

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Ubi jalar (*Ipomoea batatas* L.) merupakan kelompok umbi-umbian yang mempunyai potensi cukup penting sebagai sumber bahan pangan substitusi (penambahan). Hal ini dikarenakan ubi jalar terkandung sejumlah mineral dan nutrisi yang tidak kalah pentingnya dengan kandungan nutrisi pada beras, jagung mau pun kelompok umbi-umbian yang lain (Apriliani, 2022). Daerah Trawas Kabupaten Mojokerto merupakan salah satu daerah yang memiliki hasil panen ubi jalar yang cukup melimpah dibanding dengan daerah Jawa Timur lainnya. Setiap tahun produksi ubi jalar di Mojokerto terus meningkat, hal ini dibuktikan untuk survei terakhir dari Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2024 menghasilkan 300 ton ubi jalar dan jumlah panen ubi jalar tersebut sudah termasuk dari berbagai jenis ubi jalar seperti ubi jalar putih, ubi jalar oranye, ubi jalar kuning, ubi jalar cilembu, dan ubi jalar ungu (BPS, 2024).

Ubi jalar ungu adalah jenis (*Ipomoea Batatas* L. *Poir*) yang memiliki warna ungu cukup pekat pada daging ubinya sehingga banyak menarik perhatian orang. Ubi jalar ungu digunakan sebagai sumber pati dan tinggi anthosianin yang dapat dimanfaatkan sebagai minuman dan makanan yang bebas penambahan gula, dan juga memiliki keunggulan untuk kesehatan tubuh (Iriyanti dalam Lamusu, 2018). Ubi jalar ungu memiliki beberapa kandungan vitamin seperti vitamin A, C, dan E. Kandungan kalori per 100 gram ubi jalar cukup tinggi, yaitu 123 kal sehingga dapat memberikan rasa kenyang dalam jumlah yang relatif sedikit. Ubi jalar ungu mempunyai kandungan β -karoten yang lebih tinggi dibandingkan tanaman umbi lainnya. β -karoten, anthosianin, vitamin C, dan vitamin E merupakan antioksidan yang bermanfaat sebagai penangkal penyakit kronis termasuk kardiovaskuler, sedangkan kandungan serat dan vitamin B6 di dalam ubi jalar ungu berkhasiat mengurangi kelebihan kolesterol (Dewandari *et al.*, 2014).

Meninjau banyaknya hasil panen sebanyak 300 ton ubi jalar pada tahun 2024 tentunya varietas ubi yang dihasilkan bermacam-macam termasuk ubi jalar ungu. Namun para petani ubi jalar yang berada di Mojokerto terutama di daerah Kecamatan Trawas mereka hanya menjual berbagai jenis ubi jalar termasuk ubi jalar ungu secara mentah. Harga yang diperoleh para petani dari penjualan ubi jalar ungu secara mentah tersebut tiap tahunnya selalu naik turun, sehingga keuntungan para petani ubi jalar yang berasal dari daerah tersebut tidak

menentu. Oleh karena itu, diperlukan pengolahan hasil pertanian untuk dijadikan sebagai nilai tambah produksi ubi jalar di Kecamatan Trawas Kabupaten Mojokerto. Pengembangan produk tersebut salah satunya yaitu pengembangan ubi jalar pada jenis ubi ungu yang nantinya akan diolah menjadi sebuah produk makanan agar dapat meningkatkan nilai tambah dari ubi jalar ungu.

Pengolahan ubi jalar ungu semakin bervariasi seiring meningkatnya produksi ubi jalar ungu. Olahan tersebut berbagai macam seperti menjadikan ubi jalar ungu sebagai makanan aneka kue (brownies, cenil, onde-onde, dan lain – lain) serta aneka minuman rasa (Pratiwi, 2020). Selain olahan ubi jalar ungu tersebut, keripik menjadi salah satu olahan yang sudah tidak familiar atau bahkan sering dikonsumsi oleh masyarakat. Hal ini dikarenakan proses pembuatan keripik ubi jalar ungu yang tidak terlalu sulit dan bahan baku yang mudah didapatkan (Setiawan dan Rahadi, 2019).

