friendly, community-based products. This study aims to design an innovative business model based on agricultural waste using the *Business Model Canvas* (BMC) approach. It identifies nine key elements of business strategy: customer segments, value propositions, distribution channels, customer relationships, revenue streams, key resources, key partnerships, and cost structure. The article focuses on the business aspect that promotes women's empowerment through productive communities.

Keywords: Business Model Canvas, Natural Dyes, Agricultural Waste, Women Empowerment, Communities

¹ nila@politeknikbosowa.ac.id

PENDAHULUAN

Indonesia dikenal sebagai negara agraris yang menghasilkan limbah pertanian namun belum dimanfaatkan secara optimal. Limbah ini berkontribusi pada pencemaran lingkungan (Budiarto et al., 2023). Limbah tersebut memiliki potensi untuk menjadi bahan baku pewarna alami yang ramah lingkungan dan bernilai ekonomi tinggi (Hafizah & Novrita, 2023). Pemanfaatan limbah ini dapat mengurangi pencemaran lingkungan sekaligus membuka peluang usaha baru bagi masyarakat.

Industri tekstil di Indonesia, khususnya produsen batik dan sutera masih didominasi oleh penggunaan pewarna sintesis yang berdampak negatif terhadap lingkungan dan kesehatan manusia. Pewarna sintesis menghasilkan limbah beracun yang sulit terurai dan dapat mencemari air serta tanah (Hafizah & Novrita, 2023). Oleh karena itu, pengembangan pewarna alami dari sumber daya lokal menjadi solusi untuk mengurangi dampak tersebut.

Pewarna alami tidak hanya ramah lingkungan tetapi juga memiliki nilai jual yang tinggi. Motif batik tradisional yang dibuat dengan pewarna alam dapat meningkatkan nilai jual dan permintaan pasar. Hal ini sejalan dengan tren global yang mengedepankan produk berkelanjutan yang ramah lingkungan. Penggunaan limbah sebagai Zat Pewarna Alam (ZPA) merupakan perwujudan *circular economy* yang diusung oleh pemerintah.

Dalam penelitian yang telah dilakukan, limbah pertanian yang telah dibuat ZPA berasal dari limbah kulit rambutan, sabut kelapa, dan biji alpukat. Tulisan ini akan membahas bagaimana ZPA dari ketiga jenis limbah ini dapat menjadi bisnis bagi masyarakat, khususnya perempuan melalui berbagai komunitas. Tujuan dari penelitian ini adalah merumuskan model bisnis yang mendukung pemberdayaan perempuan melalui pemanfaatan limbah pertanian sebagai zat pewarna alami untuk industri batik dan sutera. Dengan pendekatan *Business Model Canvas* (BMC), model bisnis ini diharapkan menjadi solusi inovatif yang mengintegrasikan aspek ekonomi, sosial, budaya, dan lingkungan.

TINJAUAN PUSTAKA

Kementerian Perindustrian mendorong penggunaan pewarna alam bagi pengrajin batik, khususnya dalam memenuhi permintaan pasar yang berasal dari generasi milenial dan Gen Z. Pemanfaatan pewarna alam memberikan nilai tambah berupa estetika dan keberlanjutan

lingkungan. Namun di sisi lain, pembuatannya memerlukan pemahaman mendalam mengenai komposisi bahan baku yang tepat agar menghasilkan warna yang stabil dan menarik (Kementerian Perindustrian, 2024).

Salah satu limbah pertanian yang dapat dijadikan pewarna alami batik adalah sabut kelapa. Sabut kelapa memiliki daya tahan lama karena strukturnya yang kuat serta tidak gampang membusuk atau berjamur. Dari keseluruhan persediaan sabut kelapa di Indonesia, hanya 15% yang digunakan, selebihnya menjadi limbah (Andini Dian Widiawati, 2013; Mariana, Prasetyo Utomo, Redjeki, & Santoso, 2021). Selain sabut kelapa, limbah kulit rambutan dan biji alpukat juga memiliki kemampuan untuk menjadi sumber pewarna alam (Oetopo, Tridjata Suprabanindya, Despriliani, & Al Hazmi, 2021; Singkawang & Barat, 2021).

Pengembangan pewarna alam dari limbah pertanian juga sejalan dengan upaya pelestarian budaya lokal melalui penggunaan batik. Kombinasi pewarna alam dan motif khas daerah ini meningkatkan daya tarik produk sekaligus memperkuat identitas budaya dan nilai ekonomi masyarakat pengrajin. Dengan demikian, penelitian ini fokus pada pengembangan zat pewarna alam dari sabut kelapa, kulit rambutan, dan biji alpukat sebagai pewarna batik dan sutera, serta merumuskan model bisnis yang mendukung pemberdayaan komunitas perempuan melalui pemanfaatan limbah pertanian secara produktif dan berkelanjutan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode Focus Group Discussion (FGD) sebagai teknik utama untuk mengumpulkan data. FGD dipilih karena memungkinkan interaksi langsung dan diskusi mendalam antara peneliti dengan para stakeholder, dalam hal ini komunitas pengrajin batik yang menjadi subjek utama penelitian. Metode ini efektif untuk menggali pandangan, pengalaman, serta kebutuhan para pengrajin terkait pengembangan zat pewarna alam dari limbah pertanian.

