

# Laporan Proses

---

## Pertemuan Mitra Civic Engagement Alliance (CEA)

Ubud, 25-28 November 2019

Rival Ahmad



# Pengantar

Pertemuan mitra adalah momentum untuk memeriksa seberapa jauh jalan sudah ditempuh, apa saja hasil yang yang diperoleh, pelajaran penting apa yang bisa direfleksikan. Pada 25-28 November 2019 di Ubud, Bali, Mitra Program Civic Engagement Alliance (CEA) bertemu untuk membicarakan bagaimana mengembangkan arah dan kelanjutan aliansi yang secara programatik akan berakhir pada 2020.

Program CEA di Indonesia sudah berlangsung sejak tahun 2016. Dalam kurun waktu 3 tahun terakhir, mitra CEA telah menghasilkan beragam produk pengetahuan maupun kerja kolaborasi multi pihak yang melibatkan Pemerintah - Sektor Swasta - Pekerja - *Smallholder*. Secara umum, implementasi CEA bersinergi dengan perusahaan dan Pemerintah Indonesia melalui lobi dan advokasi yang dilakukan oleh lembaga mitra CEA di Indonesia. Lembaga mitra CEA Indonesia sudah berupaya memberikan sumbangan pemikiran serta masukan terhadap perbaikan standar operasional prosedur penyelenggaraan bisnis serta kebijakan di tingkat kabupaten hingga nasional. Ada dua pilar utama yakni *Pathway 3* (Smallholder Empowerment) dan *Pathway 4* (Responsible Business). Kedua pilar ini dijalankan oleh aliansi

masyarakat sipil, serikat petani, asosiasi bisnis dan tokoh tokoh birokrasi. Lobi kepada stakeholder komoditas sudah dilakukan melalui *Pathway 3* dan *Pathway 4* dengan menghasilkan beragam kesepakatan, kajian, maupun panduan yang bertujuan untuk memberi jaminan keamanan pangan bagi konsumen sebagai akhir dari rantai nilai komoditas dan memperkuat para produsen kecil dalam rantai pasar.

Pada akhir pertemuan diharapkan seleuruh Mitra dan ICCO akan mendapatkan

- **Pemahaman yang baik mengenai capaian dan refleksi pembelajaran program**
- **Pemahaman yang baik mengenai arus dan situasi yang akan mempengaruhi program ke depan**
- **Strategi bersama ke depan dengan menggunakan Business Model Canvas**

Dalam pertemuan ini ada wakil-wakil dari organisasi: KPSHK, Penabulu, Konsil LSM, ELSAM, KRKP, Hukatan-CNV, SPKS, PKPA dan ICCO.

# Proses

Pertemuan ini berlangsung dalam 4 putaran. Putaran pertama, mengungkap capaian dan refleksi perjalanan. Putaran kedua mengenali arus dan konteks. Putaran ketiga, menggali ide segar. Putaran keempat, merancang strategi baru.

## Capaian dan Refleksi

Dalam putaran ini tiap organisasi diminta untuk mengungkap dan menggali lebih dalam apa saja yang sudah diperoleh selama perjalanan program dengan menggunakan 10 pertanyaan.

menyampaikan paparannya secara paralel, peserta yang lain kemudian memberi input secara intensif.

