

Key Patnership	Key Activities	Value Proposition	Cutomer Relationship	Customer Segment
1. Pemasok bahan baku 2. Pemasok kemasan 3. Petani kedelai 4. Suplier minyak goreng	1. Aktivitas Produksi 2. Aktivitas Promosi 3. Aktivitas Penjualan	1. Kualitas produk 2. bahan baku yang berkualitas 3. Kegihienisan produk 4. Keterangan produk yang jelas (label yang tertera)	1. layanan personal 2. Media sosial	1. Masyarakat desa Baleturi 2. Anak - anak hingga dewasa 3. Berpendapatan kelas bawah hingga atas 4. Daerah karesidenan Kediri
	Key Resources 1. Bangunan 2. Peralatan untuk produksi 3. Sumber daya manusia 4. Sumber daya finansial 5. Sumber daya intelektual	5. Label halal pada kemasan 6. Inovasi kemasan	Channels 1. Penjualan langsung 2. Media sosial 3. Toko kelontong 4. <i>E- comers</i> 5. Pusat oleh - oleh	
Cost Structure			Revenue Stream	
1. Biaya tetap 2. Biaya variabel			1. Penjualan keripik tempe 2. Inovasi varian rasa keripik tempe	

Gambar 3. Penyesuaian BMC

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa yang telah dipaparkan diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa model bisnis yang digunakan oleh UMKM kripik tempe Semoga Jaya menggunakan Business Model Canvas (BMC). BMC yang digunakan pada UMKM kripik tempe Semoga Jaya sudah cukup baik, namun dibutuhkan adanya penyesuaian untuk mengembangkan strategi bisnis yaitu pada blok *customer segment* dengan penambahan segmen pelanggan pada daerah karisidenan Kediri dan tambahan *value propositon* untuk label halal pada kemasan serta inovasi pada kemasan. Untuk memperluas jaringan atau *channels* dibutuhkan tambahan pusat oleh – oleh sekarisidenan Kediri dan penggunaan media sosial, penambahan media sosial juga dibutuhkan pada blok *customer relationship*. Dalam memperoleh *revenue stream* UMKM perlu menambahkan inovasi produk keripik.

6. Referensi

- Elizabeth Cindy Tjitradi. (2015). Evaluasi Dan Perancangan Model Bisnis Berdasarkan Business Model Canvas. *Agora* 3, 1(1), 8–16. <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/2708>
- Herawati, N., Lindriati, T., & Suryaningrat, I. B. (2019). Penerapan Bisnis Model Kanvas Dalam Penentuan Rencana Manajemen Usaha Kedelai Edamame Goreng. *Jurnal Agroteknologi*, 13(01), 42. <https://doi.org/10.19184/j-agt.v13i01.8554>
- Hutamy, E. T., Marham, A., Quin, A. N., Alisyahbana, A., Arisah, N., Hasan, M., Ekonomi, P., Ekonomi, F., Bisnis, D., Makassar, U. N., & Artikel, R. (2021). Analisis Penerapan Bisnis Model Canvas pada Usaha Mikro Wirausaha Generasi Z (Analysis of the Canvas Model's Application to Micro-Entrepreneurs of Generation Z). *Jurnal Bisnis Dan*

- Pemasaran Digital (JBPD)*, 1(1), 1–11.
- Ida, H. (2021). Analisis Penerapan Strategi Business Model Canvas (Bmc) Pada Jasa Zigzag Laserwork Semarang Jawa Tengah. *Akrab Juara*, 6(4), 152–167.
- Kementerian Investasi/ BKPM. (2021). *Upaya Pemerintah untuk Memajukan UMKM Indonesia*. Kementerian Investasi /BKPM. <https://www.bkpm.go.id/id/publikasi/detail/berita/upaya-pemerintah-untuk-memajukan-umkm-indonesia>
- Limanseto, H. (2021). *UMKM Menjadi Pilar Penting dalam Perekonomian Indonesia*. Kementrian Koordinator Bidang Perekonomian RI. <https://ekon.go.id/publikasi/detail/2969/umkm-menjadi-pilar-penting-dalam-perekonomian-indonesia>
- Osterwalder, A., And, & Pigneur, Y. (2012). *Business Model Generation*. Elex Media Komputindo.
- Osterwalder, A., And, & Pigneur, Y. (2014). *Business Model Generation*. Elex Media Komputindo.
- Rainaldo, M., Wibawa, B. M., & Rahmawati, Y. (2017). Analisis Business Model Canvas Pada Operator Jasa Online Ride-Sharing (Studi Kasus Uber di Indonesia). *Jurnal Sains Dan Seni ITS*, 6(2), 2–6. <https://doi.org/10.12962/j23373520.v6i2.25277>
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sultan, R., & Hasbi, I. (2018). Analisis Bisnis Model Kanvas pada Kadatuan Koffie Bandung. *Manjemen Dan Bisnis (ALMANA)*, 2.
- Tim PPM Manajemen. (2012). *Business Model Canvas*. Pnerbit PPM.