

**BENTUK *BUSINESS MODEL CANVAS* (BMC) USAHA
KERIPIK NANGKA DI UMKM DAPUR SI MBOK**

PRAKTEK KERJA LAPANG

**Oleh:
EKA APRILIANA
22102220011**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN DAN PETERNAKAN
UNIVERSITAS ISLAM BALITAR
BLITAR
2025**

HALAMAN JUDUL

**BENTUK *BUSINESS MODEL CANVAS* (BMC) USAHA
KERIPIK NANGKA DI UMKM DAPUR SI MBOK**

PRAKTEK KERJA LAPANG

**Diajukan kepada
Universitas Islam Balitar
Untuk memenuhi salah satu persyaratan
dalam menyusun Karya Ilmiah II (Skripsi)**

**Oleh:
EKA APRILIANA
22102220011**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN DAN PETERNAKAN
UNIVERSITAS ISLAM BALITAR
BLITAR
2025**

HALAMAN PERSETUJUAN

JUDUL

**BENTUK *BUSINESS MODEL CANVAS* (BMC) USAHA
KERIPIK NANGKA DI UMKM DAPUR SI MBOK**

Oleh:

Nama : Eka Apriliana

NIM : 22102220011

Prodi : Agribisnis

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

Menyetujui,

Blitar, 10 Juni 2025

Dosen Pembimbing,

Pembimbing Lapangan,



Jeka Widiatmanta, S.P., M.M

NIDN. 0718037201



Titin Masruroh

Mengetahui,

Ketua Program Studi Agribisnis



Rima Dewi Oryza Sativa, S.P., M. P

NIDN. 0705128802

HALAMAN PENGESAHAN

JUDUL

BENTUK *BUSINESS MODEL CANVAS* (BMC) USAHA KERIPIK NANGKA DI UMKM DAPUR SI MBOK

Oleh:

Nama : Eka Apriliana

NIM : 22102220011

Prodi : Agribisnis

Telah dipertahankan di depan majelis penguji pada tanggal 10 Juni 2025 dan
dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

Majelis Penguji,

Dosen Penguji,

Dosen Pembimbing,



Rima Dewi Oryza .S., S.P., M. P

NIDN. 0705128802

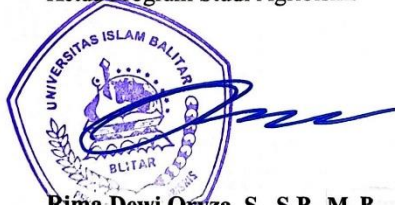


Jeka Widiatmanta, S.P., M.M

NIDN. 0718037201

Mengetahui,

Ketua Program Studi Agribisnis



Rima Dewi Oryza .S., S.P., M. P

NIDN. 0705128802

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Pertanian dan Peternakan



Dr. Yuhanin Zamrodah, S.P., M.Agr

NIDN. 0709058302

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Eka Apriliana

NIM : 22102220011

Fakultas : Pertanian dan Peternakan

Program Studi : Agribisnis

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa Laporan PKL yang berjudul "BENTUK *BUSINESS MODEL CANVAS* (BMC) USAHA KERIPIK NANGKA DI UMKM DAPUR SI MBOK" yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil dari karya saya sendiri bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pikiran dari orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri, baik sebagian atau keseluruhan kecuali dalam bentuk kutipan yang telah saya sebut sumbernya.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan Laporan PKL ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Blitar, 10 Juni 2025

Yang membuat Pernyataan



Eka Apriliana

NIM. 22102220011

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Penulis dari laporan Praktek Kerja Lapang ini bernama Eka Apriliana. Penulis adalah seorang perempuan yang lahir di Blitar pada tanggal 2 April 2003 tepat usia 22 tahun saat penulisan laporan ini. Penulis merupakan putri tunggal dari Bapak Agus Sunaryo dan Ibu Winarsih.

Jejak pendidikan penulis dimulai di bangku Sekolah Dasar yang bernama SDN 1 Binangun pada tahun 2010 dan dinyatakan lulus pada tahun 2016. Setelah itu penulis melanjutkan pendidikannya di SLTP yang bernama SMPN 1 Binangun dan lulus pada tahun 2019. Penulis kemudian melanjutkan pendidikannya di jenjang SLPA di SMAN 1 Talun dan berhasil lulus pada tahun 2020. Tak berhenti disitu, penulis kemudian melanjutkan pendidikannya ke perguruan tinggi yaitu di Universitas Islam Balitar hingga saat ini.

Dalam perjalanan pendidikannya, penulis tidak hanya belajar tetapi juga mengikuti beberapa organisasi dan ekstrakurikuler. Pada masa SMP penulis aktif mengikuti organisasi OSIS, pramuka, PMR, serta ekstrakurikuler Sains Club. Pada saat SMA penulis ingin fokus dalam sekolah sehingga mengambil ekstrakurikuler KIR (Karya Ilmiah Remaja) yang sekaligus membantu penulis mengasah pengetahuan terkait dunia penulisan karya ilmiah. Pada saat ini penulis juga aktif dalam organisasi Himpunan Mahasiswa Agribisnis.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberi rahmat taufik serta hidayah yang telah diberikan kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan Laporan PKL di UMKM Dapur Si Mbok Desa Wates Kecamatan Wates Kabupaten Blitar dengan judul "*Bentuk Business Model Canvas (BMC) Usaha Keripik Nangka Di UMKM Dapur Si Mbok*".

Kelancaran penyusunan Laporan PKL di UMKM Dapur Si Mbok Desa Wates Kecamatan Wates Kabupaten Blitar tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Penulis menyampaikan terimakasih kepada:

1. Dr. Soebiantoro., M.M selaku Rektor Universitas Islam Balitar
2. Dr. Yuhanin Zamrodah, S.P., M.Agr selaku Dekan Fakultas Pertanian dan Peternakan Universitas Islam Balitar
3. Rima Dewi Oryza Sativa, S.P., M.P selaku Kaprodi Agribisnis Fakultas Pertanian dan Peternakan Universitas Islam Balitar
4. Jeka Widiatmanta, S.P., M.M selaku Dosen Pembimbing PKL
5. Ibu Titin Masruroh beserta para pekerja UMKM Dapur Si Mbok yang telah memberi bimbingan sehingga kegiatan PKL dapat berjalan dengan lancar.
6. Orang Tua dan keluarga besar penulis yang telah memberi dorongan material dan spiritual dalam menyelesaikan laporan ini.
7. Rekan-rekan dan semua pihak yang dengan sukarela telah membantu dalam pelaksanaan maupun penulisan ini hingga selesai.

Penulis juga menyadari bahwa dalam laporan ini banyak sekali terdapat kekurangan dan kesalahan, oleh karena itu kritik dan saran dari semua pihak yang sifatnya konstruktif selalu penulis harapkan demi kesempurnaan laporan ini.

Blitar, 10 Juni 2025

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN.....	iv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR IS	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan PKL.....	3
1.4 Manfaat PKL	4
1.4.1 Manfaat bagi Mahasiswa	4
1.4.2 Manfaat bagi Universitas Islam Balitar	4
1.4.3 Manfaat bagi Perusahaan.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 Buah Nangka	5
2.1.1 Klasifikasi Tanaman Nangka.....	5
2.1.2 Uraian Buah Nangka	5
2.1.3 Kandungan dan Manfaat Buah Nangka.....	7
2.2 Keripik Nangka.....	8
2.3 <i>Business Model Canvas</i> (BMC)	9
2.3.1 Customer Segments (Segmentasi Konsumen).....	10
2.3.2 <i>Value Propositions</i> (Manfaat yang Ditawarkan)	11
2.3.3 <i>Channels</i> (Saluran)	12
2.3.4 <i>Customer Relationships</i> (Hubungan Pelanggan).....	12
2.3.5 <i>Revenue Streams</i> (Arus Pendapatan).....	12
2.3.6 <i>Key Resources</i> (Sumber Daya Utama)	12

2.3.7 <i>Key Activities</i> (Aktivitas Utama)	13
2.3.8 <i>Key Partnership</i> (Kemitraan Utama).....	13
2.3.9 <i>Cost Structure</i> (Struktur Biaya).....	13
BAB III METODOLOGI	14
3.1 Tempat dan Waktu PKL	14
3.2 Metode Pengambilan Data	14
3.2.1 Pengumpulan Data Primer.....	14
3.2.2 Pengumpulan Data Sekunder	15
3.3 Pelaksanaan PKL	15
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	17
4.1 Gambaran Umum Lokasi PKL	17
4.2 Profil Lokasi PKL	18
4.3 Struktur Organisasi	19
4.4 Uraian Kegiatan PKL	19
4.4.1 Kegiatan Pengupasan Bahan Baku.....	20
4.4.2 Kegiatan Penyimpanan Bahan Baku.....	20
4.4.3 Kegiatan Penggorengan Keripik Buah.....	21
4.4.4 Kegiatan Pengemasan Keripik Buah.....	21
4.4.5 Kegiatan Pemasaran	22
4.5 Hasil Pembahasan.....	22
4.5.1 BMC Keripik Nangka UMKM Dapur Si Mbok.....	22
4.5.2 Kendala dan Cara Mengatasinya di UMKM Dapur Si Mbok	28
BAB V PENUTUP	33
5.1 Kesimpulan.....	33
5.2 Saran	34
DAFTAR PUSTAKA	34
LAMPIRAN.....	37

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Logbook Kegiatan PKL di UMKM Dapur Si Mbok	37
---	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Data UMKM Kabupaten Blitar dari Tahun ke Tahun.....	2
Gambar 2. Buah Nangka	5
Gambar 3. <i>Business Model Canvas</i> (BMC)	10
Gambar 4. Lokasi PKL	17
Gambar 5. Logo UMKM Dapur Si Mbok.....	18
Gambar 6. Struktur Organisasi UMKM Dapur Si Mbok.....	19
Gambar 7. Desain BMC UMKM Dapur Si Mbok	33
Gambar 8. Proses pengupasan bahan baku	39
Gambar 9. Proses pencucian bahan baku	39
Gambar 10. Proses pembekuan bahan baku.....	40
Gambar 11. Proses penggorengan keripik dalam mesin <i>vacuum</i>	40
Gambar 12. Proses penirisan keripik yang sudah matang	41
Gambar 13. Proses penirisan minyak dengan mesin spinner.....	41
Gambar 14. Proses pemasangan label kemasan	42
Gambar 15. Proses pengemasan keripik	42
Gambar 16. Proses sealer kemasan keripik.....	43
Gambar 17. Produk keripik Nangka kemasan <i>pouch</i>	43
Gambar 18. Produk keripik Nangka kemasan 250 gram	44
Gambar 19. Produk rambak pisang kemasan <i>pouch</i>	44
Gambar 20. Produk rambak pisang kemasan 500 gram.....	45
Gambar 21. Produk rambak pisang utuh.....	45
Gambar 22. Produk rambak pisang utuh sebelum di <i>sealer</i>	46
Gambar 23. Foto Bersama produk rambak pisang yang sudah dikemas	46
Gambar 24. Bangsal pengolahan UMKM Dapur Si Mbok.....	47
Gambar 25. Alat- alat produksi UMKM Dapur Si Mbok	47
Gambar 26. Sertifikat halal UMKM Dapur Si Mbok	48
Gambar 27. Sertifikat P-IRT UMKM Dapur Si Mbok	48
Gambar 28. Foto bersama Ibu-ibu KWT Wani Maju	49
Gambar 29. Foto Bersama ketua UMKM dan KWT Wani Maju	49
Gambar 30. Hasil Cek Plagiarisme	50

BAB I

PENDAHULUAN

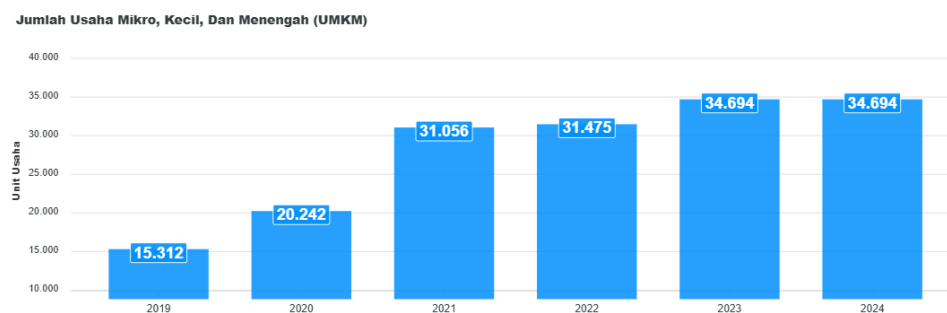
1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan industri makanan dan minuman merupakan salah satu sektor yang memiliki peranan penting dalam pertumbuhan perekonomian Indonesia. Bahkan, industri pengolahan non migas nasional salah satu penopangnya adalah industri makanan dan minuman ini. Terbukti sebesar 31,51% tingkat pertumbuhan industri makanan dan minuman memberikan kontribusinya pada sektor pengolahan non migas di Indonesia (Akbar et al., 2022). Selain itu, industri makanan dan minuman juga menjadi sektor primadona karena tingginya tingkat permintaan masyarakat terhadap makanan dan minuman. Tidak heran jika sektor ini memiliki peluang usaha yang cukup menjanjikan dibandingkan bidang usaha lainnya. Besarnya peluang usaha makanan dan minuman juga didukung dengan ketersediaan bahan baku yang melimpah khususnya bahan baku yang berasal dari hasil pertanian.

