

MEMBANGUN JARINGAN KOLABORASI UNTUK PENGEMBANGAN BISNIS

Ricardus Marsudi Yuwono
Alika Rizmalia Putri
An Naafi Yuliati Lathifah

MEMBANGUN JARINGAN KOLABORASI UNTUK PENGEMBANGAN BISNIS

Penulis

Ricardus Marsudi Yuwono
Alika Rizmalia Putri
An Naafi Yuliati Lathifah

Editor

Alika Rizmalia Putri
An Naafi Yuliati Lathifah

Desain Grafis

Wazna Qisthi Hanifah

Diterbitkan oleh Forbil Institute

Hak Cipta dilindungi Undang-undang.
Dilarang memperbanyak atau mengutip
sebagian atau seluruh isi buku ini
tanpa izin tertulis dari Forbil Institute.

Cetakan Pertama

Dicetak di Yogyakarta, Indonesia
ISBN

Forbil Institute

Jl. Sunan Giri RT 01 / RW 25
Tambakan, Sinduharjo, Ngaglik,
Sleman, DI Yogyakarta 55581

Telp: +62 81578011199

Email: forbil.jogja@gmail.com



KATA PENGANTAR

Sebagian masyarakat mungkin masih menggunakan cara bisnis tradisional untuk mendapatkan profit, namun pada era ini salah satu pilihan strategi yang tepat dan menguntungkan bagi UMKM di tengah ketatnya persaingan global adalah kolaborasi bisnis. Strategi kolaborasi bisnis dinilai cukup efektif dilakukan oleh seluruh pemilik bisnis dalam mengembangkan bisnisnya.

Buku dengan judul “Membangun Jaringan Kolaborasi untuk Pengembangan Bisnis” ini membantu pebisnis untuk mengetahui pentingnya memiliki mindset yang kolaboratif dalam mengembangkan bisnis. Tidak hanya akan mendatangkan profit, dalam buku ini dijelaskan bahwa kolaborasi mampu membantu para pebisnis dalam memberikan berbagai solusi atas permasalahan bisnisnya. Keefektifan cara ini telah dibuktikan oleh Bapak Yuwono (Founder dan CEO Ora Food) yang dapat mengembangkan bisnisnya lebih luas meski baru 1,5 tahun berjalan. Secara lebih detail buku ini akan menjelaskan proses hingga benefitnya ketika seorang pebisnis membangun jaringan kolaborasi dengan banyak pihak dan kalangan.

Semoga para pembaca bisa mengambil manfaat dan dapat mempraktekkan ilmu yang ada pada buku ini, terutama bagi generasi muda yang tertarik untuk memulai bisnis dan bercita-cita menjadi seorang pebisnis sukses yang mampu melakukan open innovation seperti yang dilakukan oleh Bapak Yuwono. Akhir kata, Selamat Membaca!

Dr. Nanang Pamuji Mugasejati

Direktur Forbil Institute

EXECUTIVE SUMMARY

Ketatnya persaingan bisnis global pada saat ini, membuat para pebisnis perlu mempersiapkan strategi untuk menghadapi persaingan tersebut. Selain dengan memanfaatkan pengetahuan, teknologi serta sumber daya internal, pebisnis perlu menerapkan open innovation untuk bisa membawa bisnisnya terus berkembang.

Seperti halnya yang dilakukan Bapak Yuwono, pemilik bisnis komoditas rumput laut "Ora Food" yang baru dijalankan selama 1,5 tahun, namun sudah mampu memperluas pemasaran bisnisnya hingga berhasil menjadi pemasok produk secara rutin ke Jakarta, resto serta beberapa pusat oleh-oleh berkat usahanya dalam membangun kolaborasi sejak awal masa merintis bisnisnya. Selain itu, terdapat beberapa poin penting yang perlu ada pada mindset seorang pebisnis dalam membangun jaringan kolaborasi yaitu persisten dan proaktif.

OUTLINE

1

**Potensi Komoditas
Rumput Laut Indonesia**

2

Mengenal Ora Food

3

Strategi Membangun Kolaborasi

4

Menumbuhkan Mindset Kolaborasi

Bagian 1:

**POTENSI
KOMODITAS
RUMPUT LAUT
INDONESIA**

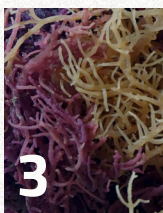




SEKILAS MENGENAI RUMPUT LAUT INDONESIA

Rumput laut adalah salah satu produk yang banyak dikonsumsi oleh masyarakat dunia. Rumput laut dapat diolah menjadi beragam produk turunan mulai dari pangan, pakan, pupuk, produk kosmetik, hingga produk farmasi.