Peserta FGD terdiri dari anggota komunitas pengrajin batik yang mewakili berbagai kelompok usia dan tingkat pengalaman dalam industri batik, termasuk perempuan dan lansia yang aktif dalam proses produksi batik. Pemilihan peserta dilakukan secara purposive sampling untuk memastikan keterwakilan kelompok yang relevan dan memiliki kontribusi signifikan terhadap diskusi.

Selain FGD, penelitian juga melibatkan studi dokumentasi dan observasi lapangan sebagai data pendukung untuk memperkuat validitas temuan. Observasi dilakukan pada proses produksi zat pewarna alam dan teknik pewarnaan batik yang digunakan oleh komunitas pengrajin.

Analisis data dilakukan secara kualitatif dengan pendekatan deskriptif, memaparkan hasil diskusi dan observasi secara sistematis sesuai dengan kerangka Business Model Canvas yang menjadi fokus utama penelitian. Hasil analisis ini digunakan untuk merumuskan model bisnis yang sesuai dengan kebutuhan dan potensi perempuan melalui komunitas yang diikuti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan Business Model Canvas (BMC) karena BMC merupakan kerangka kerja yang efektif dan praktis untuk merancang, menganalisis, dan mengembangkan model bisnis secara komprehensif dengan memperhatikan sembilan elemen kunci yang saling terkait. BMC sangat tepat digunakan untuk membantu pelaku dalam menyusun rencana bisnis yang terstruktur sehingga dapat meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha (Shenta, 2023).

Selain itu, BMC memudahkan pemahaman dan komunikasi antar pemangku kepentingan, termasuk komunitas pengrajin dan perempuan pengelola usaha, karena formatnya yang visual dan sederhana. Penggunaan BMC juga memungkinkan identifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman secara sistematis, sebagaimana diaplikasikan dalam pengembangan bisnis dan untuk merumuskan strategi pengembangan usaha yang lebih matang dan berkelanjutan (Mario Saskara & Moch Rizal, 2023; Rimadiaz & Andriani).

Customer Segments

Segmen pelanggan merupakan kelompok orang maupun instansi yang akan dilayani oleh sebuah bisnis. Mengidentifikasi segmen pelanggan akan membantu menyesuaikan produk yang dijual dengan pelanggan serta strategi pemasaran yang dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan (Alias, Goudz, Jawale, & Noche, 2015).

Segmen pelanggan utama terdiri dari pengrajin batik perempuan dan komunitas perempuan pengrajin sutera yang mengedepankan produk ramah lingkungan dan bernilai budaya tinggi. Selain itu, pasar lokal dan nasional yang peduli pada produk berkelanjutan dan pemberdayaan

perempuan menjadi target utama pemasaran produk pewarna alam dan batik yang dihasilkan.

Value Propositions

Value proposition merupakan nilai unik yang ditawarkan oleh bisnis kepada pelanggan untuk mengatasi masalahnya atau memenuhi kebutuhan pelanggan. *Value proposition* yang kuat akan dapat membedakan bisnis dari kompetitor di pasar (Alias et al., 2015). Pewarna alam berkualitas yang dihasilkan dari limbah pertanian seperti sabut kelapa, kulit rambutan, dan biji alpukat tidak hanya ramah lingkungan dan aman bagi kesehatan, tetapi juga memperkuat nilai budaya melalui aplikasi pada motif batik khas daerah. Selain itu, model bisnis ini secara khusus memberdayakan perempuan sebagai pengelola utama usaha, memberikan mereka kesempatan untuk meningkatkan keterampilan, kemandirian ekonomi, dan peran sosial dalam komunitas. Dengan demikian, produk yang dihasilkan tidak hanya bernilai estetika dan budaya, tetapi juga menjadi simbol pemberdayaan perempuan dan keberlanjutan sosial-ekonomi.

Channels

Bagian *channel* atau saluran membahas bagaimana perusahaan menyampaikan *value proposition* yang dimiliki kepada pelanggan, termasuk metode distribusi dan komunikasi (Alias et al., 2015). Saluran distribusi mengutamakan pendekatan langsung dan personal, yakni penjualan oleh komunitas perempuan di pasar tradisional, pameran kerajinan lokal, serta toko daring yang dikelola oleh kelompok perempuan. Platform digital seperti *social commerce* dan *e-commerce* juga dimanfaatkan untuk memperluas jangkauan pasar, khususnya menjangkau konsumen muda dan wisatawan yang tertarik produk ramah lingkungan.

