

## PEMETAAN MODEL TETRAPRENEUR PADA RENCANA USAHA OUTLET BUM DESA AIR PUTIH JAYA

Yunelly Asra<sup>1)</sup>, Hutomo Atman Maulana<sup>2)</sup>

<sup>1)</sup>Adm Niaga, Polbeng, Jl. Bathin Alam Sungai Alam, Bengkalis, 28714

<sup>2)</sup>Adm Niaga, Polbeng, Jl. Bathin Alam Sungai Alam, Bengkalis, 28714

E-mail: yunellyasra@gmail.com. hutomomaulana@polbeng.ac.id

### Abstract

*This study aims to measure business feasibility by mapping the Tetrapreneur model on the Air Putih Jaya BUM Desa outlet business plan. The research method is descriptive quantitative. Data collection techniques used surveys, observational and In Deph Interviews to the management of BUM Desa Air Putih Jaya and the Bengkalis community. Data analysis used associative descriptive technique. The research variables are 4 pillars of entrepreneurship (tetrapreneur), namely: Chainpreneur, Marketpreneur, Qualitypreneur and Brandpreneur as well as business plan. The data was collected by probability sampling with Simple Random sampling of 750 respondents. The results of this study are the tetrapreneur model map in the BUM Desaa Air Putih Jaya outlet business plan. Together, the Tetrapreneurs become an influential factor in the Air Putih Jaya BUM Desaa outlet business plan. The Tetrapreneur model factors that have the most influence on the Air Putih Jaya BUM Desa outlet business plan are the Chainpreneur and Qualitypreneur factors.*

**Keywords:** *Tetrapreneur, Rencana Usaha, Outlet, BUM Desa*

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur kelayakan usaha dengan memetakan model Tetrapreneur pada rencana usaha outlet BUM Desa Air Putih Jaya. Metode penelitian adalah Deskriptif kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan *survey*, observasional dan *In Deph Interview* terhadap pengurus BUM Desa Air Putih Jaya dan masyarakat Bengkalis. Analisa data menggunakan teknik deskriptif asosiatif. Variabel penelitian adalah 4 pilar wirausaha (*tetrapreneur*) yaitu: *Chainpreneur, Marketpreneur, Qualitypreneur dan Brandpreneur* serta rencana usaha. Pengumpulan data dilakukan secara *probability sampling* dengan *Simple Random sampling* terhadap 750 responden. Hasil penelitian ini adalah Peta model *tetrapreneur* pada rencana usaha outlet BUM Desa Air Putih Jaya adalah secara bersama-sama, *Tetrapreneur* menjadi faktor yang berpengaruh dalam rencana usaha outlet BUM Desaa Air Putih Jaya. Faktor *Model Tetrapreneur* yang paling berpengaruh terhadap rencana usaha outlet BUM Desa Air Putih Jaya adalah faktor *Chainpreneur dan Qualitypreneur*.

**Kata Kunci:** *Tetrapreneur, Rencana Usaha, Outlet, BUM Desa*

## PENDAHULUAN

Dalam menjalankan usaha diperlukan sebuah studi kelayakan apakah sebuah usaha layak atau tidak layak dijalankan. Jika layak untuk dijalankan, landasan apa saja yang menjadikan layak dan juga jika tidak layak, faktor-faktor apa saja yang menyebabkan ketidaklayakan usaha tersebut. Studi kelayakan bisnis juga berguna untuk

memperhitungkan kemungkinan apakah bisnis tersebut dapat bersaing dan bertahan diantara para kompetitornya sekaligus melihat kemungkinan pengembangan bisnis di masa depan dilihat dari berbagai aspek/sudut pandang.

Mengingat bahwa kondisi yang akan datang dipenuhi dengan ketidakpastian, maka diperlukan pertimbangan-pertimbangan tertentu karena di dalam studi kelayakan terdapat berbagai aspek yang harus dikaji dan diteliti kelayakannya sehingga hasil daripada studi tersebut digunakan untuk memutuskan apakah sebaiknya proyek atau bisnis layak dikerjakan atau ditunda atau bahkan dibatalkan. Hal tersebut di atas adalah menunjukkan bahwa dalam studi kelayakan akan melibatkan banyak tim dari berbagai ahli yang sesuai dengan bidang atau aspek masing-masing seperti ekonom, hukum, psikolog, akuntan, perekayasa teknologi dan lain sebagainya. Dan studi kelayakan biasanya digolongkan menjadi dua bagian yang berdasarkan pada orientasi yang diharapkan oleh suatu perusahaan yaitu berdasarkan orientasi laba, yang dimaksud adalah studi yang menitik-beratkan pada keuntungan yang secara ekonomis, dan orientasi tidak pada laba (social), yang dimaksud adalah studi yang menitik-beratkan suatu proyek tersebut bisa dijalankan dan dilaksanakan tanpa memikirkan nilai atau keuntungan ekonomis.