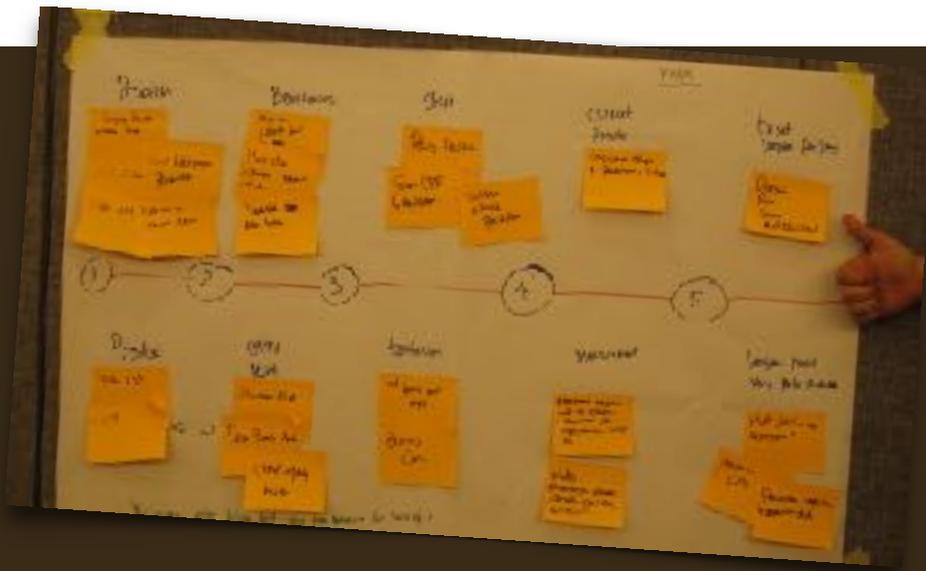
Secara umum, ada beragam capaian dan tantangan. Ketidaksamaan memulai program, keleluasaan untuk mengembangkan aktivitas dan karakter khas dari tiap organisasi menjadi beberapa faktor pendorongnya,



<b>1</b> Problem kunci apa Yang hendak Anda Pecahkan	<b>2</b> Siapa yang akan dapat manfaat terbesar	<b>3</b> Apa saja langkah yang Sudah dilakukan	<b>4</b> Apa capaian penting saat ini	<b>5</b> Apa target jangka panjangnya
Apa tawaran atau produk utama anda	Apa pintu masuknya	Apa saja tantangan yang dihadapi	Bagaimana cara mengukur efeknya	Apa langkah krusial yang perlu dilakukan

Setelah masing-masing wakil organisasi menggali dan menyusunnya dalam sebuah Plano, mereka kemudian mempresentasikannya secara bergiliran. Ada dua putaran Presentasi, yang pertama untuk program di bawah Pathway 3 (Small Holder Empwerment) dan kedua program di bawah Pathway 4 (Responsible and Sustainable Business). Tiap putaran ada 4 organisasi yang





Dari putaran pertama ini mulai terlihat ada pemahaman yang lebih mendalam dari para wakil organisasi terhadap program-program yang dijalankan oleh organisasi lain di bawah payung program yang sama.

## Arus dan Konteks

Putaran diskusi ini bertujuan untuk menyamakan pandangan terhadap arus dan konteks eksternal, baik lokal, nasional maupun global yang akan berpengaruh kuat terhadap ide dan jalannya program ke depan. Kiswara dari ICCO menjabarkan secara singkat 4 Arus dan konteks utama: **1. RUU Corporate Social Responsibility; 2. Revolusi Industri 4.0; 3. Kementerian Pertanian sebagai Superbody; 4. Biodiesel.**

bergantian. Ada tiga ronde. Pertama, membahas CSR. Ada tiga hal yang dibahas oleh seluruh peserta: gagasan CSR yang berkembang dan akan diadopsi oleh regulasi ke depan; bagaimana menyikapinya, apakah dilihat sebagai peluang pendanaan atau sebaliknya; ketiga, bagaimana memanfaatkannya. Dalam diskusi ini ada perbedaan melihat konsep dan regulasi CSR, namun ada kesepakatan untuk melihatnya sebagai peluang dengan mendorong CSR berkontribusi pada pendekatan pembangunan yang lebih strategis, bukan karitatif.

Ronde berikutnya membahas Revolusi 4.0, di mana banyak hal dalam kehidupan sehari-hari akan termediasi oleh dan teknologi informasi berbasis internet.



Diskusi menggunakan metode fishbowl. Rangkaian kursi disusun menjadi dua lingkaran, dalam dan luar. Ada 4 orang duduk di lingkaran dalam, yang akan menjadi pemicu diskusi, Plus satu kursi panas yang disediakan untuk siapa saja yang duduk di lingkaran luar terlibat dalam diskusi di lingkaran dalam, secara

Peserta membahas ini dalam kerangka kemungkinan pengembangan program, misalnya pengembangan Aplikasi Antarmuka dan database yang mampu memanfaatkan bigdata.