Menurut Fuzan et al., (2023) buah nangka (*Artocarpus heterophyllus*) merupakan salah satu komoditas pertanian yang banyak dibudidayakan petani di Indonesia. Buah nangka terdiri dari daging buah, biji bertekstur keras, serta dami (jerami) bertekstur lengket akibat getah yang dihasilkan. Bagian buah nangka yang banyak dimanfaatkan adalah daging buahnya. Buah nangka termasuk buah yang tidak tahan lama atau mudah busuk. Sehingga buah nangka memiliki umur penyimpanan yang pendek.

Pengolahan buah nangka menjadi produk olahan merupakan salah satu solusi untuk mengatasi karakteristik buah Nangka yang mudah rusak. Selain itu, dengan mengolah buah Nangka menjadi produk olahan dapat memberikan nilai tambah kepada buah Nangka itu sendiri. Keripik Nangka merupakan salah satu bentuk olahan dari buah Nangka. Keripik Nangka memanfaatkan daging buah Nangka matang yang dipotong dan digoreng dengan cara *vacuum*. Adanya unit usaha yang mengolah Nangka menjadi keripik Nangka bisa menjadikan buah Nangka memiliki nilai ekonomis tinggi dan memiliki daya simpan yang lebih lama.

Di Indonesia unit usaha mayoritas dijalankan oleh pelaku UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah). Sebesar lebih dari 99% dari unit usaha di Indonesia merupakan pelaku usaha mikro (Kadin, 2023). Sehingga dapat dilihat bahwa UMKM sangat berkontribusi dalam pertumbuhan ekonomi negara. Kabupaten Blitar merupakan salah satu daerah yang sebagian besar pelaku usahanya adalah UMKM. Bahkan dari tahun ke tahun UMKM di Kabupaten Blitar menunjukkan tren positif. Berikut adalah data jumlah pelaku UMKM di Kabupaten Blitar dari tahun ke tahun:



Gambar 1. Data UMKM Kabupaten Blitar dari Tahun ke Tahun

(Sumber: Portal data Kabupaten Blitar, 2024)

Grafik di atas menunjukkan bahwa jumlah pelaku UMKM di Kabupaten Blitar dari tahun ke tahun yang menunjukkan kenaikan signifikan. Selain memberikan dampak yang positif bagi masyarakat, kenaikan jumlah pelaku umkm juga menimbulkan beberapa permasalahan bagi pelaku UMKM sendiri. Salah satunya adalah permasalahan mengenai persaingan pasar antar pelaku UMKM, apalagi jika pelaku UMKM memiliki jenis produk yang serupa.

UMKM Dapur Si Mbok adalah salah satu pelaku UMKM yang ada di Kecamatan Wates Kabupaten Blitar yang memproduksi produk keripik Nangka. Menurut ketua dari UMKM yaitu Ibu Titin, beliau mengatakan jika di UMKM Dapur Si Mbok belum memiliki gambaran model bisnis yang telah dijalankan serta belum adanya rencana strategi untuk pengembangan UMKM Dapur Si Mbok kedepannya. Beliau mengatakan jika kedepannya yang terpenting UMKM bisa terus berproduksi dan belum memikirkan rencana untuk kedepannya.

Dalam menghadapi persaingan dengan pelaku usaha yang semakin banyak dan perkembangan yang ada di setiap waktunya, Dapur Si Mbok perlu

melakukan analisis menyeluruh terhadap model bisnis yang dijalankan. Salah satu pendekatan yang dapat digunakan untuk menganalisis dan mengembangkan model bisnis secara komprehensif adalah *Business Model Canvas* (BMC). BMC merupakan kerangka kerja yang mencakup sembilan elemen kunci dalam model bisnis, yakni segmentasi pelanggan, proposisi nilai, saluran, hubungan pelanggan, sumber pendapatan, sumber daya utama, aktivitas utama, kemitraan utama, dan struktur biaya. Dengan adanya perencanaan bisnis atau *Business Model Canvas* (BMC), UMKM dapat bersaing dan bertahan di dunia industri dengan pesaing atau kompetitor lainnya serta dapat menyesuaikan dengan permintaan pasar dan konsumen yang selalu berubah-ubah tergantung pada tren saat ini (Arum et al., 2024).

Maka dari itu, penting untuk mengkaji model bisnis UMKM Dapur Si Mbok menggunakan *Business Model Canvas* (BMC) sebagai upaya mendukung keberlanjutan dan pengembangan usaha. Oleh karena itu, dengan mempertimbangkan latar belakang di atas, saya memilih mengambil topik ini dalam laporan Praktek Kerja Lapangan yang saya lakukan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang telah dibahas dalam latar belakang, adapun rumusan masalah yang ingin diangkat dalam Praktek Kerja Lapangan ini adalah sebagai berikut:

- 1.2.1 Bagaimana pemetaan *Business Model Canvas* (BMC) pada usaha Keripik Nangka pada UMKM Dapur Si Mbok?
- 1.2.2 Apa yang menjadi kendala dan bagaimana cara mengatasi kendala tersebut di UMKM Dapur Si Mbok?

1.3 Tujuan PKL

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka dapat dituliskan tujuan Praktek Kerja Lapangan ini sebagai berikut:

- 1.3.1 Mengetahui pemetaan *Business Model Canvas* (BMC) pada usaha Keripik Nangka pada UMKM Dapur Si Mbok.

1.3.2 Mengetahui kendala dan cara mengatasi kendala tersebut di UMKM Dapur Si Mbok.

1.4 Manfaat PKL

Adapun manfaat dari kegiatan Praktek Kerja Lapang ini adalah sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat bagi Mahasiswa

- 1) Dapat meningkatkan wawasan pengetahuan dan keterampilan mahasiswa tentang keadaan secara nyata dalam dunia kerja.
- 2) Dapat memahami dan mengetahui penerapan teori-teori yang diperoleh selama perkuliahan dalam kegiatan PKL.

1.4.2 Manfaat bagi Universitas Islam Balitar

- 1) Turut berkontribusi dalam melaksanakan Tri Dharma Perguruan Tinggi yang berkaitan dengan penelitian.
- 2) Turut mengimplementasikan moto Universitas Islam Balitar dengan menumbuhkan pola pikir kewirausahaan.

1.4.3 Manfaat bagi Perusahaan

- 1) Dapat terjalin kerjasama yang baik antara dunia usaha dan dunia pendidikan.
- 2) Dapat menjadi masukan bagi pelaku UMKM Dapur Si Mbok untuk menentukan kebijakan perusahaan di masa yang akan datang.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Buah Nangka

2.1.1 Klasifikasi Tanaman Nangka

Kedudukan taksonomi tanaman Nangka menurut (Pasaribu et al., 2022) adalah sebagai berikut:

Kerajaan : Plantae
Divisi : Magnoliophyta
Kelas : Magnoliopsida
Ordo : Urticales
Famili : Moraceae
Genus : Artocarpus
Spesies : Artocarpus Heterophyllus



Gambar 2. Buah Nangka
(Sumber: rri.co.id, 2024)

2.1.2 Uraian Buah Nangka

Nangka (*Artocarpus heterophyllus*) merupakan salah satu jenis tanaman buah yang hidup di daerah beriklim tropis terutama di kawasan Asia. Nangka berasal dari India Selatan, tetapi juga ada yang berpendapat bahwa Nangka berasal dari Indonesia. Buah Nangka bisa menghasilkan banyak buah dalam satu pohon, buah yang dihasilkan dalam satu pohon bisa mencapai 10-100 buah tergantung beberapa faktor yang mempengaruhi salah satunya jenis varietasnya (Murtini et al., 2022). Buah Nangka termasuk buah musiman yang hanya panen sekali dalam satu

tahun, tetapi ada beberapa daerah dimana Nangka dapat ditemukan sepanjang tahun.

Nangka mempunyai pohon besar dengan tinggi bisa mencapai 30 meter. Nangka memiliki batang bulat panjang, berkayu, dan tumbuh lurus dengan diameter 1 cm- 100 cm tergantung umur pohonnya. Kulit batang agak tebal dan berwarna keabu-abuan. Seluruh bagian pohon bisa mengeluarkan getah apabila disayat.

Nangka memiliki bentuk daun bulat telur dan panjang, bertangkai pendek, daun bertepi rata, dan daun tumbuh berselang-seling. Permukaan atas daun mengkilap dan kaku dengan warna hijau tua. Bunga Nangka termasuk bunga berumah tunggal yang artinya bunga jantan dan bunga betina berada dalam satu bunga. Bunga Nangka tumbuh pada ketiak daun pendek yang berada pada cabang batang tua (Saparinto & Susiana, 2024).

Menurut (Murtini et al., 2022), buah Nangka tergantung pada cabang utama dan memiliki ukuran yang besar serta berkulit luar seperti duri tetapi tidak terlalu tajam. Dalam buah Nangka terdapat tongkol bungah yang terletak di bagian tengah buah, mengandung banyak getah dan tempat menempelnya jerami dan daging buah. Daging buah tebal dan memiliki biji berbentuk bulat lonjong yang tertutup kulit biji. Buah Nangka muda atau biasa disebut “tewel/gori” dalam Bahasa Jawa berwarna putih jika dibelah dan biasanya bisa dimanfaatkan menjadi sayur. Sedangkan buah Nangka yang matang memiliki aroma yang kuat dan berwarna kuning yang biasanya dikonsumsi sebagai buah.

Buah Nangka memiliki banyak varietas yang berbeda dalam ukuran, tekstur daging, rasa, serta penggunaannya. Menurut (Saras, 2023), berikut adalah beberapa varietas buah Nangka yang umum dijumpai:

- 1) Nangka Betawi : Memiliki ukuran sedang hingga besar, kulit berwarna hijau serta daging buahnya berwarna kuning dengan rasa manis dan lembut.
- 2) Nangka Limus : Memiliki daging buah berwarna putih hingga kuning muda serta rasa yang manis lembut.

- 3) Nangka Hancur : Memiliki daging buah berwarna kuning tua dan memiliki tekstur yang lebih renyah serta memiliki rasa yang manis.
- 4) Nangka Durian : Memiliki aroma kuat seperti durian dengan kulit berbintik-bintik berdaging kuning serta memiliki rasa yang manis.
- 5) Nangka Nenasa : Memiliki buah yang relatif kecil dan memiliki kulit berbintik-bintik dengan daging buah berwarna merah atau oranye yang memiliki rasa manis sedikit asam.
- 6) Nangka Madu : Memiliki ukuran relatif kecil, kulit berwarna hijau tua serta daging buahnya berwarna kuning terang dan memiliki rasa yang sangat manis seperti madu.
- 7) Nangka Cempedak : Memiliki ukuran buah lebih kecil dari Nangka madu dan memiliki rasa yang mirip dengan Nangka madu. Umumnya di goreng menjadi cemilan berasa gurih.

