



Analisis Pengembangan Model Bisnis Produk Bunga Telang Celup Di SMK PP Negeri 1 Tegalampel Bondowoso

Analysis of the Development of a Business Model for Butterfly Eggplant Flowers at SMK PP Negeri 1 Tegalampel Bondowoso

Ahmad Bahrul Munir^{1*}, Sri Sundari¹, Nanang Dwi Wahyono¹

¹ Jurusan Manajemen Agribisnis, Politeknik Negeri Jember

* ahmadbahrulmunir@gmail.com

SUBMITTED : AGU 18, 2022

ACCEPTED : OCT 08, 2022

PUBLISHED : DEC 30, 2022

ABSTRAK

Tanaman bunga telang (*Clitoria ternatea* L) merupakan salah satu komoditas pertanian yang berpotensi untuk dikembangkan. SMK Negeri 1 PP Kabupaten Bondowoso merupakan lembaga pendidikan yang saat ini sedang mengembangkan potensi tanaman bunga telang menjadi produk bunga telang celup. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengembangan model bisnis produk bunga celup telang. Sampel dalam penelitian ini adalah responden ahli yang memiliki kemampuan dan kapabilitas dalam memberikan penilaian terhadap aspek pengembangan produk. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif dan kuantitatif dengan menganalisis Business Model Canvas dan menghitung expert judgment dengan menghitung perbandingan multiparticipant (geomean). Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat 6 aspek pengembangan bisnis pada blok mitra kunci, 3 aspek pengembangan bisnis pada blok aktivitas utama, 5 aspek pengembangan bisnis pada blok sumber daya utama, 4 aspek pengembangan bisnis pada nilai. blok proposisi, 4 aspek pengembangan bisnis pada blok hubungan pelanggan, 5 aspek pengembangan bisnis pada blok saluran, 5 aspek pengembangan bisnis pada blok segmen pelanggan, 3 aspek pengembangan bisnis pada blok struktur biaya, dan 4 aspek pengembangan bisnis di blok aliran pendapatan.

Kata kunci — bunga telang celup, *business model canvas*, kabupaten bondowoso

ABSTRACT

Butterfly pea flower (Clitoria ternatea L) is one of the potential agricultural commodities to be developed. SMK Negeri 1 PP Bondowoso Regency is an educational institution that is currently developing the potential of the butterfly pea flower into a dyed butterfly pea flower product. This study aims to analyze the development of a business model for butterfly pea dye products. The sample in this study are expert respondents who have the ability and capability to provide an assessment of aspects of product development. The methods used are qualitative and quantitative methods by analyzing the Business Model Canvas and calculating expert judgment by calculating multiparticipant (geomean) comparisons. The results of the analysis show that there are 6 business development aspects in the key partner block, 3 business development aspects in the main activity block, 5 business development aspects in the main resource block, 4 business development aspects in value. proposition block, 4 business development aspects in the customer relations block, 5 business development aspects in the channel block, 5 business development aspects in the customer segment block, 3 business development aspects in the cost structure block, and 4 business development aspects in the revenue stream block.

Keywords — *telang celup flower, business model canvas, bondowoso regency*

 OPEN ACCESS

© 2023. Ahmad Bahrul Munir, et. al



Creative Commons
Attribution 4.0 International License

1. Pendahuluan

Tanaman herbal atau disebut juga tanaman biofarmaka merupakan salah satu komoditas pertanian yang tergolong kedalam sub sektor hortikultura [1]. Tanaman herbal banyak dimanfaatkan oleh masyarakat dalam bentuk minuman herbal sebagai pengganti obat. Minuman herbal sendiri merupakan salah satu minuman berbahan dasar tumbuhan alami yang berkhasiat bagi tubuh.

Minuman herbal dipercaya memiliki khasiat yang bermanfaat untuk menyembuhkan penyakit. Khasiat tersebut berasal dari bahan aktif yang terkandung dalam tanaman. Beberapa tanaman herbal yang bisa diolah menjadi minuman antara lain, Asam Jawa (*Tamaricus indica*), Pasak Bumi (*Eurycoma longifosa jack*), Mengkudu (*Morinda citrifolia*), Lidah Buaya (*Aloe vera*), Temulawak (*Curcuma xanthorrhiza*), teh (*Camellia sinensis*), Cengkeh (*Syzygium aromaticum*), dan Kacang Kedelai (*Glycine max*). Selain bahan tersebut diatas ada bahan tanaman herbal yang belum banyak dikembangkan seperti Bunga Telang (*Clitoria ternatea*) [2].