Banyaknya ragam produk turunan tersebut menunjukkan bahwa komoditas rumput laut menjadi salah satu produk penting dalam perdagangan dunia (KKP, 2016).



Terdapat ribuan spesies rumput laut di dunia, namun di Indonesia yang paling berpotensi untuk dikembangkan manfaatnya yaitu:

1. *Eucheuma cottonii* (penghasil karaginan)
2. *Gracilaria* spp (penghasil agar-agar)
3. *Eucheuma spinosum* (penghasil karaginan)
4. *Caulerpa* spp (anti oksidan, anti hipertensi, pencegah rematik, anti mikroba, anti tumor, dan meningkatkan stamina)


PRODUKSI RUMPUT LAUT INDONESIA MENDUDUKI PERINGKAT 1 DUNIA



- ✎ Menurut data FAO (2019), **Indonesia merupakan produsen rumput laut terbesar nomor 1 dunia** khususnya untuk jenis *eucheuma cottoni*, dengan persentase produksi >80% pasokan global.
- ✎ Namun berdasarkan jumlah produksi untuk keseluruhan jenis, **Indonesia** menempati posisi kedua setelah China dengan jumlah **total produksi rumput laut mencapai 11,35 juta ton** (Ferduose dkk., 2018).
- ✎ Menariknya, pada tahun 2015, **38%** dari total 29,4 juta ton **produksi rumput laut dunia berasal dari Indonesia** (Ferduose dkk., 2018).
- ✎ **Kondisi geografis Indonesia** memungkinkan hampir semua jenis rumput laut dapat dibudidayakan bahkan di seluruh wilayah.
- ✎ Hingga saat ini, **Indonesia memiliki 550 jenis rumput laut** dengan nilai ekonomis tinggi.

WILAYAH POTENSIAL PENGEMBANGAN INDUSTRI RUMPUT LAUT

Berikut adalah **10 wilayah dengan produksi rumput laut tertinggi di Indonesia** yaitu Sulawesi Selatan, Sulawesi Tengah, Nusa Tenggara Timur, Jawa Timur, Sulawesi Tenggara, Nusa Tenggara Barat, Bali, Gorontalo, Maluku, dan Jawa Barat.

 **Gambar 1:** Sebaran Kawasan Kebun Bibit Rumput Laut



 **Sumber :**
KKP RI, 2016

Sedangkan dilihat dari sebaran kawasan kebun bibit rumput laut (pada Gambar 1), dapat diketahui terdapat sejumlah wilayah kabupaten yang memiliki potensi sangat besar untuk dikembangkan industri hilir, salah satunya sebagai turunan produk makanan.

POTENSI EKSPOR DAN PENGEMBANGAN PRODUK RUMPUT LAUT DALAM NEGERI



Ekspor Rumput Laut

- ✎ Pada tahun 2021, persentase **volume ekspor rumput laut Indonesia mencapai >30% total volume ekspor rumput laut dunia** yaitu sebesar >225.000 ton.
- ✎ Sebanyak **64% produk rumput laut kering** diekspor, sedangkan sisanya diserap oleh industri rumput laut dalam negeri (Salim dan Ernawati, 2015).
- ✎ Produk turunan rumput laut yang paling banyak dikembangkan di Indonesia yaitu karaginan* dengan jumlah presentase ekspor sebesar **84,22%** (Salim dan Ernawati, 2015).

*Karaginan (carrageenan) adalah senyawa yang diekstraksi dari rumput laut Famili Rhodophyceae seperti *Eucheema Spinosum* dan *Eucheema cottonii* menjadi produk setengah jadi yang biasa digunakan oleh industri pangan, kosmetik, hingga bangunan.

Tren Pasar Baru

- ✎ Menurut FAO, tren pengembangan produk rumput laut menjadi **produk pangan langsung terus meningkat di Indonesia**.
- ✎ Artinya, terdapat **peningkatan permintaan pasar** terhadap produk pangan turunan rumput laut.
- ✎ Produk seperti mie rumput laut, minuman rumput laut, crackers rumput laut, cookies rumput laut, dll **didominasi oleh produksi UMKM**.

Bagian 2:

MENGENAL ORA FOOD



Ora Food adalah salah satu UMKM yang mengolah komoditas rumput laut Indonesia menjadi produk pangan langsung.

