

PENERAPAN *BUSINESS MODEL CANVAS* (BMC) PADA BISNIS PENGOLAHAN KAKAO KELOMPOK WANITA TANI DI DESA SUNGAI LANGKA, KECAMATAN GEDONG TATAAN, KABUPATEN PESAWARAN, KABUPATEN PESAWARAN

Implementation of The Business Model Canvas (BMC) in The Cocoa Processing Business of Women Farmer Group in Sungai Langka Village, Gedong Tataan Subdistricts, Pesawaran Regency

Sri Handayani¹⁾ dan Kusmaria^{2*)}

^{1,2)} Program Studi Pengelolaan Agribisnis Politeknik Negeri Lampung

* E-mail: kusmaria@polinela.ac.id

Diterima: 15 Juni 2023 | Direvisi: 01 Juli 2023 | Disetujui: 20 Agustus 2023

ABSTRACT

Cocoa (Theobroma cacao L) is one of Indonesia's leading export commodities which can be processed into various snacks and mixed food products. Pesawaran Regency is the largest cocoa producing district in Lampung with an area of 27,357 ha (BPS, 2023). The Women Farmers Group (KWT) of Sungai Langka Village, Gedong Tataan District, Pesawaran Regency carries out a cocoa processing business from most of the surrounding cocoa farmers. Business models can be useful in formulating business strategies. The aim of this research is to identify the application of the KWT cocoa processing business model. This research was conducted from June to November 2022. The data analysis method used was descriptive analysis through business model identification using the Business Model Canvas (BMC). Data was collected through interviews with all 22 KWT members. The research results show that there is an advantageous value element in processed cocoa products in the form of healthy food because it uses minimal chemicals and preservatives so it is good for health, has the advantage of supporting local wisdom and economic empowerment of cocoa farmers. This value can expand the consumer segment through partners who are key partnerships for the cocoa processing business, such as government agencies, academics and tourism awareness groups (pokdarwis). Channels for product sales are online and also through promotional events (exhibitions) and tourists who attend Sungai Langka Village and buy processed cocoa products as souvenirs. The key activities of the cocoa processing business are producing cocoa powder and processed cocoa through key resources that produce cocoa harvests from local farmers so that the cost structure is more efficient and increases the revenue stream.

Kata kunci: *Business Model Canvas, cocoa, woman farmer group*

ABSTRAK

Kakao (*Theobroma cacao L*) merupakan salah satu komoditas ekspor unggulan Indonesia yang dapat diolah menjadi berbagai makanan ringan dan campuran produk makanan. Kabupaten Pesawaran adalah kabupaten penghasil kakao terbesar di Lampung dengan luas areal sebesar 27.357 ha (BPS, 2023). Kelompok Wanita Tani (KWT) Desa Sungai Langka Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran melakukan bisnis pengolahan kakao dari sebagian besar petani kakao di sekitarnya. Model bisnis dapat bermanfaat dalam menyusun formulasi strategi bisnis. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi

penerapan model bisnis pengolahan kakao KWT tersebut. Penelitian ini dilakukan pada bulan Juni sampai dengan November tahun 2022. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif melalui identifikasi model bisnis menggunakan *Business Model Canvas (BMC)*. Pengumpulan data melalui wawancara dengan seluruh anggota KWT yang berjumlah sebanyak 22 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat keunggulan elemen *value* pada produk olahan kakao berupa makanan yang sehat karena minim dalam penggunaan bahan kimia dan pengawet sehingga baik untuk kesehatan, memiliki keunggulan untuk mendukung kearifan lokal dan pemberdayaan ekonomi petani kakao. *Value* tersebut dapat memperluas *consumer segment* melalui mitra yang menjadi *key partnership* bisnis olahan kakao seperti dinas, akademisi dan kelompok sadar wisata (pokdarwis). *Channel* dalam penjualan produk yaitu secara *online* dan juga melalui event promosi (pameran) dan para wisatawan yang hadir di Desa Sungai Langka dan membeli produk olahan kakao sebagai cendera mata. *Key activities* bisnis olahan kakao adalah memproduksi kakao bubuk dan kakao olahan melalui *key resources* yang memproduksi hasil panen kakao dari petani sekitar sehingga *cost structure* lebih efisien dan meningkatkan *revenue stream*.