Bunga telang (*Clitoria ternatea L.*) adalah tanaman herbal yang penting dan memiliki berbagai kegunaan, yaitu sebagai tanaman hias, tanaman pakan ternak, tanaman obat-obatan, tanaman pewarna alami dan tanaman dengan kandungan antioksidan [3]. Bunga telang (*Clitoria ternatea*), sering disebut juga sebagai *butterfly pea* merupakan bunga yang khas dengan kelopak tunggal berwarna ungu. Selain sebagai tanaman hias, sejak dulu tanaman ini dikenal secara tradisional sebagai obat atau tanaman biofarmaka untuk obat mata, dan pewarna makanan yang memberikan warna biru [3].

Tanaman bunga telang (*Clitoria ternatea L.*) dalam ruang lingkup taksonomi dikelompokkan kedalam Leguminosae, yaitu *nomina conservanda* dari famili Fabaceae [3]. Dilihat dari tinjauan fitokimia, bunga telang memiliki sejumlah bahan aktif yang memiliki potensi farmakologi. Potensi farmakologi bunga telang antara lain adalah sebagai antioksidan, antibakteri, anti inflamasi dan analgesic, antiparasit dan antitida, antidiabetes, anti-kanker, antihistamin, immunomodulator, dan potensi

berperan dalam susunan syaraf pusat, *Central Nervous System* (CNS). Bagian lain dari tanaman ini, yaitu daun dan akar juga memiliki potensi tersendiri [4]. Bunga telang memiliki kandungan antosianin yang merupakan bagian dari keluarga *flavonoid* yang berperan sebagai senyawa bioaktif karena memiliki sifat antioksidan [5].

Bunga telang atau sering disebut sebagai *butterfly pea* memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai tanaman herbal atau tanaman biofarmaka karena kandungan antioksidan yang terkandung didalamnya. Namun sayangnya, bunga telang masih belum banyak dibudidayakan dan dikembangkan di Negara Indonesia, hal ini dapat diketahui tinjauan data tanaman biofarmaka yang tercatat oleh Badan Pusat Statistik (BPS). Diketahui tahun 2018, komoditas tanaman biofarmaka Indonesia yang tercatat yaitu lima belas tanaman, meliputi : jahe, laos, kencur, kunyit, lempuyang, temulawak, temuireng, temukunci, dringo, kapulaga, mengkudu, mahkota dewa, kejibeling, sambiloto dan lidah buaya [1].

Potensi pengembangan tanaman bunga telang sebagai tanaman biofarmaka yang dihadapkan dengan rendahnya informasi dan riset terkait pengembangannya adalah hal yang melatarbelakangi penelitian ini. Pengembangan produk bunga telang celup perlu dilakukan untuk memberitahu kepada masyarakat khususnya pemerintah bahwa tanaman bunga telang dapat menjadi produk hasil sektor pertanian yaitu berupa minuman herbal.

Produk bunga telang celup merupakan produk yang baru dan belum di produksi secara luas di Kabupaten Bondowoso, sehingga produk bunga telang celup dapat disebut sebagai usaha pemula (*start-up*) di Kabupaten Bondowoso. sebagai sebuah usaha pemula, maka analisis terhadap aspek-aspek pengembangan produk bunga telang celup perlu dilakukan. Aspek-aspek pengembangan produk yang dimaksud diantaranya seperti mengetahui segmentasi dari produk, nilai tambah produk, jaringan pemasaran, aktifitas utama dalam produksi, sumber daya utama dalam produksi, dan aspek-aspek lainnya.