Jenis rumput laut yang diolah oleh Ora Food adalah Ulva lactuca atau biasa dikenal dengan **selada laut**. Rumput laut jenis ini belum banyak dibudidayakan di Indonesia, namun lazim ditemui di batu karang tepian pantai.

Salah satu produk olahan rumput laut Ora Food yaitu keripik dan bon rumput laut dengan aneka rasa yang kemudian diberi nama brand **"Tau Iki Ora"**.



**ORA FOOD SEBAGAI
SOLUSI HILIRISASI
RUMPUT LAUT INDONESIA**



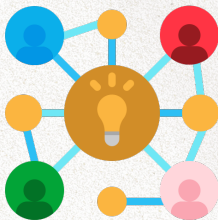
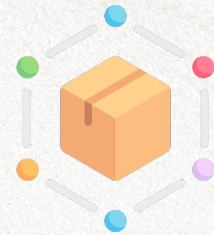
Ricardus Marsudi Yuwono

Founder dan CEO Ora Food



SEKILAS PERJALANAN ORA FOOD

Meski baru berusia 1,5 tahun, Ora Food sudah melakukan berbagai improvisasi dalam bisnisnya, mulai dari kualitas rasa, proses produksi, kemasan, memperluas pasar, hingga sertifikasi.



Pencapaian Ora Food dilakukan dengan bantuan jaringan komunitas dan kolaborasi yang dibangun pendirinya, Ricardus Marsudi Yuwono.

Memulai usaha rumput laut dan mengajukan izin PIRT (Pangan Industri Rumah Tangga)

2019

2020

Mengajukan sertifikasi halal, HAKI, melakukan improvisasi kemasan ORA FOOD, mengirim produk ke Jakarta secara rutin, mengenalkan produk ORA FOOD ke resto dan pusat oleh-oleh.

Bagian 3:

STRATEGI MEMBANGUN KOLABORASI



Kenapa harus berkolaborasi?

Ibarat satu lidi lebih mudah dipatahkan dibandingkan beberapa lidi yang disatukan, begitu pula kolaborasi yang bisa membuat sebuah kerja menjadi lebih mudah sehingga bisa memperkuat bisnis yang sedang dijalankan.

Bagaimana kolaborasi bisa membantu menumbuhkan bisnis UMKM?



Mengembangkan jaringan

Bagi pebisnis, terus menambah jaringan sangat penting untuk memperluas kemungkinan terbukanya pasar baru



Menghemat biaya

Dengan kolaborasi, budget bisa saja dinaikan sembari menekan biaya melalui aktivitas kerja yang dapat dibagi dengan mitra tentunya melalui kerjasama yang terukur.



Memberikan perspektif yang berbeda

Bertemu dengan orang lain diluar perusahaan bisa membantu meningkatkan kreativitas dan memberikan alternatif solusi dari perspektif yang berbeda.



Sarana edukasi

Setiap koneksi yang terjalin dengan pihak eksternal dapat dipastikan bisa memberikan pembelajaran bagi pengembangan bisnis.



Meningkatkan skill

Terakhir, kolaborasi memungkinkan pebisnis mengakses skill dan informasi yang belum dimiliki di internal perusahaan.

**Begitu pula bagi Ora Food.
Kolaborasi yang dibangun sang owner
sejak awal masa merintis usaha
memungkinkan Ora Food berkembang
hingga hari ini, diantaranya melalui ...**

1

Proses menemukan komoditas,

produk ataupun jasa yang tepat sebagai solusi atas permasalahan yang dihadapi konsumen, terutama dengan belajar langsung dari sumber yang berpengalaman. Pertama kali menemukan komoditas rumput laut hingga dapat dikembangkan menjadi sebuah produk bernilai tambah dibantu oleh jaringan yang dibangun sang owner dengan pedagang keripik rumput laut lainnya.

2

Memperluas jaringan pemasaran,

terutama melalui komunitas yang tergabung di dalamnya. Secara bertahap tergabung dalam beberapa grup sesama UMKM serta pameran produk membuat Ora Food secara bertahap juga semakin dikenal konsumen.

3

Membantu proses pengembangan bisnis

dari informasi yang didapatkan di dalam komunitas, baik terkait proses kurasi produk, pendanaan, bantuan teknologi, dsb. Inilah pentingnya berkontribusi aktif dalam grup ataupun kegiatan yang pernah diikuti Ora Food, dimulai dari bergabungnya ke dalam grup pelatihan keamanan pangan dalam pengurusan PIRT.