Walaupun sudah dilakukan identifikasi, tidak menutup kemungkinan suatu usaha atau proyek tersebut mengalami hambatan dan risiko meleset dari yang diharapkan. Terlebih apabila tidak dilakukan identifikasi kelayakan sama sekali. Selain itu, dengan dilakukan identifikasi, dapat memberikan pandangan ke depan serta meminimalkan hambatan yang timbul di masa yang akan datang. Ketidakpastian dimasa yang akan datang menjadi satu hal yang perlu diperhitungkan dalam menjalankan usaha atau proyek yang akan dijalankan.

Strategi pengembangan model *Tetrapreneur* merupakan model pengembangan yang harus difokuskan oleh BUM Desa dalam meningkatkan daya saing di pasar ekonomi (Fatimah,2018). *Tetrapreneur* adalah terobosan inovasi Desa yang berbasis empat pilar wirausaha yaitu: *Chainpreneur*, merupakan rantai pasokan bisnis mulai dari hulu ke hilir. *Marketpreneur* adalah sarana bertukarnya nilai produk. *Qualitypreneur* yaitu kualitas produk melalui SDM yang berkualitas; dan *Brandpreneur* berupa merek produk yang dapat memperkuat posisi strategis dalam pasar ekonomi.

Model empat pilar wirausaha *Tetrapreneur* merupakan sebuah teori dalam melakukan pengembangan dan peningkatan usaha dengan menggunakan pendekatan-pendekatan melalui 4 (empat) faktor dasar yang terdiri dari *Chainpreneur*, *Marketpreneur*, *Qualitypreneur*, dan *Brandpreneur* (Fatimah, 2018). *Chainpreneur* atau yang disebut dengan Rantai Wirausaha merupakan suatu pendekatan untuk mendeskripsikan bagaimana rantai kewirausahaan itu berlangsung atau bagaimana suplai distribusi dari produk-produk yang dipasarkan yang terdiri dari semua pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan (Fatimah, 2018). Tujuan dengan adanya rantai pasokan diharapkan dapat memberikan nilai surplus dari setiap produk yang didistribusikan dipasaran. *Marketpreneur* (Pasar Wirausaha) merupakan sebuah sudut pandang yang inovatif mengenai kondisi yang ada di pasar usaha terkait dengan kebutuhan para pengusaha untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen secara keseluruhan. Untuk mempertahankan nilai profitabilitas, dalam berbisnis harus sadar bagaimana caranya dapat menghasilkan produk yang berkualitas dan efisiensi beroperasi sehingga dapat menguasai pasar ekonomi yang bertanggung jawab baik kepada konsumen, investor, regulator maupun pemerintah (Ferrel dkk, 2014). *Qualitypreneur* (Kualitas Wirausaha) merupakan sebuah rekomendasi bagaimana seorang pengusaha mampu menghasilkan usaha yang berkualitas sehingga dapat bertahan dengan segala keadaan. Biasanya ukuran untuk menilai tingkat kualitas sebuah usaha dilihat dari karakteristik dan inovasi yang dimiliki wirausaha dalam memenuhi kebutuhan dan keinginannya yang tersirat maupun tersurat (Sower, 2018). *Brandpreneur* (Merek Usaha) merupakan pendekatan berkaitan dengan nilai merek suatu produk yang ada di pasar ekonomi. *Benchmarking* adalah salah satu teknik wirausaha global yang terkenal untuk mendorong pertumbuhan usaha melalui pendekatan nilai merek sehingga dengan brand/merek yang dimiliki produk yang dihasilkan wirausaha dapat berkompetisi dengan produk yang lain dipasar ekonomi secara khas dan mampu mendapatkan posisi yang strategis di pasar dan mempertahankan siklus hidupnya (Keller dkk, 2019).

Pada intinya bahwa Desa yang mempunyai sumber daya yang luar biasa, akan kalah bersaing jika tidak dapat menciptakan kesejahteraan masyarakatnya di era persaingan bebas yang membutuhkan upaya ide kreatif dalam mengembangkan modal sosial yang dimilikinya (Rahmatika, 2020). Pengembangan usaha dan perekonomian masyarakat

Desa merupakan hal penting untuk diperhatikan, apabila dapat dioptimalkan dengan baik akan memberikan dampak yang luar biasa untuk mendorong pertumbuhan ekonomi, serta berkembang dan eksisnya Desa tersebut dan kemudian akan memberikan dampak positif secara nasional dalam menghadapi persaingan pasar bebas (Harmiati dan Zulkhikim, 2017).