Ronde ketiga dan keempat membahas Kementerian Pertanian yang akan

menjadi superbody. Super body dimaksudkan sebagai pemerintah dibawah Kementan (Kementrian Pertanian) mengatur sindikasi energi; memaksimalkan industrial crops termasuk untuk stapple food. Dalam hal ini juga termasuk untuk mempromosikan penggunaan makanan pokok (Beras). Contohnya: mendayagunakan dan menaikkan nilai harga beras Indonesia dibanding dengan beras dari Mekong.

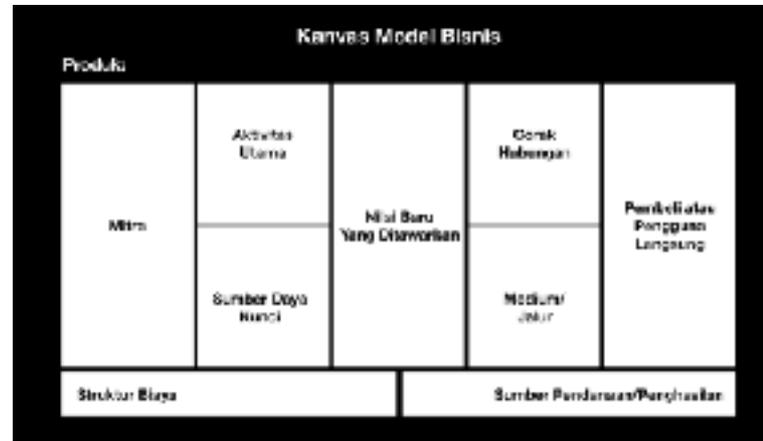
Superbody juga dalam konteks sawit, karena di kemudian hari tidak akan hanya bersifat sebagai sumber pangan, namun juga menjadi sumber energi (Bio Diesel). Ada kemungkina istilah petani berubah menjadi 'pengrajin energi' Pada konvensi ILO, dirumuskan artian baru dalam terminology pekerja. Kelas pekerja kemudian berarti adalah mereka semua yang termasuk didalamnya karyawan, kontraktor, mereka yang sudah berhenti bekerja, mereka yang mencari pekerjaan, dan hal ini akan diperkenalkan di tahun 2020.

## Ide Terobosan

Pada putaran ketiga, di Hari 2, peserta diajak untuk mengeksplorasi ide-ide terobosan berbasis diskusi dua putaran di hari sebelumnya. Dengan capaian dan kekuatan yang ada, dan melihat arus konteks yang berkembang, apa saja intervensi program yang bisa dimajukan.

Ada tiga subsesi dari putaran ini, pertama brainstorming ide baru. Tiap orang diminta untuk menyusun daftar ide terobosan, kemudian di dalam kelompok mendiskusikan ide yang paling menggetarkan untuk dilanjutkan. Ide kelompok ini lantas dipresentasikan ke

kelompok lain untuk mendapatkan input dan umpan balik. Pada subsesi berikutnya, tiap kelompok mengelaborasi ide terobosannya dengan menggunakan Kanvas Model Bisnis.



Setelah mencoba Kanvas Model Bisnis dan mempresentasikan gagasan awalnya kepada kelompok lain, para peserta kemudian diajak untuk berkunjung ke KOPERNIK. Sebuah organisasi sosial yang bergerak di bidang pengembangan dan pemasaran teknologi untuk wilayah-wilayah yang minim akses.

Di Kopernik para peserta melihat produk-produk teknologi yang dikembangkan dan dipasarkan oleh KOPERNIK, mendapatkan penjelasan mendalam bagaimana proses inovasi teknologi sederhana berlangsung, dan bagaimana



model bisnis yang kemudian dikembangkan oleh organisasi untuk membiayai inovasi dan operasional organisasi.