Kebutuhan terhadap analisis aspek-aspek pengembangan sangat diperlukan untuk mengetahui model usaha seperti apa yang akan



dikembangkan dari produk bunga telang celup, sehingga model pengembangan bisnis diperlukan dalam upaya pengembangan produk rintisan (*start-up*) bunga telang celup. Salah satu model yang tepat dalam menggambarkan aspek-aspek yang perlu dikembangkan dalam usaha bunga telang celup adalah dengan *Business Model Canvas* (BMC). Hal ini dikarenakan BMC mampu memberikan gambaran secara lebih luas terkait aspek-aspek pengembangan usaha bunga telang celup berdasarkan sembilan blok pengembangan yang perlu dikembangkan.

Pengembangan produk tentunya tidak lepas dari pengembangan model usaha produk, dalam hal ini *Business Model Canvas* (BMC) merupakan model yang sangat tepat digunakan dalam pengembangan model bisnis bunga telang celup di Kabupaten Bondowoso, hal ini dikarenakan BMC mampu menggambarkan aspek-aspek yang diperlukan dalam pengembangan bisnis melalui sembilan blok yang dimilikinya. Pengembangan usaha produk bunga telang celup perlu dilakukan untuk mengetahui aspek-aspek apa saja yang perlu dikembangkan dalam usaha bunga telang celup.

Business Model Canvas (BMC) mendeskripsikan sebuah usaha kedalam sembilan blok pengembangan, yaitu : 1) *Customer Segments* (CS), 2) *Value Propositions* (VP), 3) *Channels* (CH), 4) *Customer Relationships* (CR), 5) *Revenue Streams* (SR), 6) *Key Resources* (KR), 7) *Key Activities* (KA), 8) *Key Partnerships* (KP), dan 9) *Cost Structure* (CS) [6].

2. Metodologi

Penelitian ini dilakukan di SMK Pertanian Pembangunan Negeri 1 Tegalampel di Kabupaten Bondowoso. SMK PP Negeri 1 Tegalampel beralamat di Jalan Gunung Purnama PO. Box 27 Tegalampel, Kecamatan Tegalampel, Kabupaten Bondowoso. Lokasi penelitian dipilih secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan perlunya mengetahui kebutuhan masyarakat dalam hal ini konsumen di wilayah terdekat dengan tempat produksi dalam kacamata ahli (*expert*). Penelitian dilakukan selama kurang lebih empat (empat) bulan yang dimulai pada bulan November 2021 hingga bulan Februari 2021.

Populasi penelitian meliputi pakar (*expert*). *Expert* ditentukan sebagai populasi penelitian karena *expert* memiliki kemampuan dalam mengidentifikasi aspek-aspek pengembangan awal pada setiap blok BMC. Responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini sebanyak lima orang pakar yang ditentukan secara sengaja dengan teknik *purposive sampling* dengan pertimbangan bahwa pakar memiliki kemampuan untuk menilai aspek-aspek penting dalam pengembangan bisnis, mengetahui produksi bunga telang celup, mengetahui lingkungan tempat produk akan dikembangkan, dan memiliki kapabilitas dalam melakukan evaluasi produk.

Responden pada penelitian ini yaitu 1) Kepala Dinas Pertanian Kabupaten Bondowoso, 2) Kepala SMK PP Negeri 1 Tegalampel, 3) Kepala Bagian Produksi SMK PP Negeri 1 Tegalampel, 4) Praktisi dari pegiat kuliner Bondowoso Cafe dan Resto Nyot-Nyot Kabupaten Bondowoso, dan Akademisi. Sumber data penelitian berasal dari hasil wawancara dengan beberapa ahli (*expert*) yang memiliki kapasitas dan pengetahuan tentang pengembangan produk hasil pertanian dan aspek-aspek pengembangan bisnis bunga telang celup di Kabupaten Bondowoso.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan wawancara dan pembagian kuestioner. Wawancara dilakukan sebagai bentuk pengecekan silang (*cross check*) untuk mengetahui informasi lain yang berkaitan dengan pengembangan produk bunga telang celup di SMK PP Negeri 1 Tegalampel Bondowoso.