BUM Desa Air Putih Jaya Yang beralamat di Jl. Syahbandar Air Putih Kecamatan Bengkalis merupakan salah satu dari BUM Desa di Kabupaten Bengkalis yang sedang proses berkembang. Saat ini BUM Desa Air Putih Jaya telah memiliki 3 unit Usaha yaitu UED SP, Usaha Perdagangan toko pangan dan perdagangan Batu Bata. Pada tahun 2021 ini, BUM Desa Air Putih Jaya berencana membuka satu unit usaha lagi yaitu Outlet BUM Desa Air Putih Jaya. Sebelum rencana usaha tersebut dijalankan, BUM Desa Air Putih merasa perlu untuk melakukan suatu studi kelayakan bisnis atas rencana usaha tersebut agar dapat diketahui apakah rencana pendirian outlet tersebut dapat diteruskan atau tidak. Untuk mendekati pada kondisi sebenarnya, maka studi kelayakan usaha tersebut akan dipetakan menggunakan model tetrapreneur yang memang dibuat untuk mengukur kelayakan bisnis dan mengetahui strategi pengembangan usaha BUM Desa.

Tujuan kajian ini adalah : mengetahui *peta model tetrapreneur* pada rencana usaha outlet BUM Desa Air Putih Jaya dan menentukan Faktor *Model Tetrapreneur* yang paling berpengaruh terhadap rencana usaha outlet BUM Desa Air Putih Jaya.

## **METODE PENELITIAN**

Lokasi penelitian adalah di Bengkalis. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan *survey*, observasional dan *In Deph Interview*. Populasi penelitian adalah seluruh masyarakat Bengkalis. Penelitian ini menggunakan desain pengambilan sampel secara *probability sampling* dengan metode *Simple random sampling* sebanyak 750 orang. Pengukuran uji pengaruh antar variabel yang diteliti menggunakan analisis regresi linier dan regresi berganda.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Secara umum penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang berharga bagi BUM Desa Air Putih Jaya yang akan mewujudkan rencana usaha pendirian Outlet BUM Desa Air Putih Jaya di Pelabuhan Roro Air Putih Bengkalis. Temuan penelitian ini secara umum menunjukkan Model *Tetra Preneur* bisa dijadikan salah satu alat untuk mengukur kelayakan usaha Outlet tersebut. Temuan ini sesuai dengan hasil penelitian Fatimah (2018) yang menyebutkan bahwa terdapat model empat pilar wirausaha *Tetrapreneur* melakukan pengembangan dan peningkatan usaha yang terdiri dari *Chainpreneur*, *Marketpreneur*, *Qualitypreneur*, dan *Brandpreneur*.

Temuan pertama penelitian ini adalah terdapat pengaruh Faktor *Chainpreneur* terhadap rencana usaha Outlet BUM Desa Air Putih Jaya. Penelitian ini juga sejalan penelitian penelitian Fatimah (2018). Hasil penelitian ini juga sejalan dengan Penelitian Dien Noviany Rahmatika, Setyowati Subroto, Dewi Indriasih dan Deddy Prihadi (2020). Dari hasil temuan ini dapat terlihat bahwa rantai pasok merupakan salah satu factor yang perlu diperhitungkan untuk menentukan keberhasilan sebuah outlet. Apalagi outlet BUM Desa Air putih Jaya ini merupakan Outlet termasuk dalam kategori *Special Store*, dimana produk yang dijual khusus produk-produk yang dihasilkan oleh BUM Desa-BUM Desa yang ada di Kabupaten Bengkalis. Tentu saja produk yang akan dijual di outlet ini nanti tidak akan ditemukan di toko lain, kecuali toko-toko yang memang sudah bermitra dengan BUM Desa tersebut.

Sebagai Outlet yang termasuk *Special Store*, rantai pasok produk akan terbatas karena sumber produk hanya berasal dari BUM Desa mitra. Hal ini tentu saja akan berpengaruh terhadap ketersediaan produk untuk dijual. Untuk itu diperlukan penanganan yang baik terhadap rantai pasok produk agar produk selalu tersedia saat konsumen membutuhkan atau punya keinginan untuk membeli.