Kata kunci: *Business Model Canvas (BMC)*, kakao, kelompok wanita tani

PENDAHULUAN

Kakao (*Theobroma cacao L*) adalah komoditas perkebunan yang menjadi komoditas unggul ekspor Indonesia ke beberapa negara seperti Amerika, Belanda, China, India dan Malaysia. Indonesia sendiri menjadi produsen kakao terbesar ketiga di dunia setelah Ghana dan Pantai Gading (Kusmaria et al., 2022). Provinsi Lampung adalah salah satu daerah penghasil biji kakao di Indonesia. Pada tahun 2020 Provinsi Lampung menduduki posisi ke 5 pengasil kakao terbesar di Indonesia dan posisi pertama di Sumatera. Produksi kakao Provinsi Lampung mencapai 56.586 ton pada tahun 2021 (BPS, 2023). Daerah sentra produksi kakao di Lampung terdapat di Kabupaten Pesawaran, Tanggamus, Lampung Selatan dan Lampung Timur dengan areal terluas di Kabupaten Pesawaran sebesar 27.357 ha (BPS, 2023).

Pengembangan bisnis kakao di Kabupaten Pesawaran masih menghadapi berbagai masalah kompleks antara lain rendahnya produktivitas kakao, mutu produk masih rendah, dan belum

optimalnya pengembangan produk hilir kakao. Persoalan mutu biji kakao yang rendah kerap mendapatkan konsekuensi berupa potongan harga, sehingga harga kakao yang diterima petani rendah dan berdampak pada rendahnya pendapatan petani kakao (Yormawi, 2018). Persoalan lainnya yaitu tingginya tingkat keasaman biji yang diikuti oleh cita rasa yang lemah, belum mantapnya konsistensi mutu dan khususnya masih ditemukannya biji-biji yang tidak terfermentasi sehingga diperlukan upaya pengolahan biji kakao dan memperbaiki kualitas biji kakao. Namun demikian, kakao Indonesia mempunyai keunggulan yaitu mempunyai titik leleh tinggi dan mengandung lemak kakao (Kusmiah et al., 2020).

Petani kakao di Lampung umumnya hanya menghasilkan biji kakao sementara itu produk kakao yang lebih dominan dihasilkan oleh industri pengolahan (Ibnu, 2022). Petani kakao di Lampung juga umumnya hanya sebagai penerima harga sedangkan penentu harga lebih banyak dikuasai oleh pedagang pengumpul (Rizal et al., 2017). Hal ini menjadi suatu

tantangan sekaligus peluang bagi petani perkebunan kakao rakyat maupun pengusaha bisnis kakao lokal untuk mengembangkan usaha dan meraih nilai tambah yang lebih besar dari agribisnis kakao.

Kegiatan usahatani kakao di Kabupaten Pesawaran melibatkan 42.727 KK/Rumah Tangga petani (BPP Pesawaran, 2022). Prospek bisnis kakao ke depan cukup menjanjikan mengingat semakin tingginya kebutuhan konsumsi kakao baik lokal maupun dunia sehingga pengembangan model bisnis Kelompok Wanita Tani Kakao sangat diperlukan. Bisnis olahan kakao dapat memperkuat pendapatan rumah tangga petani kakao karena kelompok wanita tani yang merupakan perkumpulan istri dari para petani kakao memiliki pendapatan lain yang dapat menyokong kesejahteraan petani kakao.

Adanya model bisnis dapat bermanfaat dalam menyusun formulasi strategi bisnis seperti dalam penelitian Priandita & Toha (2013) sehingga Kelompok Wanita Tani mampu mengatasi permasalahan yang timbul dikemudian hari pada bisnis kakao. *Business Model Canvas (BMC)* merupakan model bisnis oleh Osterwalder dan Pigneur yang memberikan model bisnis secara lebih mudah dan sederhana untuk menjadi alternative strategi usaha (Dewobroto, 2012). Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi penerapan model bisnis pengolahan kakao pada kelompok wanita tani di Desa Sungai Langka Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran

menggunakan *Business Model Canvas (BMC)*.