Pengalaman berkunjung ke KOPERNIK membantu peserta untuk melihat bahwa model bisnis mesti mampu menjawab permasalahan yang kongkret dan bisa berasal dari hal yang sederhana,



## Beberapa refleksi terhadap kunjungan ke KOPERNIK.

"Apa yang kita pikirkan dan rancang terlihat sangat sulit, tetapi setelah ke Kopernik itu sangat mudah hanya saja kita tidak mau memulainya" Katjonk

"Saya mendapatkan banyak ide di Kopernik, seperti inovasi terbaru seperti lampu yang saya beli."

- Matias

"Di Kopernik saya tertarik dengan Sania meletakkan co-design, Kopernik menempatkan semua program di co-design, tetapi dia malu-malu untuk menjadikan ini sebagai investasi. Padahal semua percobaannya berhasil dan bisa dijual dan mendapat bisnis yang bagus."

- Budi Susilo

"Sangat menarik kita bisa mendapat apa dan siapa yang membutuhkan, untuk Kopernik jadi refleksi untuk saya mengenai apa keputusan-keputusan yang mereka lakukan."

- Esti

"Kemarin merupakan hal yang besar untuk saya, ini seperti tampanan untuk saya, kita berbicara hal besar pagi-pagi tapi tidak terlaksana dengan baik, begitu ke Kopernik ternyata hal-hal kecil itu luput kita pikirkan. Tentang eksperimen, Kopernik memiliki pandangan yang berbeda dari sudut pandang yang mereka melakukan eksperimen berdasarkan kebutuhan dengan masyarakat."

Lili -

# Strategi 2020

Dalam putaran terakhir ini, di hari ketiga, peserta dibagi menjadi empat kelompok yang akan mengeksplorasi tiap-tiap ide yang telah dikerjakan sebelumnya, dengan menggunakan pengalaman kunjungan ke KOPERNIK.

Tiap kelompok kemudian melakukan proses pitching model bisnisnya. Setelah semua peserta mendengar, tiap kelompok kemudian diminta melakukan merger. Merger berbeda dengan kerjasama. Merger adalah peleburan yang harus dilakukan. Sifatnya tidak tergantikan dalam satu siklus produksi. Fokusnya adalah untuk memilih, menyaring, memformulasikan produk apa yang paling bisa dikembangkan.

Ringkasan dari program unggulan masing-masing kelompok, diantaranya adalah:



## a. CIRCULAR FORESTRY ECONOMIC

<b>8. Mitra</b> Bank Lembaga keuangan Supplier KCD LDM	<b>7. Aktivitas kunci</b> Sertifikasi tanaman hasil hutan: PENGHUNIAN peleburan rempang; Situ trialah; ampuh	<b>2. Nilai tambah dari produk</b> Mempertajam interioritas; Nilai nilai inku; taransi produk dan transolality.	<b>4. Hubungan dengan customer</b> Direct sales Coaching hasil rempang	<b>5. Customer / beneficiaries kunci</b> Buyer; Perusahaan tempa; Pelebur dalam rempah; industry pengolahan sawit.
<b>6. Sumber Daya Utama</b> Keterampilan dan KEDIRIHATAN DAN DORU		<b>3. Channel / cara customer tahu produk kita</b> DAROTA; Cive transial ampuh; PELEBURAN rempang		
<b>9. Struktur Biaya</b> Aliran pengalangan; ongkos; Leri; loga perrelian; Biaya promosi; Biaya operasional; kaminan supply.		<b>5. Sumber pendanaan</b> Hilak; Investor; Koli; lina; Geli; gema; lina; Sponsorship		

## b. PETANI ONLINE

<b>8. Mitra</b> Petani; Investor	<b>7. Aktivitas kunci</b> Pengumpulan dan pengalangan data alokasikan	<b>2. Nilai tambah dari produk</b> Transability; fair trade; Sistem kumulat; Keterlanjutan	<b>4. Hubungan dengan customer</b> Keanggotaan; Jua; kelipal; ditja Arlive	<b>5. Customer / beneficiaries kunci</b> Perusahaan kabun Joromam (ESDART); PIRAM' alam pack tari
<b>6. Sumber Daya Utama</b> DMM; Berakli; data pactactian		<b>3. Channel / cara customer tahu produk kita</b> Online; Aplikasi DAROTA		
<b>9. Struktur Biaya</b> Buildsystem DARTIA; SEN; Ratch and Developers		<b>5. Sumber pendanaan</b> Akasi DMC; ita; kap; KSP; Soud; liler; Member; HPO; Investor		