Temuan kedua, tidak terdapat pengaruh antara *Marketpreneur* dengan rencana bisnis outlet. Dengan kata lain dapat dikatakan bahwa *Marketpreneur* tidak menjadi faktor yang dipertimbangkan dalam rencana bisnis outlet BUM Desa Air Putih Jaya. Hal ini bertentangan dengan penelitian Fatimah (2018). Penemuan berbeda ini justru menunjukkan keunikan perilaku konsumen. Dimana mereka tidak menjadikan pemasaran sebagai factor penting untuk dipertimbangkan. Hal ini sejalan dengan penelitian Yunelly Asra (2015), dimana konsumen Bengkalis memiliki kecenderungan

memiliki pembelian yang terencana dan respon yang lambat terhadap produk baru. Mereka cenderung setia pada produk-produk yang sudah biasa mereka beli. Sehingga faktor pemasaran yang dilakukan oleh pemasar tidak terlalu mereka perhatikan.

Temuan ketiga, terdapat pengaruh yang signifikan antara *Qualitypreneur* dengan rencana bisnis outlet BUM Desa Air Putih Jaya. Temuan ini sejalan dengan penelitian Fatimah (2018) dan Dien Noviany Rahmatika, Setyowati Subroto, Dewi Indriasih dan Deddy Prihadi (2020). Biasanya ukuran untuk menilai tingkat kualitas sebuah usaha dilihat dari karakteristik dan inovasi yang dimiliki wirausaha dalam memenuhi kebutuhan dan keinginannya yang tersirat maupun tersurat (Sower, 2018). Kualitas memang memiliki peran penting dalam menentukan produk dipilih atau tidak. Apalagi untuk Outlet BUM Desa Air Putih Jaya yang termasuk *took special*. Kualitaslah yang dicari oleh konsumen yang berkunjung. Kualitas disini diartikan sebagai keunikan produk karena tidak dijual di banyak toko, jenis dan jumlah produk yang minim variasi dan sedikit akan membuat produk terlihat lebih berkelas karena tidak banyak produk yang tersedia untuk dibeli. Hal ini menyebabkan rasa penasaran dan keinginan membeli menjadi lebih besar.

Temuan keempat adalah tidak terdapat pengaruh antara *Brandpreneur* dengan rencana bisnis outlet. Dengan kata lain dapat dikatakan bahwa *Brandpreneur* tidak menjadi faktor yang dipertimbangkan dalam rencana bisnis outlet BUM Desa Air Putih Jaya. Temuan ini Kembali tidak sejalan dengan penelitian Fatimah (2018) tapi sejalan dengan penelitian Yunelly Asra (2015) dimana konsumen Bengkalis memiliki kecenderungan pembelian terencana dan mereka melakukan pencarian informasi terlebih dahulu tentang produk dan penawaran yang sedang dilakukan oleh pemasar. Sementara, produk yang akan dijual di Outlet ini nanti adalah produk-produk BUM Desa, maka masyarakat punya kecenderungan tidak memperhatikan mereknya. Karena mereka sudah tahu kalau merek produk yang ditawarkan adalah merek BUM Desa. Sehingga merek apapun yang dijual di outlet tidak akan mempengaruhi kebiasaan membeli mereka.

Temuan kelima dari penelitian ini adalah secara simultan model *tetrapreneur* berpengaruh terhadap rencana usaha Outlet BUM Desa Air putih Jaya. Hal ini sejalan dengan penelitian Fatimah (2018) dan Dien Noviany Rahmatika, Setyowati Subroto, Dewi Indriasih dan Deddy Prihadi (2020). Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian

H. Chairil M. Noor , Gartika Rahmasari, S.S., M.Hum (2018). Penelitian ini menunjukkan bahwa Strategi pengembangan kualitas BUM DESA melalui pendekatan dengan model *Tetrapreneur* dapat untuk mengidentifikasi permasalahan-permasalahan yang muncul dilapangan. Permasalahan yang mungkin terjadi menurut penelitian ini adalah pada *Marketpreneu* dan *brandpreneu*.

## SIMPULAN

Pemetaan model *tetrapreneur* pada rencana usaha outlet BUM Desa Air Putih Jaya adalah terdapat 2 faktor yang berpengaruh yaitu : *Chainpreneu* dan *Qualitypreneu*. Sedangkan 2 faktor lagi tidak berpengaruh yaitu *Marketpreneu* dan *Brandpreneu*. Namun secara simultan, model *Tetrapreneu* menjadi faktor yang dipertimbangkan dalam membuat rencana bisnis outlet BUM Desa Air Putih Jaya.