Pengolahan dan analisa data penelitian dimulai dengan identifikasi aspek-aspek penting pada setiap blok pengembangan model bisnis kanvas. Identifikasi dan pembuatan hipotesis dilakukan dengan cara berdiskusi dan melakukan wawancara dengan para ahli (*expert*) terkait semua aspek yang dianggap penting dan perlu dikembangkan dalam *Business Model Canvas* (BMC). Berikut adalah hipotesis awal terkait aspek-aspek pada sembilan blok BMC :

- a. *Customer Segment* (CS) meliputi : 1) masyarakat Kabupaten Bondowoso, 2) Ibu Rumah Tangga (IRT), 3) pemilik cafe dan resto di Kabupaten Bondowoso, 4) pelaku diet, dan 5) penggemar teh herbal



- b. *Value Proposition* (VP), meliputi : 1) minuman herbal praktis, 2) minuman murni terbuat dari serbuk bunga telang, dan 3) produk lokal Kabupaten Bondowoso
- c. *Customer Relationship* (CR), meliputi : 1) pengetahuan kandungan produk, 2) kemudahan pelayanan, 3) membangun hubungan dengan konsumen, dan 4) menyediakan *customer service* (CS) bagi konsumen
- d. *Channel* (CH), meliputi : 1) penjualan langsung (*offline*), 2) promosi melalui media sosial (*online*), dan 3) penjualan di gerai atau outlet milik daerah, 4) *Reseller*, dan 5) *Delivery order*
- e. *Revenue Stream* (RS), meliputi : 1) penjualan produk, dan 2) bantuan dana atau peralatan produksi dari Pemerintah Kabupaten Bondowoso
- f. *Key Resource* (KR), meliputi :1) Sumber Daya Alam (SDA), 2) Sumber Daya Manusia (SDM), 3) Bahan dan alat produksi, dan 4) tempat produksi
- g. *Key Activities* (KA), meliputi :1) produksi bunga telang celup, 2) penjualan, dan 3) promosi
- h. *Key Partnership* (KP), meliputi :1) pemerintah daerah, 2) pemilik cafe dan resto, 3) komunitas, dan 4) akademisi
- i. *Cost Structure* (CR), meliputi :1) biaya operasional, 2) biaya tenaga kerja, dan 3) biaya lain-lain

Hipotesis yang telah dituangkan dalam masing-masing blok BMC merupakan Model 1 yang selanjutnya model ini akan disampaikan kembali kepada para *expert* untuk memastikan kesesuaian model dengan kondisi usaha yang ada pada saat ini, apabila ada aspek yang menurut *expert* perlu ditambah atau dikurangi, maka peneliti menampung pendapat tersebut dan menuangkannya pada model selanjutnya atau disebut sebagai model 2. Kegiatan ini terus dilakukan hingga didapatkan model yang pasti (*fix model*) menurut para pakar.

3. Pembahasan

Identifikasi aspek-aspek pengembangan pada penelitian ini dilakukan melalui wawancara dan diskusi secara mendalam dengan para pakar (*expert*). Berikut adalah aspek-aspek

pengembangan produk bunga telang celup di Kabupaten Bondowoso :

- a. Pemerintah Daerah, pemilik cafe dan resto, komunitas, dan akademisi merupakan pihak yang harus terlibat dalam upaya pengembangan produk
- b. Ketersediaan produk bunga telang celup perlu dijaga melalui produksi bunga telang celup yang cukup, penjualan, dan promosi.
- c. Sumber Daya Alam (SDA), Sumber Daya Manusia (SDM), bahan dan alat produksi, dan tempat produksi yang baik perlu dipersiapkan untuk mampu menciptakan produk yang baik
- d. Minuman herbal praktis, minuman murni terbuat dari serbuk bunga telang, dan produk lokal merupakan hal yang perlu ditonjolkan produk
- e. Pengetahuan pelanggan tentang kandungan produk, kemudahan pelayanan, membangun hubungan dengan konsumen, dan menyediakan *customer service* perlu dikembangkan dan ditingkatkan
- f. Memastikan keberadaan produk bunga telang celup di tempat atau toko yang mudah dijangkau oleh masyarakat perlu dilakukan melalui penjualan langsung (*offline*), promosi melalui media sosial (*online*), penjualan di gerai atau outlet milik daerah, *reseller*, dan *delivery order*
- g. Segmentasi pelanggan yang paling sesuai dengan produk bunga telang celup adalah masyarakat Kabupaten Bondowoso, Ibu Rumah Tangga (IRT), pemilik cafe dan resto yang ada di Kabupaten Bondowoso, dan penggemar teh herbal. Sehingga perlu adanya tindakan untuk menjangkau segmen ini
- h. Selain segmentasi pelanggan dan jaringan pemasaran, biaya operasional, biaya tenaga kerja, dan biaya lain-lain perlu diperhatikan dan diperhitungkan untuk menghindari kerugian selama proses produksi bunga telang celup
- i. Penjualan produk dan bantuan Pemerintah Daerah merupakan kegiatan yang berhubungan ketersediaan modal untuk produksi. Sehingga perlu dilakukan pengelolaan yang baik agar produksi tetap



