

## RINGKASAN

**Penerapan *Business Model Canvas* Produk Sale Pisang pada Masa Pandemi Covid 19 di UD Sejati Banyuwangi**, Wahyu Widya Ningsih, Nim P601192498, Tahun 2021, 28 halaman, Manajemen Agribisnis, Politeknik Negeri Jember, Dr. Ir. Ridwan Iskandar, MT (Pembimbing PPPM)

Praktik Pembelajaran dan Pemberdayaan Masyarakat (PPPM) merupakan kegiatan akademik yang wajib dilaksanakan oleh setiap mahasiswa Program Studi Magister Terapan Agribisnis pada saat semester III. Praktik pembelajaran dan Pemberdayaan Masyarakat (PPPM) adalah kegiatan mahasiswa untuk memperoleh ilmu pengetahuan, pengalaman, keahlian sesuai dengan kompetensi yang telah dimiliki. Kegiatan ini dilaksanakan di UD Sejati Banyuwangi dengan menerapkan *Business Model Canvas* produk sale pisang.

UD Sejati merupakan industri yang memproduksi makanan ringan sale pisang di Banyuwangi. Upaya yang dilakukan UD Sejati untuk mencapai tujuannya yaitu dengan mempertahankan kualitas produk yang dihasilkan. Mempertahankan kualitas produk sale pisang tentunya tidak terlepas dari pengawasan setiap penggal proses produksi dimulai dari pengupasan, pengirisan, penjemuran, pemisahan, penggorengan, penirisan, pengemasan dan pelabelan, serta produk siap dikirim.

UD Sejati merupakan salah satu industri yang terkena dampak pandemi COVID-19 yang mengakibatkan penjualan menurun. Salah satu permasalahan yang berdampak langsung adalah bidang pemasaran. Melalui penerapan model bisnis kanvas, pada akhirnya UD Sejati mengetahui komponen model bisnis kanvas yang terdiri dari *Customer Segments* (Segmen Pelanggan), *Value Propositions* (Proposisi Nilai), *Channels* (Saluran), *Customer Relationships* (Hubungan Pelanggan), *Revennue Streams* (Arus Pendapatan), *Key Resources* (Sumber Daya Utama), *Key Activities* (Aktivitas Kunci), *Key Activities* (Aktivitas Kunci), dan *Cost Structure* (Struktur Biaya).

Hasil dari indentifikasi komponen model bisnis kanvas yaitu *Customer Segments* UD Sejati terdiri dari anak-anak hingga orang dewasa, penikmat cemilan

enak dan sehat, tingkat pendapatan kebawah dan menengah keatas, serta konsumen berasal dari daerah Banyuwangi dan luar daerah Banyuwangi. *Value Propositions* yang meliputi kualitas bahan, cemilan enak tanpa bahan pengawet, dan produk mudah ditemukan. *Channels* yang digunakan UD sejati yaitu penjualan langsung, pengecer dan sosial media serta menggunakan *Customer Relationship* berupa layanan personal bagi pelanggan. *Key Activities* yang meliputi pembelian bahan baku, proses produksi, promosi produk, pemasaran serta evaluasi dari kegiatan tersebut dengan memanfaatkan *Key Resources* yang meliputi sumberdaya manusia, fisik, intelektual, finansial dan bahan baku. UD Sejati memiliki *Key Partnership* yang terdiri dari petani pisang dan pengecer. UD Sejati menghasilkan *Revenue Streams* dari penjualan produk makanan ringan sale pisang sebagai produk utama dengan *Cost Structures* yang terdiri dari biaya tetap dan biaya variabel.

**(Jurusan Manajemen Agribisnis, Program Studi Magister Terapan Agribisnis, Politeknik Negeri Jember)**