

RINGKASAN

HARTS MUHASIBI. Analisis Pengembangan Model Bisnis Inklusif (Studi Kasus: Oogatamura Akitakomachi Seinsanya Kyokai Inc). Dibimbing oleh ARIEF DARYANTO dan M JOKO AFFANDI.

Jepang merupakan salah satu negara dengan jumlah PDB tertinggi dunia, pada tahun 2015 Jepang memiliki PDB sebesar 4.6 triliun USD. Pertanian memang bukan bidang penyumbang terbesar bagi PDB Jepang, tetapi pertanian merupakan bidang yang sangat diperhatikan oleh pemerintah Jepang. Salah satu komoditi yang berperan penting dalam membangun perekonomian Jepang adalah beras, karena beras merupakan produk bahan pangan pokok di Jepang.

Jepang memiliki beberapa varietas beras salah satunya adalah *Akitakomachi*. *Akitakomachi* adalah varietas beras yang termasuk komoditi unggulan di Jepang. Varietas ini memiliki kualitas gabah tertinggi dengan cita rasa tetap sama. *Akitakomachi* tak begitu lengket seperti *Koshihikari*, namun sering digunakan dalam pembuatan *sushi*, *mocha* dan *onigiri* karena memiliki kandungan airnya tinggi sehingga tetap menempel meski sudah dingin. Salah satu perusahaan yang telah berhasil mengembangkan produk olahan pangan dari beras *Akitakomachi*, adalah Oogatamura Akitakomachi Seinsanya Kyokai Inc (OASKI). OASKI merupakan perusahaan berbasis kemitraan swadaya yang memfokuskan diri pada pengembangan komoditi beras, dan telah berdiri sejak tahun 1988. OASKI mengolah beras menjadi berbagai produk inovatif yang berbasis pada *Gluten Free*. Di antaranya *brown rice*, *white rice* dan *germinated brown rice* serta beras diolah menjadi tepung beras sebagai bahan dasar pembuatan mie, roti, kue, pasta dan *emergency food*. Penelitian ini bertujuan untuk: 1) memetakan model bisnis yang dijalankan OASKI, 2) mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan model bisnis, 3) merancang suatu bisnis model baru yang dapat diterapkan OASKI agar dapat tumbuh dan berkembang. Penelitian dilakukan dengan metode deskriptif. Data yang digunakan berupa data primer dan sekunder. Pengumpulan data dilakukan melalui metode observasi, wawancara, kuisioner dan studi litelatur. Alat analisis yang digunakan adalah *Business Model Canvas* (BMC) dan *Matriks Strength-Weakness-Opportunity-Threat* (SWOT).

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kekuatan OASKI yang paling tinggi terletak pada elemen *Key Activities* dan *Customer Relationship*, yang memiliki nilai sangat tinggi (5). Selanjutnya kelemahan yang tinggi di tunjukan pada elemen *Key Resources* dan *Cost Structure*. Peluang yang didapat oleh semua elemen dalam model bisnis OASKI bernilai hampir sama berkisaran pada nilai 4 (tinggi). Peluang yang bernilai paling tinggi berada pada elemen *Customer Segments*. *Customer Segments* merupakan elemen yang paling kompleks karena memiliki peluang dan ancaman yang tinggi. Pada elemen ini terdapat ancaman yang bernilai 4.5 (tinggi).

Beberapa strategi pengembangan OASKI mengacu pada peningkatan *Key Activities* di antaranya penambahan akreditasi produk halal, perekrutan SDM yang ahli di bidang halal food dan pelatihan SDM mengenai halal *food*. OASKI perlu membuka pangsa baru, karena jumlah penduduk Jepang cenderung menurun dari tahun ke tahun. Penduduk usia muda saat ini cenderung tidak menyukai makanan

yang berbahan dasar beras. Membuka pangsa pasar baru bukan berarti OASKI harus eksport ke luar Jepang, karena OASKI belum mampu untuk eksport dengan sumber daya yang saat ini dimiliki. Tentunya dengan potensi yang saat ini dimiliki, OASKI dapat memanfaatkannya untuk mengisi *value* yang konsumen muslim inginkan yaitu produk halal. Yang perlu diperhatikan dalam produk halal ini bukan hanya aspek higienitas melainkan proses produksi dari hulu sampai hilir yang sesuai dengan syariat islam tentunya harus didukung oleh SDM yang mengerti halal.

Kata kunci : beras *Akitakomachi*, BMC, Jepang, OASKI, SWOT