berjalan dan tidak menghadapi kendala dimasa yang akan datang

Analisis terhadap pendapat *expert* menjadi model awal (Model 1) pembentukan aspek-aspek yang akan dikembangkan pada setiap blok dalam BMC. Analisis aspek-aspek dalam pengembangan produk bunga telang celup di Kabupaten Bondowoso dapat dilihat pada gambar 1

<p>Key Partners </p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pemerintah Daerah 2. Pemilik cafe dan resto 3. Komunitas 4. Akademisi 	<p>Key Activities </p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Produksi bunga telang celup 2. Penjualan 3. Promosi <p>Key Resources </p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Sumber Daya Alam (SDA) 2. Sumber Daya Manusia (SDM) 3. Bahan dan alat produksi 4. Tempat produksi 	<p>Value Proposition </p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Minuman herbal praktis 2. Minuman murni terbuat dari serbuk bunga telang 3. Produk lokal 	<p>Customer Relationship </p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pengetahuan pelanggan tentang kandungan produk 2. Kemudahan pelayanan 3. Membangun hubungan dengan konsumen 4. Menyediakan <i>customer service</i> (CS) <p>Channels </p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Penjualan langsung (<i>offline</i>) 2. Promosi melalui media sosial (<i>online</i>) 3. Penjualan di gerai atau outlet milik daerah 4. <i>Reseller</i> 5. <i>Delivery order</i> 	<p>Customer Segments </p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Masyarakat Kabupaten Bondowoso 2. Ibu Rumah Tangga (IRT) 3. Pemilik cafe dan resto di kabupaten bondowoso 4. Pelaku diet herbal 5. Penggemar teh herbal
<p>Cost Structure </p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Biaya operasional 2. Biaya tenaga kerja 3. Biaya lain-lain 		<p>Revenue Streams </p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Penjualan produk 2. Bantuan Pemerintah Daerah 		

Gambar 1. Model 1 *Business Model Canvas* (BMC)

Aspek-aspek yang telah dirumuskan dalam BMC Model 1 dinilai oleh pakar untuk selanjutnya dapat dilakukan pengujian dengan menggunakan perhitungan terhadap penilaian perbandingan multipartispipan atau disebut juga rata-rata geometrik (*geomean*) [7]. Penilaian Perbandingan Multipartispipan dilakukan untuk mengetahui nilai partisipasi dari partisipan dalam hal ini adalah mengetahui nilai partisipasi pakar yang terlibat dalam penilaian aspek-aspek pada masing-masing blok dalam BMC.

Penilaian terhadap setiap aspek pengembangan produk bunga telang celup di Kabupaten Bondowoso dilakukan dengan menggunakan skala likert dengan rentang 1 – 4, dengan keterangan : 1) Sangat tidak penting (skor = 1). 2) Tidak penting (skor = 2). Penting (skor = 3). Sangat Penting (skor = 4). Metode yang

digunakan untuk mendapatkan rata-rata dari nilai yang telah diberikan oleh ahli (*expert*) adalah *Geometric Mean*. Hasil penilaian multipartispipan dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Geomean Key Partnership

Aspek Pengembangan	E1	E2	E3	E4	E5	Geomean	Ket.
Pemerintah Daerah	3	4	4	4	4	3,78	V
Pemilik cafe dan resto	4	4	4	4	4	4,00	V
Komunitas	4	3	3	4	4	3,57	V
Akademisi	3	3	4	4	4	3,57	V
Pemerintah Daerah	3	4	4	4	4	3,78	V

Sumber: data diolah dari data primer

Penilaian perbandingan multipartisipan terhadap semua aspek pengembangan produk bunga telang celup pada blok Kemitraan Utama/*Key Partnership* memiliki nilai diatas 2,75 sehingga dapat diketahui bahwa semua aspek pengembangan pada blok ini valid.

