

ELLIA FAUZIAH KUSUMADANI NPM. 210331100045. *Business Model Canvas* (BMC) Keripik Ubi Jalar Ungu (*Ipomoea Batatas L.Poir*) di Kecamatan Trawas, Kabupaten Mojokerto, Jawa Timur. Dibawah bimbingan **Dr. Banun Diyah Probawati, S.TP., M.Si** dan **Dr. Burhan, S.TP., M.T**

ABSTRAK

Ubi jalar ungu (*Ipomea batatas L.poir*) adalah salah satu varietas dari tanaman ubi jalar yang dikenal karena warna ungu khas pada daging umbinya. Warna ungu yang ada pada ubi jalar adalah warna ungu tua yang menunjukkan adanya kandungan anthosianin yang relatif tinggi. Keripik salah satu cara pengolahan ubi jalar ungu yang biasanya sering dilakukan untuk meningkatkan nilai tambah ubi jalar ungu. Keripik ubi jalar ungu merupakan makanan ringan yang cara pembuatannya dipotong tipis yang kemudian digoreng hingga kripi. *Business Model Canvas* (BMC) adalah salah satu model pengembangan bisnis yang dapat menunjukkan kondisi bisnis melalui sembilan chanel. Sembilan chanel tersebut diantaranya, *customer segment, value propositions, channel, customer relationship, revenue stream, key resource, key activities, key partnership, dan cost structur*. Tujuan dari penelitian ini ialah untuk memperoleh penerapan *value propositions* dalam pengembangan produk ubi jalar ungu di Kecamatan Trawas Kabupaten Mojokerto dan untuk mengembangkan model bisnis dengan pendekatan *business model canvas*. Metode penelitian ini dilakukan dengan cara melakukan observasi, wawancara sesuai dengan 9 elemen yang dibutuhkan pada BMC, kuesioner, dan dokumentasi. Melakukan analisa terhadap hasil wawancara menggunakan *business model canvas* (BMC). Penelitian ini didapatkan hasil bahwa keripik ubi jalar ungu memiliki *value propositions* yaitu memiliki kandungan β -karoten, anthosianin, vitamin A, vitamin C, dan vitamin E, kemudian memiliki warna ungu pekat dari ubi itu sendiri, memiliki rasa manis alami tanpa penambahan pemanis buatan, serta harga dan ukuran produk cukup terjangkau, terakhir produk keripik ubi jalar ungu dari UD Lukita ini tidak menggunakan pengawet makanan. *Value propositions* pada keripik ubi jalar ungu tersebut nantinya diharapkan dapat menjadikan produk yang memiliki keunggulan kompetitif.

Kata kunci: *Business model canvas*, Keripik ubi jalar ungu, *Value propositions*.

ELLIA FAUZIAH KUSUMADANI NPM. 210331100045. *Business Model Canvas (BMC) Purple Sweet Potato Chips (Ipomoea Batatas L.Poir) In Trawas District, Mojokerto Regency, East Java. Under the guidance Dr. Banun Diyah Probawati, S.TP., M.Si and DR. Burhan, S.TP., M.T*

ABSTRACT

Purple sweet potato (Ipomea batatas L.poir) is a variety of sweet potato known for its distinctive purple color. The purple color in sweet potatoes is a dark purple color that indicates a relatively high anthocyanin content. Chips are one way of processing purple sweet potatoes which is usually often done to increase the added value of purple sweet potatoes. Purple sweet potato chips are snacks that are thinly cut and then fried until crispy. Business Model Canvas (BMC) is one of the business development models that can show business conditions through nine channels. The nine channels include customer segments, value propositions, channels, customer relationships, revenue streams, key resources, key activities, key partnerships, and cost structures. The purpose of this research is to obtain the application of value propositions in the development of purple sweet potato products in Trawas District, Mojokerto Regency and to develop a business model with a business model canvas approach. This research method was conducted by conducting observations, interviews in accordance with the 9 elements needed in BMC, questionnaires, and documentation. Analyzing the results of the interview using the business model canvas (BMC). This study found that purple sweet potato chips have value propositions, namely having β -carotene, anthocyanins, vitamin A, vitamin C, and vitamin E, then having a deep purple color from the sweet potato itself, having a natural sweet taste without the addition of artificial sweeteners, and the price and size of the product is quite affordable, finally the purple sweet potato chips product from UD Lukita does not use food preservatives. Value propositions in purple sweet potato chips are expected to make products that have a competitive advantage.

Keywords: *Business model canvas, Purple sweet potato chips, Value propositions.*