## c. MENINGGUL TOURISM

<b>8. Mitra</b> Beda; alir; elika nasiona; lembaga sertifikasi; wakia; Orman Komoditas Nasiona; Petani; Pengelola; liliq; Camilian; team building; praktisi peranian; Keur; entiboun; Agen travel; wakia; dan internasiona; Prakti; mode	<b>7. Aktivitas kunci</b> Training; Coaching; Program reagan	<b>2. Nilai tambah dari produk</b> Konservasi dan heritage budaya; isa; dan; maram; Dupa; di; mofat; belajo; sama; dengan; gelang; Agri; shing; sertifikasi; based; Mernam; gawa; dan ulian; untuk; praktik; ummi; wakia	<b>4. Hubungan dengan customer</b> Online; training; Face to face training; community; based	<b>5. Customer / beneficiaries kunci</b> Agri; agency; Profesional; Kelompok; hini; the suman; lampa; MDD; pertanian; Agri; industry; Turki; sawa; SMA; RIN; D; 0000
<b>6. Sumber Daya Utama</b> CRM; Bussines; dan; Platform; maram; Terapan; ahli		<b>3. Channel / cara customer tahu produk kita</b> Acessuda; dan; WEBITE; PRHO; social		
<b>9. Struktur Biaya</b> Wakia; Seneraria; Marketing; and; perawita; Aersual; oat; notat; haram; of; resource; perisa.		<b>5. Sumber pendanaan</b> Invent; (wakia; dan; gawamam); Sponsor (Internasiona; agri; wakia; agency; dan; DDP); Prigiser (Internasiona; pemerintah; terahit)		

## d. BUSINESS EXPO

<b>8. Mitra</b> Konsultan; Perawita; API; Data; Beda; sertifikasi	<b>7. Aktivitas kunci</b> Capacity building; Digital; platform; Realite; Dpp; business; board; to IDP; an; liler; and	<b>2. Nilai tambah dari produk</b> Beda; mision; konfil; Pactapan Internama; kombine; Internasiona; maram; stansi; Pengalangan kemiskinan	<b>4. Hubungan dengan customer</b> Online (Boc; Premium); Offline (Face to face)	<b>5. Customer / beneficiaries kunci</b> LDM; Government; Buyer (Intern & cive); Investor
<b>6. Sumber Daya Utama</b> Jaringan; Pengalangan; HS		<b>3. Channel / cara customer tahu produk kita</b> WEBITE; MARK; Hia; Komunita; Boc		
<b>9. Struktur Biaya</b> Investor; Member; APB; APB; Dca		<b>5. Sumber pendanaan</b> Media; partner		

Berikut tiga aktifitas kolaborasi yang akan dilakukan antara lain adalah:

MEANINGFUL TOURISM			
Daerah Wisata	Kapuas Hulu	Langkat	Desa Bukit Lawang
Potensi Wisata	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Marsedan Raya, danau marsedan kano, memancing, wisata culture, wisata kuliner durian harvest, HCV visit palm oil di fasilitas oleh desa dan resbound</li> <li>b. Bukit sekadau caving, trekking, camping</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Forest trekking</li> <li>b. Rehabilitation center orang utan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Water fall</li> <li>b. Rafting</li> <li>c. Caving</li> <li>d. Memancing</li> <li>e. wisata belanja anyaman daun sawit</li> </ul>
Tahapan yang akan di lakukan	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Kolebs CSO dan perusahaan</li> <li>b. Assesment (lanskap studi)</li> <li>c. Membangun konsesium "investor" dalam lanskap Tsb</li> <li>d. Kesepakatan dengan perusahaan sawit</li> <li>e. Kesepakatan dengan perusahaan sawit</li> <li>f. Collaborating design untuk meaning tourism 2011</li> </ul>		