Tabel 2. Geomean Key Activities

Aspek Pengembangan	E1	E2	E3	E4	E5	Geomean	Ket.
Produksi bunga telang celup	4	4	4	4	4	4,00	V
Penjualan	4	4	4	4	4	4,00	V
Promosi	4	4	4	4	4	4,00	V

Sumber: data diolah dari data primer

Penilaian perbandingan multipartisipan terhadap semua aspek pengembangan produk bunga telang celup pada blok Kegiatan Utama/*Key Activities* memiliki nilai diatas 2,75 sehingga dapat diketahui bahwa semua aspek pengembangan pada blok ini valid.

Pada Tabel 3, dapat diketahui bahwa penilaian perbandingan multipartisipan terhadap semua aspek pengembangan produk bunga telang celup pada blok Sumber Daya Utama/*Key Resources* memiliki nilai diatas 2,75 sehingga dapat diketahui bahwa semua aspek pengembangan pada blok ini valid.

Tabel 3. Geomean Key Resources

Aspek Pengembangan	E1	E2	E3	E4	E5	Geomean	Ket.
Sumber Daya Alam (SDA)	4	4	4	4	4	4,00	V
Sumber Daya Manusia (SDM)	4	4	4	4	4	4,00	V
Bahan dan alat produksi	4	4	4	4	4	4,00	V
Tempat produksi	4	4	4	4	4	4,00	V

Sumber: data diolah dari data primer

Tabel 4. Geomean Value Proposition

Aspek Pengembangan	E1	E2	E3	E4	E5	Geomean	Ket.
Minuman herbal praktis	4	4	4	4	4	4,00	V
Minuman murni terbuat dari serbuk bunga telang	4	4	4	4	4	4,00	V
Produk lokal	3	4	3	4	4	3,57	V

Sumber: data diolah dari data primer

Penilaian perbandingan multipartisipan terhadap semua aspek pengembangan produk bunga telang celup pada blok Proposisi Nilai/*Value Proposition* memiliki nilai diatas 2,75 sehingga dapat diketahui bahwa semua aspek pengembangan pada blok ini valid.

Tabel 5. Geomean Costumer Relationship

Aspek Pengembangan	E1	E2	E3	E4	E5	Geomean	Ket.
Pengetahuan pelanggan tentang kandungan produk	3	3	3	4	3	3,18	V
Kemudahan pelayanan	4	4	4	4	4	4,00	V
Membangun hubungan dengan konsumen	4	4	4	4	4	4,00	V
Menyediakan <i>costumer service</i> (CS)	4	4	4	4	4	4,00	V

Sumber: data diolah dari data primer

Penilaian perbandingan multipartisipan terhadap semua aspek pengembangan produk bunga telang celup pada blok Hubungan dengan Pelanggan/*Costumer Relationship* memiliki nilai diatas 2,75 sehingga dapat diketahui bahwa semua aspek pengembangan pada blok ini valid.



Tabel 6. Geomean Channels

Aspek Pengembangan	E1	E2	E3	E4	E5	Geomean	Ket.
Penjualan langsung (<i>offline</i>)	4	4	4	4	4	4,00	V
Promosi melalui media sosial (<i>online</i>)	4	4	4	4	4	4,00	V
Penjualan di gerai atau outlet milik daerah	4	3	4	4	4	3,78	V
Reseller	3	3	4	4	3	3,37	V
Delivery order	3	2	4	3	3	2,93	V

Sumber: data diolah dari data primer

Penilaian perbandingan multipartisipan terhadap semua aspek pengembangan produk bunga telang celup pada blok Saluran/*Channels* memiliki nilai diatas 2,75 sehingga dapat diketahui bahwa semua aspek pengembangan pada blok ini valid.