2.1.3 Kandungan dan Manfaat Buah Nangka

Selain rasanya yang manis dan enak untuk dikonsumsi, buah Nangka juga memiliki beberapa kandungan gizi yang baik untuk kesehatan tubuh. Menurut (Sulistyanto, 2024), buah Nangka mengandung kaya akan vitamin A, vitamin C, zat besi, thiamin, kalium, kalsium, riboflavin, niacin, dan seng. Buah Nangka mengandung serat yang rendah kalori yang baik bagi kesehatan jantung. Berikut adalah manfaat Nangka menurut (Subagia et al., 2021) sebagai berikut:

1) Melawan dan Mencegah Kanker

Buah Nangka memiliki kandungan zat isoflavon, fitonutrien, lignin, dan saponin. Pemicu penyakit kanker adalah masuknya zat radikal bebas ke dalam tubuh. Zat-zat tersebut membantu menghalangi masuknya radikal bebas ke dalam tubuh dan mencegah terjadinya kanker.

2) Meningkatkan Imunitas Tubuh

Vitamin C yang ada di buah Nangka berperan sebagai antibakteri. Selain itu, vitamin C meningkatkan fungsi dan memperkuat sistem kekebalan tubuh. Dengan terjaganya imunitas tubuh, tidak akan ada serangan penyakit dan infeksi bakteri lainnya yang menyerang tubuh.

3) Mencegah Kerusakan Sel DNA

Nangka memiliki manfaat penting dalam mencegah kerusakan sel dan DNA karena kandungan antioksidannya yang tinggi, seperti vitamin C, flavonoid, dan karotenoid. Senyawa-senyawa ini berperan dalam menetralkan radikal bebas yang dapat merusak struktur sel dan menyebabkan mutasi genetik. Dengan mengurangi stres oksidatif, nangka membantu menjaga integritas DNA dan mendukung proses regenerasi sel tubuh.

4) Menjaga Pencernaan Tetap Sehat

Buah Nangka memiliki kandungan getah yang dapat membersihkan usus dengan baik. Getah yang dimiliki buah Nangka ini juga mempunyai kandungan serat yang membantu menghilangkan racun yang ada pada pencernaan. Selain itu, karena memiliki kandungan serat yang tinggi, buah Nangka sangat cocok dikonsumsi oleh seseorang yang sedang diet.

5) Menjaga Kesehatan Kulit

Nangka bermanfaat untuk menjaga kesehatan kulit karena kandungan vitamin C dan antioksidannya yang tinggi. Vitamin C berperan penting dalam pembentukan kolagen, yaitu protein yang menjaga elastisitas dan kekencangan kulit. Selain itu, antioksidan seperti flavonoid dan karotenoid dalam nangka membantu melindungi kulit dari kerusakan akibat paparan sinar UV dan radikal bebas, yang dapat mempercepat penuaan dini. Konsumsi nangka secara rutin dapat membantu kulit tampak lebih sehat, cerah, dan terhindar dari berbagai masalah seperti keriput dan flek hitam.

2.2 Keripik Nangka

Keripik merupakan salah satu jenis makanan ringan yang dibuat melalui proses pengeringan atau penggorengan bahan makanan yang telah dipotong tipis-tipis. Makanan ini biasanya memiliki tekstur renyah dan rasa gurih, serta dapat terbuat dari berbagai bahan seperti umbi-umbian, buah-buahan, atau sayuran. Proses pembuatan keripik bertujuan untuk mengurangi kadar air dalam

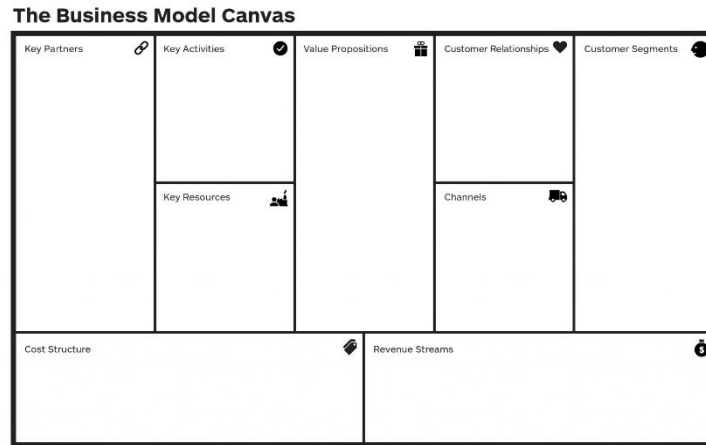
bahan sehingga menghasilkan produk yang tahan lama serta memudahkan dalam proses penyimpanan.

Keripik nangka adalah salah satu jenis keripik buah yang dibuat dari buah nangka matang yang diiris tipis dan digoreng menggunakan metode *vacuum frying*. Metode *vacuum frying* adalah merupakan salah satu metode penggorengan dalam kondisi ruang tertutup dengan tekanan rendah (Yulianti & Widagdo, 2020). Penggunaan metode *vacuum* akan menghasilkan produk dengan kandungan gizi yang tetap terjaga. Keripik ini memiliki tekstur yang renyah dan rasa manis khas buah nangka. Selain menjadi camilan sehat, keripik nangka juga diminati karena aroma buahnya yang kuat dan kandungan serat alaminya, menjadikannya alternatif camilan yang digemari di berbagai kalangan.

2.3 Business Model Canvas (BMC)

Business Model Canvas (BMC) merupakan sebuah alat dalam bisnis yang pertama kali diperkenalkan pada tahun 2010 oleh ahli teori bisnis Swiss bernama Alexander Osterwalder dan Yves Pigneur dalam bukunya yang berjudul “*Business Model Generation*”. *Business Model Canvas* (BMC) adalah sebuah alat strategi untuk membantu para pelaku usaha dalam menjelaskan, menggambarkan, dan menilai serta merancang model bisnis yang dilakukan untuk perkembangan bisnis kearah yang lebih baik (Osterwalder & Pigneur, 2019). Menurut Wahana & Hariyani (2024) *Business Model Canvas* (BMC) merupakan model bisnis yang banyak digunakan oleh Perusahaan yang mencari model bisnis yang berskala kecil, menguntungkan, dan berulang. Dengan adanya model bisnis ini, membantu mengubah konsep bisnis yang rumit menjadi sederhana pada satu lembar kanvas dengan kesatuan sembilan elemen kunci yang didalamnya mencakup analisis strategi secara internal maupun eksternal.

Secara umum, BMC digambarkan dengan mempertimbangkan sembilan blok utama. Sembilan blok tersebut memperlihatkan gambaran bagaimana suatu bisnis bermaksud menghasilkan uang. Berikut adalah gambar dari *Business Model Canvas* (BMC).



Gambar 3. *Business Model Canvas* (BMC)

(Sumber: Direktorat Pembinaan & Pengembangan Kewirausahaan, 2021)

Berdasarkan gambar di atas, berikut adalah penjelasan kesembilan blok tersebut berdasarkan teori:

2.3.1 Customer Segments (Segmentasi Konsumen)

Customer Segments menggambarkan sekelompok orang atau organisasi yang menjadi target yang akan dilayani suatu perusahaan (Wahana & Hariyani, 2024). Perusahaan tidak akan berjalan tanpa adanya konsumen karena pelanggan adalah inti dari sebuah usaha. Oleh karena itu, pelaku usaha perlu mengelompokkan pelanggan dalam segmen yang berbeda. Tujuan pengelompokkan konsumen agar perusahaan dapat menganalisis peluang untuk memenuhi kebutuhan pasar serta tercapainya kepuasan konsumen. Segmentasi konsumen berdasarkan kebutuhan, demografis, preferensi dan aspek lainnya yang kemudian membentuk gambaran *customer segments* yang terfokus. Menurut Kotler (1999) dikutip oleh Djuwendah & Mujaddid (2019), pasar konsumen dibagi menjadi lima jenis, yaitu jenis pasar konsumen (*Business to Consumer*), pasar industri, pasar penjual kembali (*Business to Business*), pasar pemerintah dan pasar internasional.

Menurut Hayyu (2019) segmentasi pasar dibagi menjadi lima kelompok yaitu:

1) Pasar terbuka

Perusahaan tidak menggolongkan konsumen menjadi beberapa kelompok atau segmen tertentu. Perusahaan menganggap semua orang adalah pelanggan.

2) Ceruk pasar/ pasar khusus

Perusahaan membagi segmentasi pasar tertentu yang biasanya jumlahnya kecil atau belum terlayani dengan baik. Perusahaan umumnya mencari konsumen dengan kebutuhan khusus, biasanya dapat ditemui pada hubungan bisnis antara *supplier-buyer*.

3) Pasar tersegmentasi

Perusahaan mengelompokkan konsumennya kedalam berbagai segmen yang mempunyai masalah dan kebutuhan yang berbeda.

4) Diversifikasi pasar

Perusahaan mengelompokkan konsumennya kedalam berbagai segmen yang tidak berkaitan antara masalah dan kebutuhannya. Segmen konsumen ini sekilas mempunyai kebutuhan yang sama namun karakteristiknya berbeda.

5) Multipasar

Perusahaan melayani dua atau lebih konsumen yang mempunyai keterkaitan atau hubungan satu sama lain.

2.3.2 Value Propositions (Manfaat yang Ditawarkan)

Value Propositions menggambarkan gabungan antara produk dan layanan yang menciptakan nilai untuk pelanggan (Osterwalder & Pigneur, 2019). Artinya, pada blok ini dijelaskan mengenai manfaat atau nilai yang akan didapatkan konsumen dengan memilih produk atau layanan yang ditawarkan perusahaan dan tidak ditawarkan oleh perusahaan lain. *Value propositions* dapat membantu menyelesaikan permasalahan yang dialami konsumen dalam memilih pilihan terbaik terhadap produk atau layanan. Dengan menunjukkan daya tarik produk atau layanan, konsumen tidak akan memilih produk dari perusahaan lain.

2.3.3 Channels (Saluran)

Channels menggambarkan cara pelaku usaha menyampaikan nilai atau manfaat kepada konsumen. Menurut Osterwalder & Pigneur (2019), *channels* merupakan penghubung antara perusahaan dengan pelanggan yang sangat berperan dalam setiap kejadian yang dialami konsumen. Isi dalam blok *channels* meliputi komunikasi, penjualan, strategi distribusi, dan pemasaran agar produk dapat dijangkau oleh pelanggan. Menurut Djuwendah & Mujaddid (2019), dalam saluran terdapat dua jenis, yaitu saluran langsung (*direct selling*) dan saluran tidak langsung (*indirect selling*). Dengan adanya *channels*, perusahaan dapat meningkatkan kesadaran konsumen mengenai produk atau layanan perusahaan.

2.3.4 Customer Relationships (Hubungan Pelanggan)

Customer relationships menggambarkan cara yang dilakukan perusahaan untuk membangun hubungan yang baik dengan konsumen. Hubungan pelanggan merupakan elemen kunci dalam BMC karena mencakup semua interaksi antara perusahaan dengan pelanggan (Darmawan, 2024). Selain itu *customer relationships* juga mencerminkan usaha Perusahaan untuk memelihara, mendukung, dan memahami pelanggan. Isi dalam *customer relationships* mencakup pemasaran, penjualan, pelayanan pelanggan, dukungan, serta pembentukan komunitas.

2.3.5 Revenue Streams (Arus Pendapatan)

Revenue streams menggambarkan sumber pendapatan atau pemasukan perusahaan yang didapatkan melalui daya tarik untuk pelanggan. Selain itu, *revenue streams* juga mencakup struktur biaya, model harga, serta strategi monetisasi yang digunakan perusahaan (Darmawan, 2024). Tujuan *revenue streams* adalah untuk mewujudkan keberlanjutan operasional perusahaan dan mencapai keberhasilan finansial perusahaan dalam jangka panjang.