Customer Relationship

Relasi pelanggan menggambarkan hubungan antara perusahaan dan segmen pasar yang telah dipilih, mulai dari bantuan personal, hingga layanan otomatisasi. Membangun relasi pelanggan yang kuat dapat mendorong tumbuhnya kesetiaan pelanggan (Alias et al., 2015). Relasi pelanggan dibangun secara kolaboratif dan berkelanjutan melalui pelatihan teknik pewarnaan alam, pendampingan produksi, dan komunitas daring yang memperkuat jaringan

antar perempuan pengrajin. Pendekatan ini meningkatkan keterampilan teknis sekaligus menumbuhkan rasa kebersamaan dan semangat kewirausahaan.

Revenue Streams

Aliran pendapatan menggambarkan sumber pendapatan yang diperoleh dari masing-masing segmen pelanggan. Memahami aliran pendapatan penting bagi keberlanjutan dan pertumbuhan finansial perusahaan (Alias et al., 2015).

Sumber pendapatan utama berasal dari penjualan zat pewarna alam, produk batik dan sutera dengan pewarna alami, serta jasa pelatihan pewarnaan yang diselenggarakan komunitas perempuan. Diversifikasi sumber pendapatan ini memperkuat posisi perempuan sebagai pelaku ekonomi utama.

Key Resources

Sumber daya utama merupakan berbagai aset yang dibutuhkan untuk menyampaikan *value proposition*, memasuki pasar, dan mempertahankan hubungan pelanggan. Sumber daya yang dimaksud dapat berupa fisik, intelektual, manusia, maupun keuangan (Alias et al., 2015).

Sumber daya utama meliputi limbah pertanian yang melimpah, peralatan ekstraksi sederhana yang mudah dioperasikan perempuan, tenaga kerja perempuan terampil, dan jaringan komunitas perempuan yang solid. Ketersediaan sumber daya ini menjadi fondasi keberlanjutan produksi.

Key Activities

Aktivitas kunci menggambarkan kegiatan utama yang harus dilaksanakan perusahaan agar dapat beroperasi dengan sukses dan menyampaikan *value proposition* kepada pelanggan. Aktivitas ini bersifat sangat penting untuk mempertahankan keunggulan kompetitif perusahaan (Alias et al., 2015).

Aktivitas kunci mencakup produksi pewarna alam, pelatihan dan pendampingan pengrajin perempuan, pengembangan desain motif batik, serta pemasaran produk secara efektif. Kegiatan ini dijalankan secara partisipatif untuk memberdayakan perempuan secara langsung.

Key Partners

Kemitraan strategis menunjukkan jaringan pemasok dan partner yang membantu bisnis model berjalan dengan efektif. Kemitraan ini dapat memudahkan perolehan sumber daya dan membantu perusahaan dalam memasuki pasar (Alias et al., 2015).

Kemitraan strategis dijalin dengan pemerintah daerah, lembaga pemberdayaan perempuan, perguruan tinggi, dan organisasi non-pemerintah yang mendukung pengembangan kapasitas dan akses pasar. Kolaborasi ini memperkuat ekosistem usaha dan menyediakan dukungan teknis.

Cost Structure

Struktur biaya menjelaskan biaya utama yang perlu dikeluarkan untuk menjalankan semua kegiatan yang tercantum pada model bisnis. Memahami biaya yang harus dikeluarkan merupakan hal yang penting untuk strategi *pricing* dan analisis profitabilitas (Alias et al., 2015).

Struktur biaya terdiri dari pengadaan bahan baku limbah pertanian, biaya pelatihan dan pengembangan kapasitas perempuan, biaya produksi dan pengolahan pewarna, serta biaya pemasaran dan distribusi yang dikelola komunitas perempuan. Struktur biaya disusun efisien untuk memastikan kelangsungan usaha dan manfaat ekonomi optimal.

KESIMPULAN

Penelitian ini berhasil mengembangkan model bisnis komprehensif untuk zat pewarna alam yang berasal dari limbah pertanian, yaitu sabut kelapa, kulit rambutan, dan biji alpukat, yang ditujukan untuk industri batik dan sutera. Dengan menggunakan kerangka Business Model Canvas, model ini tidak hanya mengakomodasi aspek teknis dan ekonomi produksi pewarna, tetapi juga menempatkan perempuan dan komunitas perempuan sebagai pengelola utama dalam usaha yang berkelanjutan ini.