Tabel 7. Geomean Costumer Segments

Aspek Pengembangan	E1	E2	E3	E4	E5	Geomean	Ket.
Masyarakat Kab Bondowoso	4	4	4	4	4	4,00	V
Ibu Rumah Tangga	3	4	3	2	4	3,10	V
Pemilik cafe dan resto di Kab. Bondowoso	4	4	4	4	4	4,00	V
Pelaku diet	3	4	4	4	4	3,78	V
Penggemar teh herbal	4	4	4	4	4	4,00	V

Sumber: data diolah dari data primer

Penilaian perbandingan multipartisipan terhadap semua aspek pengembangan produk bunga telang celup pada blok Segmen Pelanggan/*Costumer Segments* memiliki nilai diatas 2,75 sehingga dapat diketahui bahwa semua aspek pengembangan pada blok ini valid.

Tabel 8. Geomean Cost Structure

Aspek Pengembangan	E1	E2	E3	E4	E5	Geomean	Ket.
Biaya operasional	4	4	4	4	4	4,00	V
Biaya tenaga kerja	4	4	4	4	4	4,00	V
Biaya lain-lain	4	4	4	4	4	4,00	V

Sumber: data diolah dari data primer

Penilaian perbandingan multipartisipan terhadap semua aspek pengembangan produk bunga telang celup pada blok Struktur Pembiayaan/*Cost Structure* memiliki nilai diatas 2,75 sehingga dapat diketahui bahwa semua aspek pengembangan pada blok ini valid.

Tabel 9. Geomean Revenue Stream

Aspek Pengembangan	E1	E2	E3	E4	E5	Geomean	Ket.
Biaya operasional	4	4	4	4	4	4,00	V
Biaya tenaga kerja	4	4	4	4	4	4,00	V
Biaya lain-lain	4	4	4	4	4	4,00	V

Sumber: data diolah dari data primer

Penilaian perbandingan multipartisipan terhadap semua aspek pengembangan produk bunga telang celup pada blok Arus Pendapatan / *Revenue Stream* memiliki nilai diatas 2,75 sehingga dapat diketahui bahwa semua aspek pengembangan pada blok ini valid.

Analisis lanjutan dilakukan untuk mengkonfirmasi pendapat pakar (*expert*) sebelumnya, aspek-aspek lain yang ditambahkan oleh pakar kedalam model atau aspek-aspek yang perlu dihapus dari model berdasarkan pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki oleh pakar selanjutnya digambarkan pada BMC Model 2 yang dapat dilihat pada Gambar 2.



<p>Key Partners </p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pemerintah Daerah 2. Pemilik cafe dan resto 3. Komunitas 4. Akademisi 5. Sekolah dan kampus 6. Pengusaha makanan dan minuman 	<p>Key Activities </p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Produksi bunga telang celup 2. Penjualan 3. Promosi 	<p>Value Proposition </p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Minuman Herbal Praktis 2. Murni Terbuat dari Serbuk Bunga Telang 3. Produk Lokal 4. Sertifikasi atau penjinan produk 	<p>Customer Relationship </p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pengetahuan pelanggan tentang kandungan produk 2. Kemudahan pelayanan 3. Membangun hubungan dengan konsumen 4. Menyediakan <i>customer service</i> (CS) 	<p>Customer Segments </p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Masyarakat Kabupaten Bondowoso 2. Ibu Rumah Tangga Pemilik Cafe dan Resto 3. Penggemar Teh Herbal 4. Masyarakat diluar Kabupaten Bondowoso
<p>Cost Structure </p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Biaya operasional 2. Biaya tenaga kerja 3. Biaya lain-lain 		<p>Revenue Streams </p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Penjualan produk 2. Bantuan Pemerintah Daerah 3. Investor 4. Bantuan dari Sekolah dan Perguruan Tinggi 		
<p>Key Resources </p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Sumber Daya Alam (SDA) 2. Sumber Daya Manusia (SDM) 3. Bahan dan alat produksi 4. Tempat produksi 5. Sumber Daya Modal/Biaya 		<p>Channels </p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Penjualan langsung (offline) 2. Promosi melalui media sosial (online) 3. Penjualan di gerai atau outlet milik daerah 4. Reseller 5. Delivery order 		

Gambar 2. Model 2 Business Model Canvas (BMC)

4. Kesimpulan

Model pengembangan bisnis dalam rangka mengembangkan usaha bunga telang celup di Kabupaten Bondowoso dengan menggunakan *Business Model Canvas* (BMC) adalah sebagai berikut :