2.3.6 Key Resources (Sumber Daya Utama)

Menurut Osterwalder & Pigneur (2019), *Key resources* menggambarkan aset-aset terpenting yang diperlukan agar sebuah model bisnis dapat berfungsi di mana memungkinkan perusahaan untuk

menciptakan dan menawarkan proporsi nilai, menjangkau pasar, mempertahankan hubungan kepada pelanggan dan menciptakan pendapatan. Hal tersebut membuat sumber daya utama merupakan aset terpenting supaya model bisnis dapat berfungsi. Sumber daya utama ini mencakup fisik, sumber daya manusia, finansial, dan intelektual.

2.3.7 Key Activities (Aktivitas Utama)

Key activities menggambarkan seluruh kegiatan yang dijalankan perusahaan agar usahanya berjalan lancar dan berkembang. *Key activities* berfokus pada proses utama dalam menciptakan dan mengirimkan nilai kepada konsumen. Setiap perusahaan memiliki aktivitas utama yang berbeda sesuai dengan jenis model bisnisnya. Aktivitas utama terdiri dari produksi, pemecahan masalah, dan jaringan.

2.3.8 Key Partnership (Kemitraan Utama)

Key partnership adalah mitra kerja yang menjalin kerjasama dengan perusahaan (Wahana & Hariyani, 2024). *Key partnership* menggambarkan kontribusi dan keterlibatan pihak ketiga dalam mencapai kesuksesan perusahaan. Isi dalam *Key partnership* mencakup peningkatan proporsi nilai, penyedia saluran distribusi, dan penyedia sumber daya yang dibutuhkan perusahaan.

2.3.9 Cost Structure (Struktur Biaya)

Cost structure menggambarkan keseluruhan elemen biaya yang digunakan dalam menjalankan suatu usaha. *Cost structure* terdiri dari biaya tetap, biaya variabel, *economic of scale*, dan *economic of scope*. Tujuan pemahaman *cost structure* ini adalah sebagai kunci dalam perumusan strategi keuangan perusahaan yang berkelanjutan serta membantu mengoptimalkan keuntungan perusahaan.

BAB III

METODOLOGI

3.1 Tempat dan Waktu PKL

Kegiatan Praktek Kerja Lapang (PKL) ini dilaksanakan di UMKM Dapur Si Mbok yang dikelola oleh KWT Wani Maju. UMKM ini berlokasi di Desa Wates, Kecamatan Wates, Kabupaten Blitar. Waktu pelaksanaan kegiatan ini dimulai pada tanggal 15 Januari 2025 dan diakhiri pada tanggal 15 Februari 2025. Pelaksanaan kegiatan dilakukan dengan ikut serta dalam kegiatan operasional rutin pada hari kerja dengan jam kerja hari Senin-Sabtu pukul 08.00-15.00 WIB khusus untuk hari jumat pukul 08.00-12.00 WIB.

3.2 Metode Pengambilan Data

Metode analisis kualitatif adalah metode yang digunakan dalam kegiatan Praktek Kerja Lapang (PKL) ini. Metode pengumpulan data yang dilakukan terbagi menjadi dua jenis, yaitu:

3.2.1 Pengumpulan Data Primer

a. Observasi

Observasi dilakukan oleh mahasiswa langsung di UMKM Dapur Si Mbok Kecamatan Wates, Kabupaten Blitar. Kegiatan observasi dilakukan dalam dua tahap yaitu observasi sebelum dan saat pelaksanaan kegiatan Praktek Kerja Lapang (PKL). Observasi sebelum pelaksanaan kegiatan Praktek Kerja Lapang (PKL) dilakukan untuk mendapatkan gambaran mengenai jenis bidang kegiatan yang ada di tempat PKL. Sedangkan observasi saat pelaksanaan kegiatan Praktek Kerja Lapang (PKL) dilakukan untuk mendapatkan gambaran yang jelas mengenai objek yang dijadikan topik PKL dengan ikut serta secara langsung dalam kegiatan produksi di UMKM Dapur Si Mbok.

b. Wawancara

Wawancara dilakukan untuk mendapatkan informasi secara lengkap dan mendetail mengenai usaha Keripik Nangka yang dijalankan. Selain itu, wawancara dilakukan untuk mengetahui

informasi mengenai aspek-aspek yang mendukung topik PKL yang diambil. Kegiatan wawancara ini dilakukan bersama Ibu Titin dan Bapak Hamid selaku ketua dan pemrakarsa usaha UMKM Dapur Si Mbok, beberapa pekerja yang melakukan kegiatan produksi di UMKM Dapur Si Mbok, serta beberapa konsumen yang pernah mencoba produk UMKM Dapur Si Mbok.

c. Pencatatan

Kegiatan pencatatan dilakukan untuk membantu dalam kelancaran pengambilan data serta menyempurnakan informasi yang telah didapat terkait topik PKL yang diambil selama kegiatan PKL berlangsung.

d. Dokumentasi

Kegiatan dokumentasi didapat secara langsung melalui pengambilan foto selama kegiatan Praktek Kerja Lapang (PKL) dilakukan. Dokumentasi berupa visual yang membantu memperkuat topik PKL yang dibahas. Selain itu, dokumentasi dilakukan untuk melaporkan terkait kegiatan yang dilakukan mahasiswa selama PKL.

3.2.2 Pengumpulan Data Sekunder

a. Studi Pustaka

Kegiatan studi pustaka dilakukan untuk membantu dalam pencarian informasi pendukung terkait topik yang dibahas. Pengumpulan data melalui studi pustaka ini memanfaatkan sumber literatur yang berasal dari internet baik dari buku maupun jurnal yang relevan terkait topik PKL.

3.3 Pelaksanaan PKL

Kegiatan Praktek Kerja Lapang (PKL) dilaksanakan selama satu bulan penuh sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan. Kegiatan ini dilaksanakan mahasiswa dengan mengikuti kegiatan rutin harian yang dilakukan oleh UMKM Dapur Si Mbok. Pengumpulan data selama kegiatan PKL dilakukan dengan cara wawancara kepada pengelola UMKM Dapur Si Mbok untuk mendapatkan informasi yang mendukung topik PKL yang akan dibahas. Data

yang didapatkan kemudian dianalisis, diuraikan, dan dibandingkan dengan literatur yang sesuai dengan topik bahasan untuk memperkuat kesimpulan akhir, sehingga hasil yang didapatkan bisa terbukti akurat dan relevan dengan kegiatan yang dilaksanakan di lapang.

BAB IV

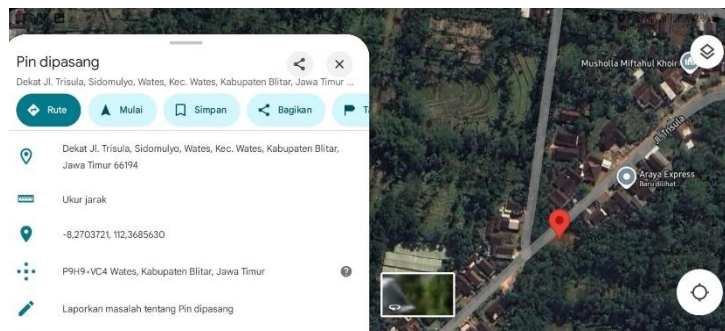
HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Lokasi PKL

UMKM Dapur Si Mbok terletak di Jalan Trisula Desa Wates, Kecamatan Wates, Kabupaten Blitar. Desa Wates merupakan salah satu desa dari delapan desa yang ada di Kecamatan Wates Kabupaten Blitar. Desa Wates juga merupakan desa paling timur di Kabupaten Blitar yang berbatasan langsung dengan Kabupaten Malang. Secara astronomis Desa Wates terletak pada $8^{\circ}15'20.7$ Lintang Selatan dan $112^{\circ}22'17.9$ Bujur Timur. Jika dilihat dari topografinya, Desa Wates termasuk daerah dataran tinggi dengan ketinggian sekitar 400 meter di atas permukaan laut (MDPL). Desa wates memiliki suhu rata-rata 22°C - 31°C dengan curah hujan sekitar 2400 mm per tahunnya. Adapun secara administratif, berikut adalah batas-batas Desa Wates:

1. Sebelah Utara : Desa Birowo Kecamatan Binangun
2. Sebelah Barat : Desa Mojorejo Kecamatan Wates
3. Sebelah Selatan : Desa Tugurejo Kecamatan Wates
4. Sebelah Timur : Desa Sumberoto Kabupaten Malang

Desa Wates memiliki luas wilayah sekitar $7,21 \text{ km}^2$ yang terdiri dari pemukiman, lahan persawahan, lahan tegalan (lahan kering), dan perkebunan rakyat. Penduduk Desa Wates pekerjaan mayoritasnya adalah sebagai petani dan menjadikan pertanian sebagai bidang unggulannya. Komoditas pertanian yang ada di Desa Wates didominasi oleh tanaman pangan seperti padi, jagung, dan palawija, selain itu juga terdapat tanaman hortikultura seperti sayuran dan buah-buahan.



Gambar 4. Lokasi PKL
(Sumber: Google Maps, 2025)

4.2 Profil Lokasi PKL

UMKM Dapur Si Mbok merupakan unit usaha milih Kelompok Wanita Tani (KWT) Wani Maju Desa Wates Kecamatan Wates Kabupaten Blitar. KWT Wani Maju didirikan pada 19 Desember 2019 dan dikukuhkan oleh Dinas Pertanian dan Pangan Kabupaten Blitar pada 27 Agustus 2021 dibuktikan dengan sertifikat. KWT Wani Maju ini terdiri dari 4 orang pengurus inti, 6 orang bagian seksi-seksi, dan 29 orang sebagai anggota aktif. Pada tahun 2020, KWT Wani Maju mendapatkan bantuan dari program Pekarangan Pangan Lestari (P2L) berupa tempat pembibitan. Lalu mendapatkan bantuan lagi dari desa dalam program Ketahanan Pangan berupa bibit dan pupuk.

Pada tahun 2023, Kementerian Pertanian Indonesia melalui Dirjen Hortikultura mengadakan program bantuan UMKM Hortikultura. UMKM Dapur Si Mbok ikut serta mengajukan proposal dengan harapan mendapatkan bantuan dari program tersebut. Sebelum adanya program tersebut, UMKM Dapur Si Mbok sudah melakukan kegiatan produksi keripik- keripik dari hasil pertanian setempat, misalnya keripik pisang, keripik mbote, keripik singkong, dan emping. Kegiatan produksi dilakukan secara tradisional di dapur ketua dari UMKM Dapur Si Mbok sendiri. Tidak heran nama UMKM Dapur Si Mbok diambil karena pada awal mula produksi dilaksanakan di dapur ketua UMKM yang biasa dipanggil Mbokdhe.