CIRCULAR FORESTRY ECONOMIC			
Kegiatan	Sub Kegiatan	Dana	Waktu
Develop data base rempah	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Dakota (kebun petani rakyat)</li> <li>b. data rempah hutan</li> </ul>	Penabulu dan KPSHK	Januari (konsolidasi PB, KPSHK, PKPA)
Integrasi nilai inklusi sertifikasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Tracking hutan adat</li> <li>b. CRBP untuk spice (wilayah KPSHK)</li> </ul>	PKPA	Februari
Sertifikasi rempah hutan	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Konsep TOR KPSHK</li> <li>b. FGD sertifikasi komoditi</li> <li>c. Workshop uji coba</li> <li>d. Workshop IG</li> <li>e. Workshop skema bisnis sertifikasi</li> </ul>	ICCO	Maret
Indonesian Spices expo	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. CRBP on spice</li> <li>b. DAKOTA</li> <li>c. Sampel produk dan packaging khusus</li> </ul>	ICCO (budget komunikasi)	April

UNGP's WEEK			
Kegiatan	Sub Kegiatan	Dana	Waktu
Budgeting dan TOR	Undangan (kementrian desa, Kemenko. ART/BPN, Kemtan, Kemenhukam HAM, Bapenas, KSP)	AICHR, UNDP, Embassy, MUI, SEKBER, RAN-HAM, Sektor bisnis, EU dan lembaga donor	Desember
Media partner	Promosi event, online dan offline		Desember
Pitch sponsor	Sponsor meeting		Desember minggu ke 2
Workshop design			30 Januari s.d 2 Feb 2020
Design kegiatan	Seminar, Workshop, Pameran UKM		30 Januari s.d 2 Feb 2020
Pasca Kegiatan	Evaluation meeting		30 Januari s.d 2 Feb 2020

# Penutup

Secara umum, proses pertemuan berjalan sesuai rencana awal. Peserta menyatakan bahwa pertemuan kali ini punya dua catatan penting, pertama, prosesnya mampu membangkitkan antusiasme peserta sehingga diskusi berlangsung baik, kedua, banyak pembelajaran baru, seperti penggunaan alat perencanaan Kanvas Model Bisnis dan kunjungan ke Kopernik.

## Catatan fasilitator

Ada tiga catatan penting dari pertemuan ini.

1. Sepanjang proses pertemuan peserta antusias mengikuti setiap sesi diskusi. Baik yang muda maupun yang sudah berpengalaman tidak ragu untuk terlibat dan aktif dalam diskusi. Diskusi di dalam kelas maupun di saat rehat juga berlangsung menarik. Ada banyak informasi baru yang diperoleh peserta dari peserta lain, terutama kedalaman dan perspektif dalam menjalankan program. Hal ini sekaligus menunjukkan bahwa pertemuan yang reguler dan alurnya tertata dengan baik akan membantu Mitra dalam melakukan refleksi program dan mengembangkan kemungkinan berkolaborasi.
2. Dari sisi konten masih terasa bahwa peserta yang rata-rata berlatarbelakang LSM masih kesulitan dalam menggunakan perspektif bisnis atau market approach dalam pengembangan program. Praktik dan latihan dalam pertemuan ini perlu dilanjutkan secara sistematis dengan berbagai variasi metode: training, coaching, speed dating, real pitching dan lain sebagainya. Sehingga, secara bertahap pengetahuan dan pengalaman mitra akan bertambah kuat.
3. Dari sisi program, pendekatan yang dijalankan oleh program ini sangat menarik, karena memberikan kesempatan pada Mitra untuk mengembangkan kekuatan organisasi dan menantang mereka merambah hal-hal baru yang belum pernah selama ini dijangkau. Proses pencatatan pembelajaran dari program ini akan sangat berguna bagi inisiasi program-program pembangunan ke depan.