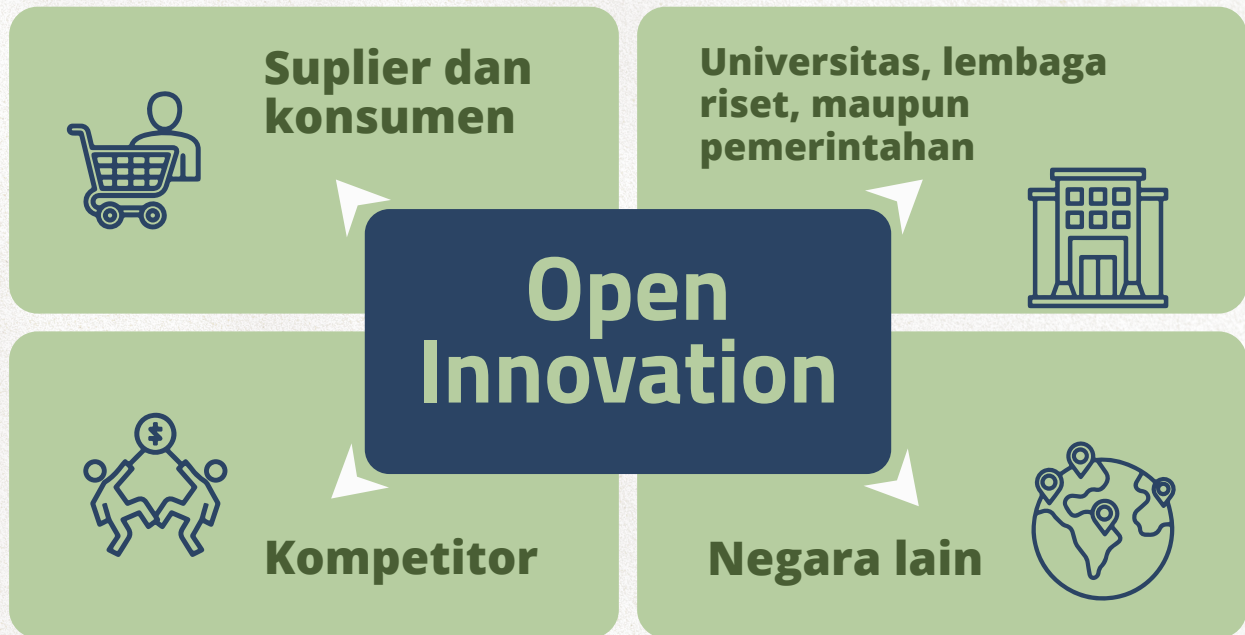
Inilah yang disebut sebagai Open Innovation...

Beberapa dari kita mungkin familiar dengan terminologi ini. Bagi yang belum, open innovation bisa dimaknai sebagai proses inovasi baik itu **produk, jasa, maupun model bisnis** dengan melibatkan berbagai sumber daya dari internal dan eksternal perusahaan.

Artinya, proses penciptaan inovasi ini bisa memanfaatkan informasi dan pengetahuan, SDM, teknologi, dan sumber daya lainnya yang bersumber dari luar perusahaan sehingga bisa **meningkatkan efisiensi**.



Dari mana sumber informasi dan inovasi bagi UMKM?



Sebuah teori menyebutkan bahwa produk baru bisa diciptakan dari hasil kolaborasi dengan konsumen akhir, atau paling tidak bersumber dari gagasan konsumennya. Bahwa konsumen adalah core bagi sebuah bisnis, maka menempatkan konsumen sebagai kolaborator perlu dilakukan.

Customer & community engagement adalah jawaban untuk menjaga kedekatan emosional dengan konsumen.

Beyond Profit, berikut adalah hal yang perlu dipertimbangkan ketika mengembangkan jaringan kolaborasi:

1

Pilih komunitas yang bisa mendukung seorang individu maupun bisnis **mendapatkan manfaat pengetahuan**. Sadari bahwa kemampuan seorang individu adalah terbatas, sehingga berkumpul dengan orang-orang yang memiliki visi yang sama, ataupun pengetahuan yang luas dapat menjadi kontributor berharga dalam peningkatan kapasitas berbisnis.