Gambar 5. Logo UMKM Dapur Si Mbok

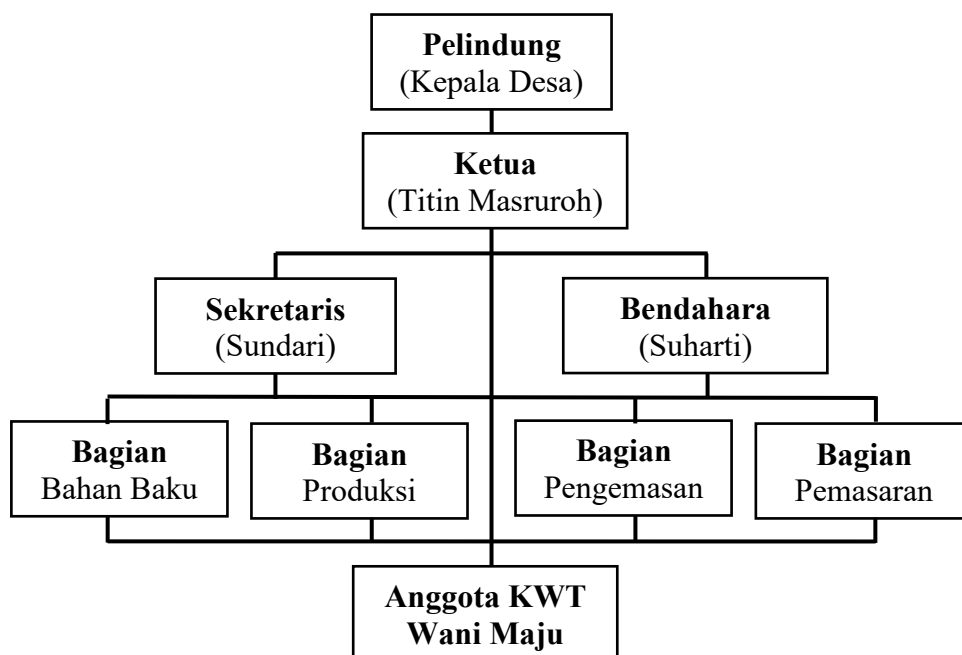
Sebelum pengajuan proposal itu juga, UMKM Dapur Si Mbok mengirim 2 orang perwakilan untuk melaksanakan pelatihan produksi keripik melon dan rambak pisang di Ponggok selama 2 hari. Tujuannya untuk meyakinkan bahwa UMKM Dapur Si Mbok layak untuk mendapatkan bantuan program UMKM Hortikultura. Di Kecamatan Wates melon menjadi salah satu komoditas utama

karena banyaknya petani yang menanam melon di sana. Oleh karena itu, pada saat pengajuan proposal bantuan, pengolahan yang diajukan adalah keripik melon, keripik Nangka, dan rambak pisang. Akhirnya UMKM Dapur Si Mbok berhasil mendapatkan bantuan tersebut, namun yang disetujui hanya pengolahan keripik Nangka dan rambak pisang.

Bantuan dari program UMKM Hortikultra Kementan berupa uang yang digunakan untuk mendirikan bangsal produksi, alat-alat produksi lengkap, dan 500 lembar kemasan untuk keripik Nangka dan rambak pisang. Hingga akhirnya UMKM Dapur Si Mbok dapat memproduksi keripik dengan cara yang lebih modern dan memiliki tempat produksi sendiri serta bisa berjalan hingga saat ini.

4.3 Struktur Organisasi

Berikut adalah struktur organisasi dari UMKM Dapur Si Mbok:



Gambar 6. Struktur Organisasi UMKM Dapur Si Mbok

4.4 Uraian Kegiatan PKL

Berikut adalah uraian kegiatan yang dilakukan selama PKL di UMKM Dapur Si Mbok:

4.4.1 Kegiatan Pengupasan Bahan Baku

UMKM Dapur Si Mbok memproduksi dua jenis produk yaitu keripik Nangka dan rambak pisang. Bahan baku yang digunakan yaitu buah Nangka dan buah pisang. Biasanya semua jenis buah Nangka bisa dijadikan sebagai bahan baku, tetapi buah Nangka jenis cempedak lebih cocok digunakan sebagai keripik karena rasanya yang manis, memiliki warna orange yang menarik, serta daging buah yang tebal. Sedangkan buah pisang yang biasa digunakan sebagai bahan baku adalah buah pisang jenis kepok. Bahan baku yang sudah dikumpulkan dari petani maupun pengepul kemudian diproses di bangsal untuk dilakukan proses pengupasan. Pengupasan buah Nangka dengan cara dipisahkan dari kulit, biji, dan dami yang menempel pada daging buah. Kemudian daging buah dibagi menjadi dua bagian supaya nanti ketika digoreng bisa matang merata. Pengupasan buah pisang dilakukan dengan mengupas kulit pisang lalu pisang dipotong horizontal menjadi 5-6 bagian. Setelah semua bahan baku sudah dikupas dipotong proses selanjutnya yaitu proses pencucian untuk buah Nangka. Sedangkan buah pisang tidak perlu dicuci langsung lanjut pada proses selanjutnya. Dalam proses pengupasan bahan baku, UMKM Dapur Si Mbok memanfaatkan semua limbah yang ada. Limbah kulit buah Nangka, dami buah Nangka, dan kulit pisang dimanfaatkan sebagai pakan ternak para anggota KWT Wani Maju. Sedangkan biji buah Nangka atau yang biasa disebut beton dimasak dan dimanfaatkan sebagai camilan.

4.4.2 Kegiatan Penyimpanan Bahan Baku

Proses penyimpanan dilakukan setelah proses pengupasan bahan baku. Perlakuan penyimpanan dalam pembuatan keripik buah dengan cara *vacuum frying* mengharuskan penyimpanan bahan baku dalam *freezer*. Jadi, sebelum melakukan proses penggorengan bahan baku harus dalam keadaan beku. Tujuannya agar hasil gorengan keripik lebih renyah, mempertahankan warna dan rasa, serta mengurangi penyerapan minyak. Bahan baku disimpan dalam *freezer* selama beberapa hari sampai bahan baku membeku lalu baru bisa di goreng.

4.4.3 Kegiatan Penggorengan Keripik Buah

Proses penggorengan keripik buah pada UMKM Dapur Si Mbok menggunakan mesin *vacuum frying*. Mesin *vacuum* yang dimiliki berkapasitas 10 Kg. Setelah mesin *vacuum* dinyalakan ditunggu sampai suhu pada mesin menunjukkan 85°C. Setelah suhu sudah tercapai makan bahan baku yang sudah dibekukan dimasukkan pada tabung mesin. Setelah dimasukkan tabung ditutup dan pada saat suhu menunjukkan 65-70°C tabung bisa diturunkan pada minyak dengan cara memutar pegangan yang ada di sebelah kanan mesin. Setiap 10 menit sekali tabung harus di aduk dengan pegangan dengan tujuan agar hasil keripik tidak menggumpal dan menempel pada tabung. Setelah 2 jam penggorengan dan gelembung udara pada minyak sudah sedikit pertanda bahwa keripik sudah siap di angkat. Sebelum proses pengangkatan pegangan harus dikunci di bagian bawah agar minyak dapat ditiriskan. Setelah itu mesin dimatikan dan tabung dibuka lalu keripik bisa diangkat.

Keripik yang sudah diangkat diletakkan pada meja peniris dan diangin-anginkan agar sedikit dingin. Lalu jika keripik sudah sedikit dingin bisa dimasukkan pada mesin *spinner* untuk meniriskan minyak yang ada dalam keripik. Penirisan minyak ini bertujuan agar keripik buah bisa lebih renyah ketika dimakan serta memperpanjang masa simpan keripik. Keripik dimasukkan mesin lalu mesin dinyalakan. Keripik akan berputar dalam tabung mesin dan minyak akan keluar lewat selang mesin. Jika minyak yang keluar pada selang sudah sedikit dan hamper tidak menetes, berarti proses penirisan sudah selesai dan mesin bisa dimatikan.

4.4.4 Kegiatan Pengemasan Keripik Buah

Proses pengemasan dilakukan untuk memudahkan dalam proses penyimpanan dan meningkatkan minat pembelian konsumen. Pengemasan dilakukan ketika keripik dalam keadaan dingin. UMKM Dapur Si Mbok menggunakan kemasan *pouch* untuk ukuran keripik 100 dan 150 gram, kemasan plastik pp tebal untuk kemasan keripik 250 dan

500 gram, serta kemasan los-losan dengan plastik pp tebal ukuran besar. Setelah keripik dimasukkan dalam kemasan dilanjutkan proses *sealer* yang memanfaatkan mesin. Setelah di *sealer*, produk disimpan dalam rak etalase dan tong besar untuk kemasan los-losan.

4.4.5 Kegiatan Pemasaran

Proses pemasaran yang dilakukan UMKM Dapur Si Mbok dengan mulut ke mulut serta memanfaatkan media sosial. Media sosial yang dimanfaatkan yaitu fitur status *WhatsApp* serta *Marketplace Facebook* milik akun pribadi para anggota KWT khususnya yang bekerja dalam produksi keripik buah di bangsal pengolahan. Promosi di media sosial dilakukan dengan mengunggah poster yang berisi foto produk, ukuran, serta harga dari masing-masing produk. Selain itu, pemasaran juga dilakukan dengan promosi dari mulut ke mulut.

4.5 Hasil Pembahasan

4.5.1 Business Model Canvas (BMC) Keripik Nangka UMKM Dapur Si Mbok

Berdasarkan data yang diperoleh, setelah dilakukan observasi dan wawancara maka dapat dianalisis Sembilan elemen BMC pada UMKM Dapur Si Mbok sebagai berikut:

1. *Customer Segments* (Segmentasi Konsumen)

Segmentasi konsumen pada usaha keripik Nangka UMKM Dapur Si Mbok merupakan tipe segmentasi pasar terbuka (*mess market*). Pihak UMKM tidak menggolongkan konsumennya dan menganggap semua adalah konsumen. Segmentasi konsumen UMKM Dapur Si Mbok berasal dari berbagai tingkat konsumen dan berbagai kalangan. Berikut adalah karakteristik konsumen Keripik Nangka di UMKM Dapur Si Mbok:

- 1) Secara geografis berasal dari dalam dan luar daerah Kabupaten Blitar
- 2) Berbagai tingkat pendapatan dari atas hingga bawah
- 3) Berbagai tingkat usia anak-anak hingga orang tua

Usaha Keripik Nangka UMKM Dapur Si Mbok memiliki dua jenis pasar konsumen yaitu pasar konsumen (*Business to Consumer*) dan pasar penjual kembali (*Business to Business*). Pasar konsumen adalah warga sekitar, wisatawan, dan keluarga. Sedangkan pada penjual kembali adalah beberapa *reseller* lainnya.

2. Value Propositions (Proposisi Nilai)

UMKM Dapur Si Mbok memproduksi keripik Nangka dengan konsep *healthy food* yaitu camilan sehat yang dibuat dari bahan baku terbaik tanpa menggunakan pemanis buatan. Keripik Nangka dibuat dengan 100% buah nangka asli terjamin kualitas dan terjamin tidak adanya bahan campuran lainnya dalam produk. Selain itu, keripik Nangka diproduksi menggunakan teknik *vacuum frying* serta *spinner* sehingga nutrisi dalam Nangka tetap terjaga. Dengan adanya hal tersebut, konsumen dapat mengonsumsi camilan yang enak tanpa takut terganggu kesehatannya.

Produk keripik Nangka dari UMKM Dapur Si Mbok juga telah memiliki NIB, bersertifikat halal, dan P-IRT pada tahun 2024. Hal tersebut menunjukkan bahwa produk sudah aman untuk dikonsumsi serta sudah memiliki izin edar. Tidak hanya itu, Keripik Nangka dari UMKM Dapur Si Mbok ini adalah hasil inovasi dari Ibu-Ibu KWT Wani Maju yang menunjukkan adanya kontribusi dalam pemberdayaan perempuan yang sangat baik di Desa Wates.

3. Channels (Saluran)

UMKM Dapur Si Mbok dalam penjualan produk menggunakan dua tipe saluran, yaitu saluran langsung (*direct selling*) dan saluran tidak langsung (*indirect selling*). Pada saluran langsung, konsumen datang langsung ke tempat produksi untuk melakukan pembelian produk. Selain itu, UMKM Dapur Si Mbok juga sering mengikuti kegiatan pameran dan bazar *offline* yang diadakan oleh instansi-instansi daerah. Sehingga memudahkan konsumen dalam pembelian produk secara langsung.

Pada saluran tidak langsung, UMKM Dapur Si Mbok bekerja sama dengan *reseller*. *Reseller* merupakan perorangan maupun komunitas yang membantu mempromosikan produk kepada konsumen. Komunitas yang membantu dalam pemasaran produk antara lain Republik Melon yang dikelola oleh kecamatan, Petani Beken (Berkelas dan Keren), dan Kamping (Kampung Emping) yang dikelola oleh desa.