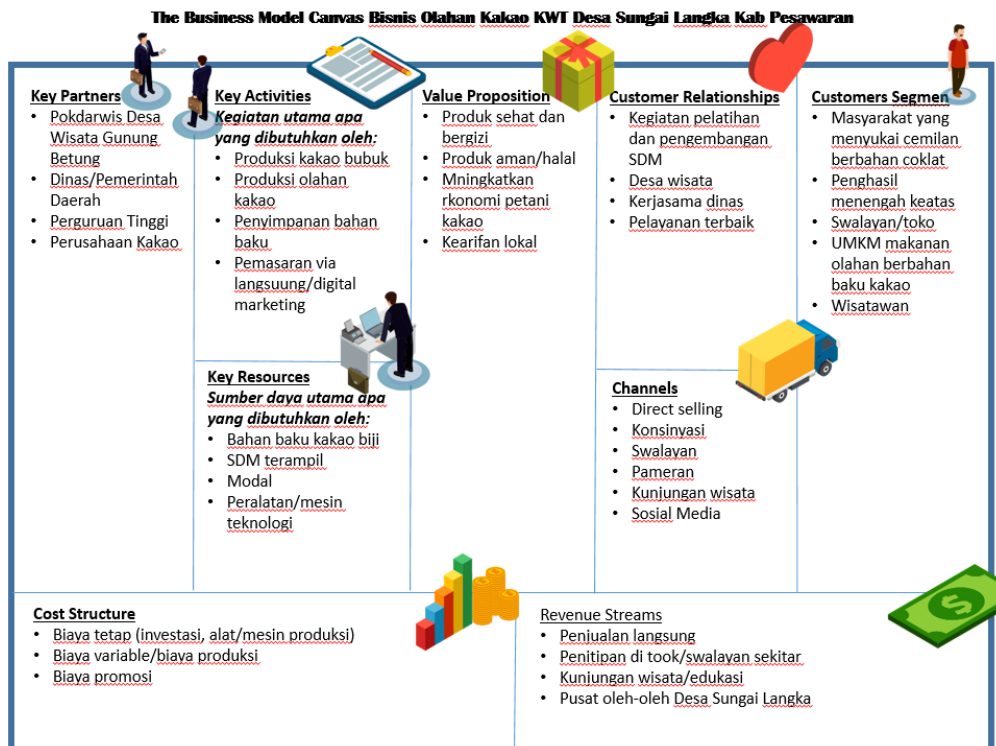
METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Desa Sugai Langka Kecamatan Gedong Tataan. Waktu penelitian dilakukan pada Juni sampai dengan November 2022. Data yang digunakan adalah data primer. Pengumpulan data dilakukan dengan metode survey (wawancara) pada seluruh anggota KWT (sensus) yang berjumlah sebanyak 22 orang.

Metode analisis data yang digunakan adalah dengan analisis deskriptif melalui identifikasi model bisnis menggunakan *Business Model Canvas (BMC)*. *Business Model Canvas (BMC)* ditampilkan melalui bentuk kanvas yang terdiri atas sembilan elemen yaitu *customer segment*, *value proposition*, *channel*, *customer relationship*, *revenue stream*, *key resources*, *key activity*, *key partnership* dan *cost structure* (Warnaningtyas, 2020).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identifikasi model bisnis pengolahan kakao pada kelompok wanita tani di Desa Sungai Langka Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran menggunakan *Business Model Canvas (BMC)* dilakukan dengan terlebih dahulu menyebarkan kuisioner pada responden anggota KWT. Berdasarkan hasil kuisioner dapat diidentifikasi penerapan *Business Model Canvas (BMC)* seperti pada gambar yang ada di bawah ini :



Gambar 1. *Business Model Canvas* (BMC) pada bisnis pengolahan kakao KWT Desa Sungai Langka Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran

Hasil analisisnya adalah sebagai berikut ini.