Keripik ubi jalar ungu adalah makanan ringan yang terbuat dari irisan tipis ubi jalar (*sweet potato*) yang proses pembuatannya dilakukan dengan cara digoreng hingga krispi (Isma dan Azis, 2023). Keripik yang terbuat dari ubi jalar ungu juga kaya akan anthosianin, sejenis antioksidan yang memberi warna ungu pada umbinya. Antioksidan ini memiliki peran penting dalam melawan stres oksidatif, yang merupakan salah satu faktor risiko penyakit kardiovaskuler (Setiawan dan Rahadi, 2019). Berdasarkan kandungan ubi jalar ungu yang sudah disebutkan, maka keripik ubi jalar ungu nantinya akan menjadi produk yang memiliki keunggulan kompetitif. Oleh karena itu penting bagi pelaku usaha keripik ubi jalar ungu agar mampu mengembangkan bisnisnya dengan skala yang lebih besar, salah satunya melalui model bisnis yang biasa digunakan yaitu *Business Model Canvas* (BMC).

Business Model Canvas (BMC) merupakan sebuah model bisnis yang sering digunakan pada sebuah perusahaan rintisan untuk melakukan perencanaan bisnis dan menetapkan serta melakukan validasi bagian penting yang terdapat dalam bisnis. Keunggulan dari model bisnis ini yaitu terdapat sembilan elemen yang menjadi patokan pada model bisnis canvas, sembilan elemen tersebut terdiri dari *customer segments*, *value proposition*, *channels*, *customer relationships*, *revenue streams*, *key resources*, *key activities*, *key partnership*, dan *cost structure* (Mahendra, 2022). Dari sembilan elemen yang ada di model bisnis canvas, terdapat satu elemen yaitu *value propositions* yang nantinya akan digunakan untuk pengembangan bisnis ubi jalar ungu. *Value*

proposition adalah pernyataan atau tawaran nilai yang menjelaskan manfaat unik yang ditawarkan oleh suatu produk, layanan, atau perusahaan kepada pelanggannya. Hal ini menjelaskan mengapa produk atau layanan tersebut layak dipilih oleh pelanggan dibandingkan dengan penawaran dari pesaing. Keunikan dan manfaat dari sebuah produk maupun layanan merupakan komponen utama dari *value proposition* (Ongliani *et al.*, 2018). Berdasarkan kandungan, dan keunikan (warna ubi jalar ungu) dari keripik ubi jalar nantinya akan menjadikan *value proposition* dari produk tersebut.

Beberapa penelitian yang telah sukses menggunakan *business model canvas* (BMC) seperti penelitian terdahulu (Suwarni dan Handayani, 2021) menyatakan *business model canvas* (BMC) mampu meningkatkan strategi pelestarian segmen pelanggan sebagai sumber daya utama. Kemudian meningkatkan *value propositions* layanan kustomisasi pelanggan, lalu media sosial digunakan untuk saluran dan hubungan pelanggan, serta aliran pendapatan baru dihasilkan dari produk keripik pisang dengan menggunakan BMC. Penelitian lainnya dari (Ton *et al.*, 2020) menunjukkan hasil bahwa BMC dapat membantu penetrasi pasar dan pengembangan produk. Selain itu, penjualan produk bekamal terus meningkat sekitar 6-9 juta per bulan, dan modifikasi produk dapat meningkatkan kinerja penjualan sehingga produk bekamal dapat diproduksi secara menguntungkan di lingkungan industri rumahan. Berdasarkan kisah sukses tersebut, maka penelitian ini akan mengembangkan bisnis keripik ubi jalar ungu dengan pendekatan *business model canvas* (BMC).

1.2 Rumusan Masalah

Ubi jalar ungu di Kecamatan Trawas Kabupaten Mojokerto belum dikembangkan atau dimanfaatkan secara maksimal. Ubi Jalar ini memiliki *value* yang pantas untuk dikembangkan. Oleh sebab itu pemetaan model bisnis yang mampu memberikan nilai tambah pada ubi jalar ungu sangat dibutuhkan.

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk memperoleh penerapan *value propositions* dalam pengembangan produk ubi jalar ungu di Kecamatan Trawas Kabupaten Mojokerto.
2. Untuk mengembangkan model bisnis dengan pendekatan *Business Model Canvas*.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Mampu menerapkan *value propositions* dalam mengembangkan produk ubi jalar di Kecamatan Trawas Kabupaten Mojokerto.

2. Mampu mengembangkan model bisnis canvas dengan sembilan elemen yang ada pada produk ubi jalar ungu.