- a. Blok kemitraan utama/*key partners* mencakup pemerintah daerah, pemilik cafe dan resto, komunitas, akademisi, sekolah dan kampus, serta pengusaha makanan dan minuman
- b. Blok kegiatan utama/*key activities* mencakup produksi yang cukup, penjualan, dan promosi
- c. Blok sumber daya utama/*key resources* mencakup Sumber Daya Alam (SDA), Sumber Daya Manusia (SDM), bahan dan alat produksi, tempat produksi, dan sumber daya modal/biaya yang baik perlu dipersiapkan untuk mampu menciptakan produk yang baik
- d. Blok proposisi nilai/*value proposition* mencakup minuman herbal praktis, minuman murni terbuat dari serbuk bunga telang, produk lokal, dan sertifikasi atau

- e. Blok hubungan dengan pelanggan/*customer relationship* mencakup pengetahuan pelanggan tentang kandungan produk, kemudahan pelayanan, membangun hubungan dengan konsumen, dan menyediakan *customer service* perlu dikembangkan dan ditingkatkan
- f. Blok saluran/*channels* mencakup penjualan langsung (offline), promosi melalui media sosial (online), penjualan di gerai atau outlet milik daerah, reseller, dan delivery order.
- g. Blok segmen pelanggan/*customer segments* mencakup masyarakat Kabupaten Bondowoso, Ibu Rumah Tangga (IRT), pemilik cafe dan resto yang ada di Kabupaten Bondowoso, penggemar teh herbal, dan masyarakat di luar Kabupaten Bondowoso
- h. Blok struktur pembiayaan/*cost structure* mencakup biaya operasional, biaya tenaga kerja, dan biaya lain-lain perlu diperhatikan dan diperhitungkan untuk menghindari kerugian selama proses produksi bunga telang celup

Blok arus pendapatan/*revenue stream* mencakup penjualan produk dan bantuan Pemerintah Daerah merupakan kegiatan yang berhubungan ketersediaan modal untuk produksi. Sehingga perlu dilakukan pengelolaan yang baik agar produksi tetap berjalan dan tidak menghadapi kendala dimasa yang akan datang.

5. Daftar Pustaka

- [1] B. P. S. Bondowoso, "Kabupaten Bondowoso Dalam Angka 2019," BPS Kabupaten Bond., pp. 1–396, 2019, [Online]. Available: <https://bondowosokab.bps.go.id/>
- [2] D. Pen, W. Ekspor, and E. Mei, "Manisnya Produk Minuman Herbal dan Organik," pp. 1–20, 2015.
- [3] I. W. Suarna and I. M. S. Wijaya, "Butterfly Pea (*Clitoria ternatea* L.: Fabaceae) and Its Morphological Variations in Bali," *J. Trop. Biodivers. Biotechnol.*, vol. 6, no. 2, p. 63013, Jun. 2021, doi: 10.22146/jtbb.63013.
- [4] P. K. Mukherjee, V. Kumar, N. S. Kumar, and M. Heinrich, "The Ayurvedic medicine *Clitoria ternatea*—From traditional use to scientific assessment," *J. Ethnopharmacol.*, vol. 120, no. 3, pp. 291–301, Dec. 2008, doi: 10.1016/j.jep.2008.09.009.
- [5] M. R. Suryana, "Ekstraksi Antosianin Pada Bunga Telang (*Clitoria Ternatea* L.): Sebuah Ulasan," *Pas. Food Technol. J.*, vol. 8, no. 2, pp. 45–50, 2021, doi: 10.23969/pftj.v8i2.4049.
- [6] A. Osterwalder and Y. Pigneur, *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. OSF, 2010. [Online]. Available: https://books.google.co.id/books/about/Business_Model_Generation.html?hl=id&id=Bjj8G3ttLWUC&redir_esc=y
- [7] R. Mohapatra, A. Yavar Jung Marg, R. P. Mohanty, and R. S. Dhalla, "Reengineering of Logistics Value Chain of a Petroleum Products Marketing Company-Formulation of a Performance Measurement System," *Proc. 2010 Int. Conf. Ind. Eng. Oper. Manag.*, pp. 190–196, 2010.