Selain itu, dalam saluran tidak langsung UMKM Dapur Si Mbok juga memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan produk. Media sosial yang dimanfaatkan antara lain fitur status *WhatsApp* dan *Marketplace Facebook*. Namun, media sosial yang digunakan bukan akun media sosial dari UMKM Dapur Si Mbok sendiri, melainkan akun media sosial pribadi milik pengelola UMKM. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan, promosi melalui media sosial dinilai lebih efektif dalam menjangkau konsumen.

4. ***Customer Relationships (Hubungan Pelanggan)***

UMKM Dapur Si Mbok dalam menjaga hubungan pelanggan menerapkan prinsip pelanggan adalah raja. Pelanggan yang melakukan pembelian dilayani secara langsung mulai dari proses pemesanan hingga produk sampai kepada pelanggan. Pihak UMKM sangat memperhatikan komunikasi yang baik dengan pelanggan melalui pelayanan yang baik, selalu ramah dan sopan, selalu memperhatikan kualitas produk, kemudahan dalam pemesanan, pemberian diskon, serta melakukan pengemasan dengan aman hingga produk bisa sampai di tangan pelanggan dengan keadaan baik. UMKM Dapur Si Mbok juga membangun kepercayaan konsumen dengan selalu meminta kritik dan saran dari mereka mengenai produk.

Selain menjaga hubungan pelanggan secara langsung, UMKM Dapur Si Mbok juga menggunakan *WhatsApp* dan *Facebook* untuk menjalin komunikasi yang baik dengan pelanggan terkait produk yang ditawarkan. Tidak hanya itu untuk memperluas jangkauan pelanggan, UMKM Dapur Si Mbok juga sering mengikuti bazar dan pameran.

Sehingga dengan hal tersebut dapat terciptanya hubungan baik saat berinteraksi dengan pelanggan. UMKM Dapur Si Mbok juga memberikan potongan harga atau diskon pembelian di hari tertentu misalnya pada hari jadi KWT Wani Maju serta konsumen yang melakukan pembelian produk dalam jumlah besar. Selain itu, UMKM Dapur Si Mbok Juga memberikan layanan pengembalian produk (return) apabila produk yang diterima konsumen tidak sesuai. Hal tersebut dilakukan untuk meningkatkan loyalitas konsumen terhadap produk UMKM Dapur Si Mbok.

5. *Revenue Streams* (Arus Pendapatan)

UMKM Dapur Si Mbok mendapatkan sumber pendapatan melalui penjualan produk. Selain keripik Nangka, UMKM Dapur Si Mbok juga menjual beberapa produk, antara lain rambak pisang, *repacking* jajanan saat menjelang lebaran. Namun, produk utama dari UMKM ini adalah keripik Nangka dan rambak pisang. Selain itu pada tahun 2023, UMKM Dapur Si Mbok juga pernah mendapatkan bantuan dana melalui pengajuan proposal kepada Kementerian Pertanian melalui program UMKM Hortikultura. Bantuan yang didapat yaitu berupa uang yang digunakan untuk mendirikan rumah produksi (bangsal pengolahan), alat produksi lengkap, serta 500 kemasan keripik.

Berikut adalah daftar produk beserta harga jualnya:

- a) Keripik Nangka kemasan *pouch* 100 gram harga jual Rp 15.000
- b) Rambak pisang kemasan *pouch* 150 gram harga jual Rp 15.000
- c) Keripik Nangka kemasan 250 gram harga jual Rp 40.000
- d) Rambak pisang kemasan 500 gram harga jual Rp 50.000
- e) Rambak pisang kemasan 1 Kg harga jual Rp 100.000
- f) Keripik Nangka kemasan 1 Kg harga jual Rp. 150.000

6. *Key Resources* (Sumber Daya Utama)

UMKM Dapur Si Mbok memiliki beberapa sumber daya utama yang meliputi:

- a) Sumber daya fisik berupa rumah produksi (bangsal pengolahan) dan alat produksi lengkap. Alat produksi yang dimaksud antara

lain mesin *vacuum frying*, mesin *spinner*, mesin *sealer*, *freezer*, rak penyimpanan dan peralatan produksi lainnya.

- b) Sumber daya manusia yang dimiliki UMKM Dapur Si Mbok adalah tujuh orang karyawan yang mencakup pengurus inti serta apabila terdapat permintaan yang banyak misalnya menjelang hari raya idul fitri, pihak UMKM akan merekrut orang yang berasal dari anggota KWT Wani Maju.
- c) Sumber daya finansial UMKM Dapur Si Mbok berupa modal usaha yaitu bantuan dari Kementerian Pertanian, modal dari kas KWT Wani Maju, serta keuntungan yang dihasilkan melalui penjualan produk.
- d) Sumber daya intelektual berupa merek, ide usaha, serta hubungan kerja sama baik dengan konsumen maupun dengan *reseller*. Selain itu, produk keripik Nangka UMKM Dapur Si Mbok juga sudah mendapatkan sertifikat P-IRT dengan nomor 5043505031285-29 pada tahun 2024, sertifikat halal pada tahun 2024, serta Nomor Induk Berusaha (NIB).

7. *Key Activities* (Aktivitas Utama)

Aktivitas Utama yang dilakukan UMKM Dapur Si Mbok yaitu proses produksi dan proses pemasaran. Aktivitas produksi keripik Nangka yang dilakukan UMKM Dapur Si Mbok antara lain sebagai berikut:

- a) Mengupas bahan baku buah nangka. Nangka dikupas dikeluarkan bijinya diambil daging buahnya lalu dibelah menjadi dua. Kemudian daging buah Nangka dicuci bersih dengan air lalu ditiriskan.
- b) Membekukan buah Nangka. Setelah ditiriskan buah Nangka dimasukkan ke dalam *freezer* untuk dibekukan sebelum digoreng. Dalam menggoreng menggunakan *vacuum frying* buah harus dalam kondisi beku tujuannya agar hasil gorengan lebih renyah, mempertahankan warna dan rasa, serta mengurangi penyerapan minyak.

- c) Menggoreng buah Nangka. Setelah beku buah Nangka digoreng dengan mesin *vacuum frying*.
 - d) Meniriskan minyak keripik Nangka yang sudah di goreng dengan alat *spinner*
 - e) Melakukan pengemasan keripik Nangka menggunakan alat *sealer*
- Sekali penggorengan dalam *vacuum frying* membutuhkan waktu sekitar 2 jam. Produksi dilakukan setiap hari, dalam sehari bisa melakukan 3-4 kali penggorengan, namun khusus untuk hari jumat hanya 2 kali penggorengan. Mesin *vacuum frying* yang digunakan berkapasitas 10 Kg namun setelah penggorengan beratnya menyusut menjadi 8 ons keripik nangka.

Aktivitas pemasaran dilakukan dengan mempromosikan lewat media sosial. Proses pemasaran juga dilakukan lewat mulut ke mulut. UMKM Dapur Si Mbok juga melakukan pemasaran lewat penitipan di toko- toko sekitar jika menjelang lebaran. Namun terkadang tidak ada waktu untuk menitipkan produk ke toko mengingat pesanan menjelang lebaran meningkat. UMKM Dapur Si Mbok juga menerapkan sistem *pre-order* (PO) jika terdapat pemesanan keripik yang banyak untuk memastikan ketersediaan stok produk di pabrik.

8. Key Partnership (Kemitraan Utama)

UMKM Dapur Si Mbok menjalin kerja sama dengan pemasok bahan baku yaitu petani dan pengepul buah nangka yang berasal dari daerah sekitar Wates, Wlingi, Talun, serta Lodooyo. Dengan adanya kerja sama dengan pemasok bahan baku dapat memastikan bahwa bahan baku yang dibutuhkan selalu tersedia dengan kualitas yang sama. Selain itu, UMKM Dapur Si Mbok menjalin kerja sama dengan *reseller* dalam memasarkan produknya. Berdasarkan hasil wawancara, UMKM Dapur Si Mbok pernah memenuhi pesanan dari salah satu toko oleh-oleh yang ada di Malang. Toko oleh-oleh membeli produk keripik Nangka ke UMKM dalam bentuk los- losan lalu dikemas lagi oleh pihak toko oleh-oleh dengan merek mereka sendiri. Tidak hanya itu, UMKM Dapur Si Mbok juga menjalin kerjasama dengan komunitas

lokal dalam pemasaran produk. Komunitas yang membantu dalam pemasaran produk antara lain Republik Melon yang dikelola oleh kecamatan, Petani Beken (Berkelas dan Keren), dan Kampung (Kampung Emping) yang dikelola oleh desa.

9. *Cost Structure* (Struktur Biaya)

Struktur biaya dari UMKM Dapur Si Mbok yaitu berupa biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap terdiri dari pajak dan biaya penyusutan. Sedangkan biaya variabel terdiri dari biaya tenaga kerja langsung, biaya bahan baku, gas, listrik, minyak, dan kemasan. Biaya bahan baku buah Nangka dibeli dengan harga Rp 3.500/Kg Nangka yang masih belum dikupas. Kemudian biaya tenaga kerja yaitu dihitung berdasarkan jumlah penggorengan, setiap penggorengan diberi upah sebesar Rp 30.000. Dalam memproduksi keripik Nangka, UMKM Dapur Si Mbok mengeluarkan Harga Pokok Produksi (HPP) sebesar Rp 118. 333/ Kg dengan presentase keuntungan sebesar 26,77% sehingga produk dijual dengan harga jual sebesar Rp 150.000/ Kg.

4.5.2 Kendala dan Cara Mengatasinya di UMKM Dapur Si Mbok

Berdasarkan kegiatan Praktek Kerja Lapang (PKL) yang telah dilakukan satu bulan di UMKM Dapur Si Mbok serta hasil analisis elemen-elemen *Business Model Canvas* (BMC) yang sudah dijabarkan di atas. Selain itu, berdasarkan hasil pengamatan dan keterlibatan langsung dalam seluruh kegiatan yang dilakukan di UMKM Dapur Si Mbok. Ternyata terdapat beberapa kendala yang menjadi penghambat dalam pengembangan usaha secara optimal. Dalam setiap usaha pasti memiliki beberapa kendala dalam menjalankan bisnisnya. Namun, bagaimana cara pelaku usaha menghadapi kendala tersebut yang menjadi ukuran apakah usaha yang dijalankan bisa *survive* dan tetap berjalan atau sebaliknya. Oleh karena itu, mengidentifikasi kendala menjadi langkah penting untuk Menyusun strategi pemecahan yang tepat. Hal tersebut dilakukan agar UMKM Dapur Si Mbok dapat tetap berjalan dan berkembang secara berkelanjutan.

Berikut adalah beberapa kendala serta cara mengatasi dari masing-masing kendala yang ditemukan pada usaha keripik Nangka di UMKM Dapur Si Mbok:

a) Keterbatasan Persediaan Bahan Baku

UMKM Dapur Si Mbok menghadapi kendala dalam menjaga konsistensi kapasitas produksi akibat keterbatasan bahan baku produksi. Keripik Nangka sebagai produk unggulan di UMKM Dapur Si Mbok membutuhkan buah Nangka yang berkualitas dan ketersediaannya tetap ada supaya proses produksi tetap berjalan. Namun, menurut Bu Titin sebagai ketua UMKM persediaan bahan baku buah Nangka ini menjadi salah satu kendala yang menghambat proses produksi. Buah Nangka adalah buah musiman sehingga ketersediaannya tidak selalu stabil sepanjang tahun. Selain itu, keterbatasan kapasitas ruang penyimpanan *freezer* memperburuk keadaan karena hasil panen nangka yang melimpah pada musimnya tidak dapat disimpan dalam jumlah besar untuk kebutuhan jangka panjang. Akibatnya, produksi menjadi fluktuatif dan sulit memenuhi permintaan pasar secara konsisten.