2

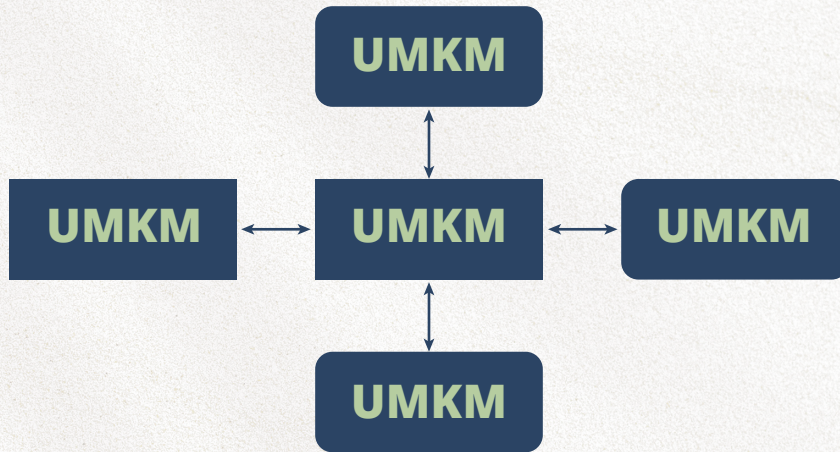
Tidak hanya pengetahuan, bergabung dalam komunitas yang saling mendukung adalah sebuah privilege. **Semangat yang dibangun adalah berkolaborasi untuk saling membesarkan bukan untuk saling menjatuhkan.**

3

Lihat kemungkinan jangka panjang, bukan keuntungan jangka pendek semata. Bisa saja tawaran kolaborasi yang dilakukan saat ini tidak memberikan keuntungan finansial bagi bisnis, namun di masa depan mungkin dapat menjadi sarana untuk memperluas pasar, meningkatkan kapasitas produksi, atau benefit lain bagi bisnis yang dijalankan.

Skema Kolaborasi bagi UMKM

1



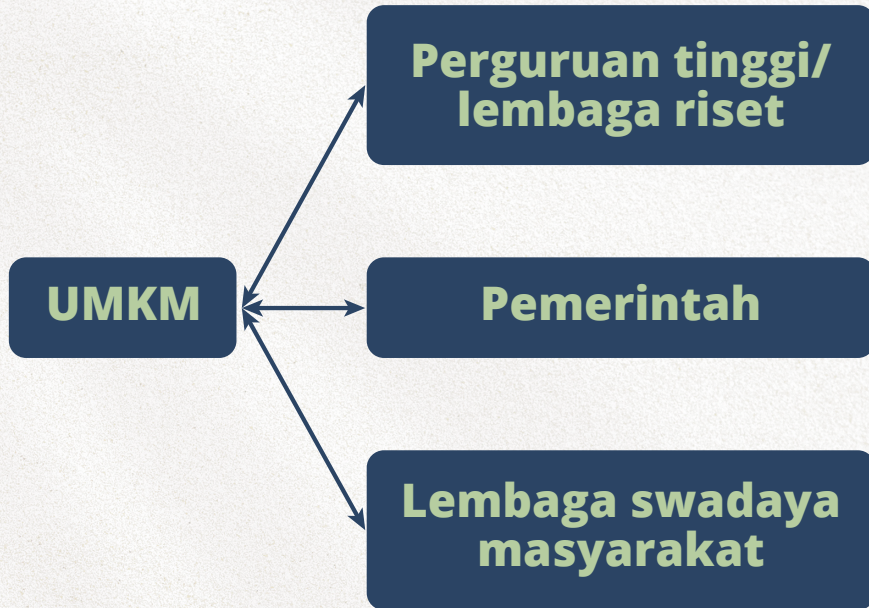
Terlibat aktif dalam grup chat ataupun komunitas sesama UMKM dapat mendorong proses transfer of knowledge dan teknologi. Kolaborasi pemasaran dan pengembangan produk baru juga sangat mungkin terjadi dalam skema ini.

2



Kerjasama dengan perusahaan besar memungkinkan UMKM untuk mengakses pasar B2B melalui penjualan produk white label. Interaksi ini perlu dibangun dibawah kontrak kerjasama.

3



Kolaborasi semacam ini umumnya akan memberikan benefit bagi UMKM dalam hal pendampingan, kurasi produk ke pasar yang lebih luas, hingga permodalan.

Dinas Koperasi dan UMKM, Dinas Perindustrian, Dinas Kesehatan, dsb umumnya menyediakan fasilitas pelatihan, pameran, dan fasilitasi perizinan secara gratis melalui aktivitas kurasi. Begitu pula LSM yang bergerak di sektor UMKM.