Faktor *Model Tetrapreneu* yang paling berpengaruh terhadap rencana usaha outlet BUM DESA Air Putih Jaya adalah faktor *Chainpreneu* diikuti dengan faktor *Qualitypreneu*. Artinya kedua faktor ini menjadi dua hal yang perlu pertimbangan bila BUM Desaa Air Putih Jaya ingin meneruskan rencana usaha pendirian Outlet BUM Desa Air Putih Jaya. maka sebaiknya pengurus BUM Desa dapat menjamin ketersediaan produk untuk dijual dengan bekerjasama dengan mitra BUM Desa yang benar-benar bisa menyediakan produk secara berkelanjutan, mempersingkat rantai pasok agar produk lebih cepat sampai ke outlet dan bisa ditawarkan ke konsumen dengan segera serta membuat standar baku untuk setiap produk yang akan dipasok ke outlet untuk menjaga Kualitas produk yang dijual

Kajian penelitian ini menemukan bahwa faktor *Marketpreneu* dan *Brandpreneu* merupakan faktor yang tidak dipertimbangkan untuk memulai rencana usaha Outlet BUM Desa Air putih Jaya ini. Jadi sebaiknya kedua faktor ini perlu diberi perhatian khusus. Karena sikap skeptis konsumen terhadap pemasaran dan merek amat merugikan. Usaha yang perlu dilakukan adalah : menjaga dan konsisten keunikan produk yang dijual, menetapkan harga berdasarkan harga produk special dengan menggunakan startegi harga *penetration* untuk produk makanan/minuman dan strategi *skimming* untuk produk kerajinan. Pengaturan layout outlet yang memudahkan konsumen melihat dan menemukan produk yang dicari dan diinginkan, serta melakukan

promosi dengan membawa nama merek sendiri sehingga perbedaan produk dapat dengan mudah terlihat dan diingat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Asra, Y. 2015, Model Rangsang Tanggapan Konsumen Mahasiswa di Bengkulu, *Inovbiz Politeknik Negeri Bengkulu*, ISSN 2338-4840, Volume 3 Nomor 1, Juni 2105, hal 1-15
- Fatimah, P. R. (2018), Mengembangkan Kualitas Usaha Milik Desa (Q-BUM DESA) untuk Melestarikan Ketahanan Ekonomi Masyarakat dan Kesejahteraan Adaptif: Perancangan Sistem Kewirausahaan Desa dengan Menggunakan Model Tetrapreneur. *Jurnal Studi Pemuda*, 7 (2), 122-132.
- Ferrel and O. C. (2014). *Business*. USA: Mc-Graw Hill
- Harmiati, A. A. Z., Zuhakim, A. A., & Sos, S. (2017). Eksistensi Badan Usaha Milik Desa (BUM Desa) Dalam Mengembangkan Usaha dan Ekonomi Masyarakat Desa yang Berdaya Saing di Era Masyarakat Ekonomi ASEAN. *Jurnal Unihaz Bengkulu, Cluster Ekonomi. Setnas ASEAN*
- Keller, K. L., & Aaker, D. A. (2019). The effects of sequential introduction of brand extensions. *Journal of marketing research*, 29(1), 35-50.
- Melati, Karina Rima (2017), Perancangan dan Implementasi Perencanaan Bisnis dan Strategi Promosi bagi Kelompok Rintisan Usaha Mandiri Sanggar Batik Jenggolo dan Sekar Arum di Kota Yogyakarta, *Indonesian Journal of Community Engagement* Vol. 02, No. 02.
- M. Noor, Chairil, Gartika Rahmasari (2018), Esensi Perencanaan Bisnis yang Memadai Bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), *Jurnal ABDIMAS BSI* Vol. 1 No. 3, Hal. 454-464
- Peraturan Menteri Dalam Negeri No, 39 Tahun 2010 tentang Badan Usaha Milik Desa
- Rahmatika, D. N., Subroto, S., Indriasih, D., & Prihadi, D. (2020). Strategi Pengembangan Kualitas BUM Desa; Pendekatan Model *Tetrapreneur* Serta Kemitraan Dengan Perguruan Tinggi Dan Perbankan. *Jurnal Industri kreatif dan Kewirausahaan*, e-ISSN: 2620-942X, Vol 2, No. 2, 2019
- Sower, V. E. (2018). Essentials of quality with cases and experiential exercises. *John Wiley & Sons*.
- Undang – Undang Republik Indonesia No. 6 Tahun 2014 tentang Desa.