1. *Customer Segment*

Ostewarder dan Pigneur (2012) dalam Solihah et al., (2016) menyatakan bahwa pelanggan adalah hal utama dalam model bisnis. Perusahaan dapat membedakan pelanggannya menurut segmen yang berbeda sesuai dengan perilaku, kebutuhan serta atribut yang lain. Pasar sasaran produk olahan kakao adalah masyarakat yang menyukai makanan ringan berbahan baku coklat, berusia remaja dan dewasa, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) atau perusahaan yang menggunakan produk olahan kakao sebagai pencampur dalam kegiatan produksinya, serta wisatawan lokal yang berkunjung ke Desa Sungai Langka. Produk kakao KWT Sungai Langka juga memiliki keunggulan yakni tampilan produknya kekinian sehingga banyak disukai remaja meskipun merupakan produk olahan masyarakat lokal. Penelitian Solihah et al. (2016) juga memberikan hasil yang sejalan bahwa produk olahan ikan yang dikemas secara

menarik memberikan kecondongan pada anak-anak yang semula enggan untuk mengkonsumsi nutrisi berbahan baku ikan untuk dapat menerima produk olahan ikan tersebut sehingga menjadi segmen pasar yang baru.

2. *Value Propotion*

Value proportions adalah value (nilai) yang ingin ditawarkan dari perusahaan kepada konsumennya (Setjawibawa, 2015). Produk olahan coklat pada kelompok wanita tani Desa Sungai Langka memiliki kelebihan berupa produknya yang halal, pengolahannya yang meminimalisir penggunaan bahan-bahan kimia dan tanpa bahan pengawet sehingga baik untuk kesehatan. *Value* makanan sehat menjadi keunggulan produk olahan kakao KWT Sungai Langka karena selaras dengan gaya hidup konsumen saat ini yang lebih cenderung memiliki ketertarikan untuk mengkonsumsi makanan yang sehat dan minim dalam penggunaan zat kimia (Kusmaria et al., 2021). Kegiatan bisnis olahan kakao pada KWT Sungai Langka juga memiliki keunggulan sebagai salah

satu upaya mendukung kearifan lokal dan pemberdayaan ekonomi petani kakao. Konsumen yang membeli produk olahan kakao memiliki *value* yang artinya ikut membantu petani kakao dan mendukung kesejahteraan petani kakao di Desa Sungai Langka.

3. Channel

Channel merupakan media atau saluran yang digunakan oleh perusahaan dalam menyampaikan proposisi nilai perusahaan (Priska et al., 2015). Kelompok wanita tani Desa Sungai Langka dalam memasarkan produknya banyak menggunakan kegiatan pameran pada dinas atau instansi terkait yang sangat mendukung berkembangnya produk lokal, ada juga melalui *direct selling*, *reseller*, kunjungan wisata dan juga melalui sosial media. Pemilihan channel dapat menjadi kunci keberhasilan perusahaan seperti pada penelitian Setijawibawa (2015), yaitu perusahaan X yang memilih untuk menggunakan saluran *multi level marketing* (MLM) dalam mendistribusikan produknya karena *support system* yang tinggi pada *channel* tersebut.

4. Costumer Realtionship

Costumer relationship merupakan cara untuk mendefinisikan hubungan pelanggan dan perusahaan (Dewobroto, 2012). Produk olahan kakao oleh KWT Desa Sungai Langka memiliki keunggulan dalam hal *costumer relationship* berupa adanya respon secara langsung dari pelanggan produk olahan ini dikarenakan sebagian besar dari pelanggannya adalah pihak-pihak dinas/pemerintahan yang membina KWT tersebut.

5. Revenue Stream

Revenue stream menggambarkan aliran pendapatan yang masuk ke perusahaan (Fatricia & Sultan, 2019). Bisnis pengolahan kakao KWT Desa Sungai Langka memiliki keunggulan adanya penjualan langsung dan paket

wisata edukasi pengolahan kakao yang juga menjadi sarana sosialisasi proses pengolahan kakao kepada pelanggan, kedua aktivitas ini memberikan pendapatan yang diperoleh secara langsung dari pengunjung dan menjadi keunggulan bagi KWT Desa Sungai Langka. Jika aktivitas ini dioptimalkan maka akan menjadi sumber pendapatan yang spesifik bagi KWT Desa Sungai Langka.

6. Key Resource

Key resource merupakan adalah gambaran aset terpenting yang menentukan keberhasilan perusahaan dalam mengoperasikan model bisnis (Permana, 2013). Keunggulan bisnis pengolahan kakao KWT Sungai Langka adalah adanya kualitas bahan baku yang terjamin karena berasal dari kebun milik petani kakao lokal, selain itu SDM yang mengolah produk olahan kakao merupakan SDM yang terampil karena didampingi oleh perguruan tinggi/dinas sebagai pentransfer teknologi dan kegiatan produksi olahan kakao dilakukan secara kontinu sehingga persediaan produk dapat selalu terjaga.