Zat pewarna alam yang dihasilkan bersifat ramah lingkungan, memiliki nilai budaya yang tinggi, serta memberikan alternatif yang ekonomis dan aman dibandingkan pewarna sintesis yang berisiko bagi kesehatan dan lingkungan. Keterlibatan perempuan sebagai pelaku utama produksi dan pengelolaan usaha ini turut mendorong pemberdayaan sosial, peningkatan

keterampilan, dan penguatan ketahanan komunitas. Melalui pelatihan, pengembangan kapasitas, dan kemitraan kolaboratif, model bisnis ini mendukung pertumbuhan inklusif dan keberlanjutan mata pencaharian.

Meskipun terdapat tantangan seperti akses teknologi, perluasan pasar, dan konsistensi kualitas produk, model bisnis yang dirancang memberikan fondasi yang kuat untuk mengatasi hambatan tersebut dengan memanfaatkan sumber daya lokal dan kerja sama para pemangku kepentingan. Pendekatan ini juga selaras dengan prinsip ekonomi sirkular yang mengubah limbah pertanian menjadi produk bernilai tinggi sekaligus memberdayakan perempuan pengusaha dan melestarikan warisan budaya.

Penelitian dan implementasi selanjutnya disarankan untuk fokus pada peningkatan skala produksi, pengembangan teknologi ekstraksi pewarna, serta perluasan jaringan pemasaran guna memaksimalkan manfaat sosial, ekonomi, dan lingkungan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alias, C., Goudz, A., Jawale, M., & Noche, B. (2015). Generating a business model canvas for Future-Internet-based logistics control towers. In *2015 4th International Conference on Advanced Logistics and Transport (ICALT)* (pp. 257–262). IEEE.
<https://doi.org/10.1109/ICAdLT.2015.7136592>
- Andini Dian Widiawati, S. (2013). *PEMANFAATAN SABUT KELAPA DAN PEWARNA ALAM INDIGOFERA SEBAGAI MATERIAL ALTERNATIF PADA PRODUK KRIYA*.
- Budiarto, A., Wijana, S., Kartikaningrum, W., Atikah, H., Fhikri, M., Pratama, Y., ... Artikel, H. (2023). Info Artikel ABSTRAK. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* |, 1(2), 123–130.
- Hafizah, O. M., & Novrita, S. Z. (2023). PEWARNAAN ALAM BATIK STUDI KASUS DI RUMAH BATIK SAMPAN PESONA MINANG DESA SUNGAI KASAI KOTA PARIAMAN. *Gorga : Jurnal Seni Rupa*, 12(2), 502. <https://doi.org/10.24114/gr.v12i2.49960>
- Kementerian Perindustrian. (2024, July 15). *Strategi Kemenperin Tingkatkan Keterampilan IKM Batik Gunakan Pewarna Alam untuk Gaet Pasar Gen Z*. Retrieved 06/22/2025 from <https://ikm.kemenperin.go.id/strategi-kemenperin-tingkatkan-keterampilan-ikm-batik-gunakan-pewarna-alam-untuk-gaet-pasar-gen-z#:~:text=Menurut%20Reni%2C%20penggunaan%20warna%20alam,komposisi%20bah an%20baku%20yang%20tepat.>
- Mariana, N., Prasetyo Utomo, A., Redjeki, R. S., & Santoso, D. B. (2021). *PEMANFAATAN SABUT KELAPA SEBAGAI PEWARNA ALAMI BATIK BAGI MASYARAKAT KELURAHAN SEMBUNGHARJO KECAMATAN GENUK KOTA SEMARANG*, 2.

- Mario Saskara, P., & Moch Rizal, H. (2023). Pengembangan Business Model Canvas untuk Menciptakan Competitive Advantage Seabank Indonesia. *Jurnal Impresi Indonesia*, 2(1), 40–57. <https://doi.org/10.58344/jii.v2i1.1921>
- Oetopo, R. A., Tridjata Suprabanindya, C., Despriliani, R., & Al Hazmi, F. (2021). PENERAPAN ZAT PEWARNA ALAMI LIMBAH ORGANIK KULIT RAMBUTAN (*NEPHELIUM LAPPACEUM*) PADA BAHAN KATUN DENGAN TEKNIK SHIBORI (TIE DYES) DAN BATIK, 5.
- Rimadias, S., & Andriani, M. *STRATEGI INOVATIF UMKM LULA PASTA DENGAN KEUNGGULAN GLUTEN-FREE DENGAN MENGGUNAKAN PENDEKATAN BUSINESS MODEL CANVAS (BMC)*.
- Shenta, H. G. W. (2023). Optimizing Customer Segments of SMEs by Transforming Business Model Canvas. *Journal of Entrepreneurship & Business*, 4(3), 204–217. <https://doi.org/10.24123/jeb.v4i3.5712>
- Singkawang, S., & Barat, K. (2021). PENERAPAN PEWARNA ALAMI BIJI ALPUKAT PADA KAIN KATUN, 7(2).