Untuk mengatasi kendala keterbatasan bahan baku yang berdampak pada ketidakstabilan kapasitas produksi, UMKM Dapur Si Mbok perlu menerapkan beberapa strategi yang bersifat jangka pendek maupun jangka panjang yang meliputi sebagai berikut:

- 1) Strategi dalam jangka pendek, perlu dilakukan optimalisasi sistem penyimpanan dengan menambah kapasitas *freezer*. Dengan begitu, hasil panen buah Nangka yang melimpah saat musim dapat disimpan dalam jumlah lebih besar untuk memenuhi kebutuhan produksi di luar musim.
- 2) UMKM juga dapat membangun kerja sama jangka panjang dengan petani atau pengepul dari berbagai daerah yang memiliki musim panen berbeda, sehingga pasokan bahan baku bisa lebih merata sepanjang tahun.

- 3) Melakukan diversifikasi produk juga bisa menjadi solusi alternatif, yaitu dengan mengembangkan produk olahan lain berbahan dasar buah lokal yang lebih mudah didapat di luar musim Nangka. Langkah ini tidak hanya menjaga keberlangsungan produksi tetapi juga menambah variasi produk untuk menarik lebih banyak konsumen.

b) Keterbatasan Promosi dan Pemasaran Digital

UMKM Dapur Si Mbok menghadapi kendala dalam promosi dan pemasaran digital yang terbatas. Berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara, UMKM Dapur Si Mbok hanya mengandalkan fitur status *WhatsApp* dan *Marketplace Facebook* sebagai media pemasaran utama. Promosi tersebut dilakukan melalui akun pribadi para anggota Kelompok Wanita Tani (KWT) yang juga terlibat dalam proses produksi, sehingga jangkauan pasarnya sangat terbatas dan kurang optimal dalam menarik konsumen baru di luar lingkup pertemanan pribadi. Minimnya pemanfaatan platform digital yang lebih luas seperti *Instagram*, *TikTok*, atau *e-commerce* seperti *Shopee* dan *Tokopedia* membuat produk Dapur Si Mbok kurang dikenal oleh khalayak yang lebih luas.

Untuk mengatasi kendala promosi dan pemasaran digital yang terbatas, UMKM Dapur Si Mbok perlu membangun identitas digital yang lebih profesional dan terstruktur strategi yang bisa diambil antara lain sebagai berikut:

- 1) Membuat akun resmi UMKM Dapur Si Mbok di berbagai platform media sosial seperti *Instagram*, *Facebook*, dan *TikTok* dengan pembuatan konten yang konsisten, menarik, dan informatif. Konten yang ditampilkan dapat berupa foto produk UMKM, proses produksi, testimoni pelanggan, serta informasi promosi dan diskon.
- 2) Melakukan pelatihan digital marketing bagi anggota KWT yang terlibat dalam produksi juga sangat penting agar mereka mampu

mengelola media sosial secara efektif dan memahami strategi pemasaran melalui media sosial.

- 3) UMKM juga sebaiknya mulai memanfaatkan platform *e-commerce* seperti Shopee, Tokopedia, atau platform *e-commerce* lainnya untuk menjangkau konsumen di luar wilayah lokal. Kehadiran produk di marketplace akan memperluas jangkauan penjualan serta memberikan kemudahan bagi konsumen dalam melakukan pembelian.
- 4) UMKM juga perlu melakukan kerjasama dengan *influencer* lokal atau food blogger juga dapat menjadi strategi untuk memperkenalkan produk lebih luas. Dengan mengoptimalkan penggunaan platform digital sebagai alat pemasaran *online*, UMKM Dapur Si Mbok dapat memperluas pasar, meningkatkan daya saing, dan menjangkau konsumen secara lebih luas dan berkelanjutan.

c) Keterbatasan dalam Menjalinkan Kemitraan

Kurangnya kerjasama dengan kemitraan yang strategis membuat UMKM Dapur Si Mbok kesulitan memperluas jangkauan pemasaran produknya. Sebelumnya, UMKM juga melakukan kerja sama dengan salah satu toko oleh-oleh yang ada di Malang melalui perantara kerabat namun Kerjasama tersebut berjalan secara informal dan tidak berkelanjutan hingga saat ini. UMKM Dapur Si Mbok juga pernah menitipkan produk mereka di toko-toko sekitar saat menjelang lebaran. Namun, untuk sekarang sudah jarang dilakukan lagi karena beberapa alasan. Saat ini, UMKM Dapur Si Mbok juga sedang berupaya menjalin kerja sama dengan Lapis Kukus Indonesia (LKI) terkait pendisplayan produk di outlet LKI, namun prosesnya masih dalam tahap pengajuan dan belum menghasilkan kesepakatan resmi. UMKM Dapur Si Mbok perlu memperbanyak kerjasama kemitraan lagi agar produk UMKM dapat lebih dikenal dan meningkatkan penjualan.

Untuk mengatasi permasalahan kurangnya kemitraan strategis, UMKM Dapur Si Mbok perlu mengambil langkah-langkah dalam membangun dan memperluas jaringan kerja sama yang lebih profesional dan berkelanjutan adalah sebagai berikut:

- 1) Penting bagi UMKM untuk mulai menyusun proposal kemitraan yang sistematis dan menarik, berisi profil usaha, keunggulan produk, sistem pembagian keuntungan, dan potensi kerja sama jangka panjang. Proposal ini dapat diajukan tidak hanya ke toko oleh-oleh, tetapi juga ke minimarket lokal, kafe, restoran, hingga hotel yang mendukung produk lokal.
- 2) UMKM dapat memanfaatkan jaringan dinas terkait seperti Dinas Koperasi dan UMKM, Dinas Perdagangan, atau komunitas UMKM untuk mendapatkan rekomendasi dan peluang kemitraan strategis.
- 3) UMKM juga bisa mengikuti pameran, bazar, dan kegiatan kolaboratif antar pelaku UMKM juga akan membuka peluang kemitraan baru. Dengan strategi yang lebih terencana dan pendekatan yang profesional, UMKM Dapur Si Mbok berpeluang menjalin kemitraan yang lebih luas dan berdampak nyata terhadap pertumbuhan usaha,

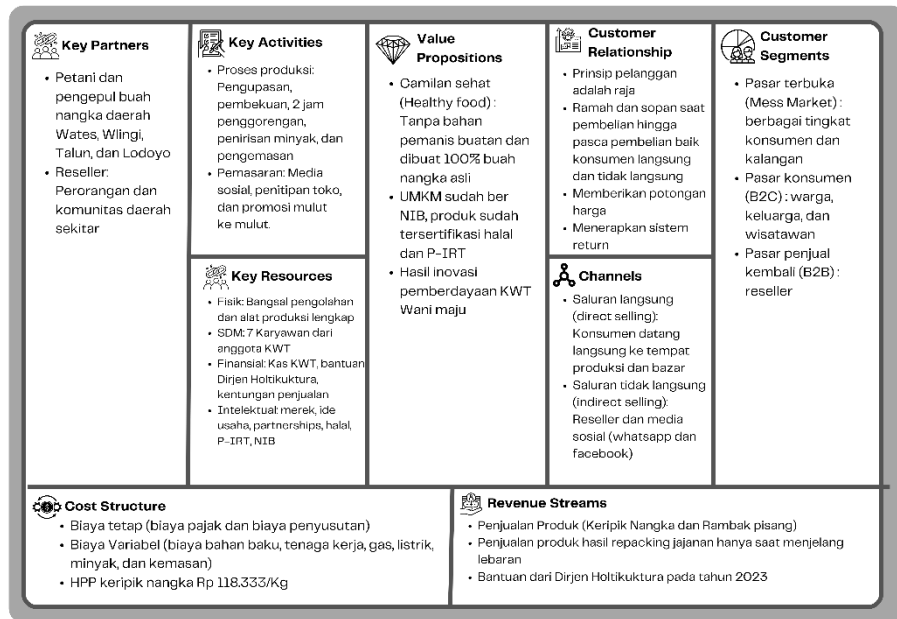
BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penjelasan yang telah dijabarkan di atas maka dapat disimpulkan bahwa hasil dari kegiatan Praktek Kerja Lapang yang telah dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Bentuk *Business Model Canvas* (BMC) pada usaha keripik Nangka UMKM Dapur Si Mbok berdasarkan sembilan elemen BMC adalah sebagai berikut:



Gambar 7. Desain BMC UMKM Dapur Si Mbok

2. Adapun kendala yang ada dalam UMKM Dapur Si Mbok adalah: **Pertama, keterbatasan bahan baku.** Solusinya adalah menambah kapasitas freezer, membangun kerja sama dengan pemasok dari berbagai daerah, serta diversifikasi produk. **Kedua, keterbatasan pemasaran digital.** Solusinya adalah membuat akun media sosial resmi, mengikuti pelatihan digital marketing, memanfaatkan *platform e-commerce*, dan bekerja sama dengan *influencer* lokal. **Ketiga, keterbatasan dalam menjalin kemitraan** solusinya yaitu menyusun proposal kemitraan yang menarik, menjalin kerja sama dengan lebih banyak toko dan komunitas, serta aktif mengikuti bazar/pameran.

5.2 Saran

Berdasarkan pelaksanaan dan hasil kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) yang telah dilakukan, maka saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

1. **Bagi Mahasiswa:** Pengalaman selama PKL sebaiknya dijadikan landasan untuk mengembangkan kemampuan berpikir kritis dan analitis, terutama dalam menerapkan teori yang telah dipelajari selama perkuliahan ke dalam dunia kerja nyata.
2. **Bagi Universitas Islam Balitar:** Universitas dapat memperluas kerja sama dengan UMKM lokal guna memperkuat semangat kewirausahaan mahasiswa melalui keterlibatan langsung dalam praktik di lapang.
3. **Bagi UMKM Dapur Si Mbok:** Diharapkan UMKM Dapur Si Mbok dapat memanfaatkan hasil pemetaan Business Model Canvas (BMC) sebagai acuan dalam merancang strategi pengembangan usaha yang lebih terarah dan berkelanjutan. Selain itu, dengan adanya analisis kendala dan solusi di atas dapat menjadi pertimbangan bagi pihak UMKM Dapur Si Mbok.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, R. F., Mawadati, A., & Simanjuntak, R. (2022). Strategi Pengembangan Bisnis Umkm Menggunakan Pendekatan Metode *Business Model Canvas* (BMC) dan Pendekatan SWOT (Studi Kasus: UMKM Coffee Shop UD Mitra di Yogyakarta). *Jurnal REKAVASI* Vol. 10(2), 67-76.
- Arum, D. S., Retnowati, E., Masnawati, E., Mardikaningsih, R., Zakki, M., Darmawan, D., Dirgantara, F., Wibowo, A. S., & Saktiawan, P. (2024). Penerapan *Business Model Canvas* (BMC) dalam Meningkatkan UMKM Pengrajin Tas di Tanggulangin Sidoarjo. *EXAM: Economic Xenazation Abdi Mas* Vol. 2(3), 13-21.
- Darmawan. (2024). *Perencanaan Bisnis*. Jakarta Timur: Bumi Aksara.
- Djuwendah, E., & Mujaddid, A. (2019). Pengembangan Strategi Bisnis Dodol Garut Menggunakan Kanvas Model Bisnis (Studi Kasus pada PD Katineung Kabupaten Garut). *Jurnal Ilmu Pertanian dan Peternakan* Vol. 7(1), 1-11.
- Fauzan, A.F., Sadifatiasmi, A.R., Parhusip, D.M., Alfian, F.S., Febriani, H., Hosali, M.K.H., Anggraini, N., Desiani, T.I., Partiwi, R.Z., & Barika, B. (2023). Pemanfaatan Buah Nangka Menjadi Manisan di Desa Lawang Agung. *Kreativasi : Journal of Community Empowerment* Vol 2(1), 80–85.
- Googlemaps. (2025). *Peta UMKM Dapur Si Mbok*. (online). (https://maps.app.goo.gl/B85TcNeTStdGQegr8?g_st=aw), diakses 14 Mei 2025.
- Hayyu, R. (2019). Analisis Bisnis Model Dengan Pendekatan Business Model Canvas Terhadap Baitul Maal Wat Tamwil Masjid Al Azhar Jakarta Selatan. *Skripsi*. Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Kadin. (2023). *Data dan Statistik UMKM*. (online). (<https://kadin.id/data-dan-statistik/umkm-indonesia/#:~:text=Peran%20UMKM%20sangat%20besar%20untuk,%2C%20setara%20Rp9.580%20triliun.>), diakses 13 Mei 2025.
- Murtini, E. S., Harijono, Yuwono, S. S., Putri, W. D. R., Nisa, F. C., Mubarok, A. Z., Ali, D. Y., & Fathuroya, V. (2022). *Teknologi Pengolahan Buah Tropis Indonesia*. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2019). *Business Model Generation*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