Lembaga penelitian dan perguruan tinggi umumnya akan banyak membantu UMKM dalam hal pengembangan produk dan pendampingan.

Itulah beberapa skema yang setidaknya dapat dipelajari dari apa yang dilakukan oleh Ora Food sepanjang usia perusahaannya

Bagian 4:

MEMBANGUN MINDSET KOLABORATIF



Berikut adalah mindset yang perlu dibangun oleh pengusaha dalam upaya mengembangkan jaringan kolaboratif untuk membangun bisnis yang sedang dirintis:



Persisten








Sudah menjadi rahasia umum bahwa merintis bisnis bukanlah hal yang mudah. Banyak rintangan yang harus dilalui hingga menghasilkan profit yang sepadan. Sikap persisten atau gigih ini diperlukan tidak hanya dalam membangun jaringan kolaborasi melainkan dalam bisnis secara umum.

Proaktif

Proaktif mulai dari mencari komunitas yang mendukung bisnis hingga dalam hal mengoptimalkan benefit yang bisa diberikan oleh komunitas tersebut. Untuk mendapatkan perhatian mitra eksternal, tidak bisa hanya diam dan menunggu kesempatan datang melainkan perlu secara aktif menjemput bola.



DAFTAR PUSTAKA

-  Ferduose, F., Holdt, S.L., Smith, R., Murua, P., and Yang, Z. 2018. "The Global Status of Seaweed Production, Trade and Utilization". FAO of United Nations. Rome.
-  Salim, Z., dan Ernawati. 2015. "Info Komoditi Rumput Laut". Jakarta: Badan Pengkajian dan Pengembangan Kebijakan Perdagangan Al Mawardi Prima.
-  "Indonesia Kuasai 30% Ekspor Rumput Laut Dunia". Asiatoday.id, <https://asiatoday.id/read/indonesia-kuasai-30-persen-ekspor-rumput-laut-dunia>. Diakses pada 16 Oktober 2022.
-  "Maximizing the Potential of Seaweed Industry". bkpm.go.id, <https://www.bkpm.go.id/en/publication/detail/news/maximizing-the-potential-of-seaweed-industry>. Diakses pada 03 September 2022.
-  "New food sources and food production systems". Fao.org, <https://www.fao.org/3/cb8667en/online/src/html/chapter-4.4.html>. Diakses pada 03 September 2022.
-  "Production Volume of Seaweed in Indonesia 2011 to 2019". Statista.com, <https://www.statista.com/statistics/1083216/indonesia-production-volume-of-seaweed>. Diakses pada 16 Oktober 2022.
-  "Rumput Laut, Komoditas Penting yang Belum Dioptimalkan". Kkp.go.id, <https://kkp.go.id/djpdspkp/bbp2hp/artikel/14127-rumput-laut-komoditas-penting-yang-belum-dioptimalkan>. Diakses pada 16 Oktober 2022.

PROFIL PENULIS

Ricardus Marsudi Yuwono

sebelum memulai bisnis di sektor olahan rumput laut memiliki pengalaman bekerja di perusahaan farmasi dan alat kesehatan pada tahun 1993 dan di perusahaan FMCG sebagai team sales distribusi hingga 2018. Aktif di komunitas UMKM untuk berkolaborasi dengan pelaku usaha lain selama 3 tahun terakhir. Ricardus fokus mengangkat citra produk berbahan lokal khususnya rumput laut tropis yang sangat berlimpah dan menjadi berkah bagi Indonesia.

Alika Rizmalia Putri

atau kerap disapa Alika merupakan lulusan sarjana dari Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Gadjah Mada. Kini ia merupakan seorang digital marketer di Forbil Institute. Meski bekerja dalam dunia digital, dari semasa kuliah ia memiliki mimpi untuk menjadi seorang sociopreneur atau seorang entrepreneur yang mampu memberikan manfaat bagi masyarakat dan lingkungan seperti yang dilakukan oleh Bapak Yuwono (Founder dan CEO Ora Food).

An Naafi Yulianti Lathifah

mendapat gelar Sarjana Teknologi Pertanian dari Departemen Teknologi Industri Pertanian, Fakultas Teknologi Pertanian, Universitas Gadjah Mada dengan predikat cumlaude. Saat ini, ia bekerja sebagai peneliti di Forbil Institute dan terlibat dalam berbagai kajian kebijakan revolusi industri 4.0, pertanian, dan talent management. An Naafi memiliki ketertarikan dalam lingkup manajemen teknologi dan inovasi serta entrepreneurship.