- Pasaribu, A. A., Pranita, M., Amalia, A., Lubis, A. K. P., Turrahmah, M., & Malik, A. M. M. (2022). *Pengolahan Bahan Pangan Lokal untuk Mengatasi Masalah Gizi*. Medan: Merdeka Kreasi Group.
- Portaldata. (2024). *Jumlah Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM)*. (online). (<https://data.blitarkab.go.id/data/jumlah-umkm-hasil-pendataan-lengkap-koperasi-usaha-mikro-kecil-dan-menengah-6zp81qnr>), diakses 14 Mei 2025.
- Radio Republik Indonesia. (2024). *Kandungan Gizi Buah Nangka yang Bermanfaat untuk Kesehatan*. (online). (<https://www.rri.co.id/kesehatan/1212868/kandungan-gizi-buah-nangka-yang-bermanfaat-untuk-kesehatan>), diakses 14 Mei 2025.
- Saparinto, C., & Susiana, R. (2024). *Grow Your Own Fruits, Panduan Praktis Menanam 28 Tanaman Buah Populer di Pekarangan*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Saras, T. (2023). *Buah Nangka: Kaya Rasa, Gizi, dan Kegunaan*. Tresno Saras.
- Simpultumbuh. (2021). *Pelatihan UMKM: Business Model Canvas (BMC)*. (online). (<https://simpultumbuh.uii.ac.id/business-model-canvas-bmc/>), diakses 14 Mei 2025.
- Subagia, I.N., Suwantana, I.G., Sudiana, I.G.N., Suranda, I.M., Relin, Rema, I.N., Tirta, I.M.D., Adnyana, P.E.S., Giri, I.P.A.A., & Aryana, I.M.P. (2021). *Tanaman Upakara*. Badung: Nilacakra.
- Sulistiyanto. (2024). *Seri Hidup Sehat: Kiat Hidup Sukses dan Berumur Panjang*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Wahana, A., & Hariyani, N. (2024). Strategi Pengembangan Usaha Menggunakan Pendekatan Business Model Canvas di P4S Yoganik Kabupaten Probolinggo. *Jurnal AgroSainTa: Widyaiswara Mandiri Membangun Bangsa* Vol. 7(2), 55–64.
- Yuliati, S., & Widagdo, T. (2020). Teknologi Vacuum Frying Untuk Penggorengan Keripik Jamur Tiram di Desa Talang Bubuk Plaju Palembang. *Aptekmas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* Vol. 3(1), 38-44.

LAMPIRAN

Tabel 1. Logbook Kegiatan PKL di UMKM Dapur Si Mbok

No	Hari/ Tanggal	Waktu	Kegiatan
1.	Rabu, 15 Januari 2025	08.00-15.00	Perkenalan alat- alat produksi dan cara penggunaannya
2.	Kamis, 16 Januari 2025	08.00-15.00	Pengupasan bahan baku yaitu buah pisang dan nangka
3.	Jumat, 17 Januari 2025	08.00-12.00	Produksi 2x penggorengan keripik buah
4.	Sabtu, 18 Januari 2025	08.00-15.00	Produksi 2x penggorengan keripik buah
5.	Senin, 20 Januari 2025	08.00-15.00	Pengemasan rambak pisang
6.	Selasa, 21 Januari 2025	08.00-15.00	Pengemasan keripik nangka dan rambak pisang
7.	Rabu, 22 Januari 2025	08.00-15.00	Pengupasan bahan baku dan produksi 1x penggorengan
8.	Kamis, 23 Januari 2025	08.00-15.00	Produksi 2x penggorengan keripik buah
9.	Jumat, 24 Januari 2025	08.00-12.00	Pengupasan bahan baku dan produksi 1x penggorengan
10.	Sabtu, 25 Januari 2025	08.00-15.00	Pengupasan bahan baku dan produksi 1x penggorengan
11.	Senin, 27 Januari 2025	08.00-15.00	Pengupasan bahan baku dan produksi 1x penggorengan
12.	Selasa, 28 Januari 2025	08.00-15.00	Pengupasan bahan baku dan produksi 1x penggorengan
13.	Rabu, 29 Januari 2025	08.00-15.00	Pengupasan bahan baku dan produksi 1x penggorengan

14.	Kamis, 30 Januari 2025	08.00-15.00	Pengemasan keripik nangka dan produksi 1x penggorengan
15.	Jumat, 31 Januari 2025	08.00-12.00	Produksi 2x penggorengan keripik buah
16.	Sabtu, 1 Februari 2025	08.00-15.00	Produksi 2x penggorengan keripik buah
17.	Senin, 3 Februari 2025	08.00-15.00	Produksi 2x penggorengan keripik buah
18.	Selasa, 4 Februari 2025	08.00-15.00	Produksi 2x penggorengan keripik buah
19.	Rabu, 5 Februari 2025	08.00-15.00	Produksi 2x penggorengan keripik buah
20.	Kamis, 6 Februari 2025	08.00-15.00	Pengemasan keripik nangka dan produksi 1x penggorengan
21.	Jumat, 7 Februari 2025	08.00-12.00	Pengemasan rambak pisang dan produksi 1x penggorengan
22.	Senin, 10 Februari 2025	08.00-15.00	Pengupasan bahan baku dan produksi 1x penggorengan
23.	Selasa, 11 Februari 2025	08.00-15.00	Produksi 2x penggorengan keripik buah
24.	Rabu, 12 Februari 2025	08.00-15.00	Produksi 2x penggorengan keripik buah
25.	Kamis, 13 Februari 2025	08.00-15.00	Produksi 2x penggorengan keripik buah
26.	Jumat, 14 Februari 2025	08.00-12.00	Pengemasan keripik nangka dan rambak pisang serta produksi 1x penggorengan
27.	Sabtu, 15 Februari 2025	08.00-15.00	Penutupan PKL



Gambar 8. Proses pengupasan bahan baku



Gambar 9. Proses pencucian bahan baku



Gambar 10. Proses pembekuan bahan baku



Gambar 11. Proses penggorengan keripik dalam mesin *vacuum*



Gambar 12. Proses penirisan keripik yang sudah matang



Gambar 13. Proses penirisan minyak dengan mesin spinner



Gambar 14. Proses pemasangan label kemasan



Gambar 15. Proses pengemasan keripik



Gambar 16. Proses sealer kemasan keripik



Gambar 17. Produk keripik Nangka kemasan *pouch*



Gambar 18. Produk keripik Nangka kemasan 250 gram



Gambar 19. Produk rambak pisang kemasan pouch



Gambar 20. Produk rambak pisang kemasan 500 gram



Gambar 21. Produk rambak pisang utuh



Gambar 22. Produk rambak pisang utuh sebelum di *sealer*



Gambar 23. Foto Bersama produk rambak pisang yang sudah dikemas



Gambar 24. Bangsal pengolahan UMKM Dapur Si Mbok



Gambar 25. Alat- alat produksi UMKM Dapur Si Mbok


 REPUBLIK INDONESIA
 (REPUBLIC OF INDONESIA)
 جمهورية إندونيسيا
LAMPIRAN SERTIFIKAT HALAL
 (THE ATTACHMENT OF HALAL CERTIFICATE)
مرفقة لشهادة الحلال

Nomor Sertifikat / Certificate Number: ID35110018446720724

Nama Pelaku Usaha / Name of Company: SUNDARI

Jenis Produk / Type of Product: Buah dan sayur dengan pengolahan dan penambahan bahan tambahan pangan

Alamat Pabrik / Factory's Address: Dapur Si Mbok, Dan Sidomulyo RT 04 RW 03 Desa Wates, Kecamatan Wates KAR, BLITAR 66194 Jawa Timur

Daftar Produk / Product Name:

No	Nama Produk / Product Name
1	Keripik buah naga
2	Keripik buah nangka
3	Keripik buah melon

Diterbitkan di Jakarta pada 13 Juli 2024
 Issued in Jakarta on

KEPALA
 BADAN PERYELENGGARA JAMINAN PRODUK HALAL
 HEAD OF HALAL PRODUCT ASSURANCE BODY

Rilis dan Kelayakan Produk

Muhammad Aql Irfham

Hal: 1 / Total Produk: 3

Gambar 26. Sertifikat halal UMKM Dapur Si Mbok


 PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA
 PERIZINAN BERUSAHA UNTUK MENUNJANG KEGIATAN USAHA
 SERTIFIKAT PEMENUHAN KOMITMEN PRODUKSI PANGAN OLAHAN
 INDUSTRI RUMAH TANGGA (SPP-IRT)
 LAMPIRAN PB-UMKU:

1. No Pendaftaran:	P-IRT 504300032085-09
2. Nama IRT/PT	PT/PA SANGKLINGA
3. Nama Pemilik	PT/PA SANGKLINGA
4. Alamat	Dan Sidomulyo RT 04 RW 031 Kal. Wates, Kab. Blitar
5. Provinsi	JAWA TIMUR
6. Kabupaten/Kota	KAB. BLITAR
7. Kecamatan	Wates
8. Desa	Wates
9. Jenis Produk Pangan	Hasil Ciptaan Buah, Sayur, dan Produk Olahan
10. Nama Jenis Pangan	Keripik Buah
11. Spesifikasi Produk	Keripik (Bawang) (KIP) Wates Wates Blitar
12. Komposisi	Bahan Baku: Buah, Sayur, dan Produk Olahan
13. Komposisi Pangan	Minyak Goreng
14. Masa Berlaku Sertifikat	27-08-2028
15. Keterangan	a. Mengikuti Persetujuan Komposisi Pangan b. Mengetahui persyaratan dan prosedur Pangan Olahan yang berlaku IRT/PT atau IRT/PA, sesuai dan dilaksanakan c. Mengetahui persyaratan teknis d. Mengetahui persyaratan keamanan dari mutu Pangan Olahan termasuk persyaratan pengemasan IRT/PT dan kemasan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan Isian di atas ini adalah benar-benar

Isian di atas ini adalah benar-benar

Gambar 27. Sertifikat P-IRT UMKM Dapur Si Mbok



Gambar 28. Foto bersama Ibu-ibu KWT Wani Maju



Gambar 29. Foto Bersama ketua UMKM dan KWT Wani Maju

CEK TURNITIN EKA.docx

ORIGINALITY REPORT

19%

SIMILARITY INDEX

17%

INTERNET SOURCES

8%

PUBLICATIONS

4%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

repository.ub.ac.id

Internet Source

2%

2

repository-feb.unpak.ac.id

Internet Source

1%

3

docplayer.info

Internet Source

1%

4

jurnal.unma.ac.id

Internet Source

1%

5

repository.unisbablitar.ac.id

Internet Source

1%

6

Rezvanny Maricar. "Strategi Pengembangan Bisnis Keripik Pisang dengan Pendekatan Business Model Canvas", PARADOKS : Jurnal Ilmu Ekonomi, 2020

Publication

1%

7

journals.upi-yai.ac.id

Internet Source

<1%

8

staidagresik.ac.id

Internet Source

<1%

9

journal.akb.ac.id

Internet Source

<1%

10

Submitted to Sriwijaya University

Student Paper

Gambar 30. Hasil Cek Plagiarisme