7. Key Activities

Key activities adalah aktivitas utama yang menjadi model bisnis perusahaan (Dewobroto, 2012). Bisnis olahan kakao KWT Desa Sungai Langka memiliki aktivitas utama berupa produksi kakao bubuk, produksi olahan kakao, penyimpanan bahan baku yang kontinu, serta pemasaran hasil produknya yang dilakukan secara online maupun offline.

8. Key Partnership

Key partnership adalah mitra perusahaan yang menjadi jaringan pemasok dan mitra model bisnis perusahaan (Hartatik & Baroto, 2017). KWT Desa Sungai Langka memiliki banyak *key partnership* yang merupakan mitra kerjasamanya yaitu kelompok sadar wisata (pokdarwis), perguruan tinggi, dinas kabupaten/kota terkait dan

UKM/perusahaan yang membutuhkan produk olahan kakao sebagai bahan pencampur produknya. Keempat elemen ini yang membuat jangkauan pasar bisnis olahan kakao KWT Sungai Langka menjadi luas.

9. Cost Structure

Cost Structure merupakan semua kegiatan operasional perusahaan yang membutuhkan banyak biaya untuk menjalankan bisnis yang dikelola oleh perusahaan Wardana (2014) dalam Sukarno & Ahsan (2021). Elemen biaya produksi pada bisnis olahan kakao KWT Desa Sungai Langka terdiri atas biaya produksi, biaya tenaga kerja dan biaya promosi. Kegiatan promosi yang berupa keikutsertaan dalam ajang festival atau pameran menjadi elemen biaya terbesar yang menyusun struktur biaya pada bisnis olahan kakao.

SIMPULAN DAN SARAN

Penerapan *business model canvas* (BMC) dapat membantu bisnis dalam mengembangkan bisnisnya berdasarkan pemetaan sembilan elemen dalam bisnis canvas. Produk olahan kakao KWT Desa Sungai Langka Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran memiliki keunggulan *value* berupa makanan yang sehat karena minim dalam penggunaan bahan kimia dan pengawet sehingga baik untuk kesehatan, serta produk ini memiliki keunggulan dalam rangka mendukung kearifan lokal dan pemberdayaan ekonomi petani kakao. Keunggulan ini dapat memperluas *consumer segment* sehingga pasar produk olahan kakao dapat lebih berkembang. *Key activities* bisnis olahan kakao adalah memproduksi kakao bubuk dan kakao olahan melalui *key resources* yang memproduksi produk kakao dari petani sekitar. *Cost structure* bisnis olahan kakao dapat lebih efisien karena bahan baku

diperoleh dari hasil pertanian petani masyarakat di desa tersebut.

Mitra yang menjadi *key partnership* bisnis olahan kakao adalah dinas, akademisi dan kelompok sadar wisata (pokdarwis) yang banyak memberikan *channel* dalam penjualan produk secara *online*, melalui event promosi (pameran) dan para wisatawan yang hadir di Desa Sungai Langka dan membeli produk olahan kakao sebagai cendera mata. Mitra tersebut patut dijaga karena sebagai *costumer relationship* pada bisnis olahan kakao yang ikut mendukung aliran pendapatan atau *revenue stream* bisnis olahan kakao sekaligus keunggulan karena hasil olahan kakao yang dipasarkan memberikan harga yang layak bagi produsen dalam hal ini KWT Desa Sungai Langka.

Adanya rancangan *business model canvas* (BMC) pada KWT Desa Sungai Langka Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran yang memetakan keunggulan pada kegiatan bisnis olahan kakao dapat menjadi strategi bagi perusahaan dalam menghadapi masalah dan kendala dimasa yang akan datang.

REFERENSI

- BPS. (2023). *Provinsi Lampung Dalam Angka*.
- Dewobroto, W. S. (2012). Penggunaan Business Model Canvas Sebagai Dasar Untuk Menciptakan Alternatif Strategi Bisnis Dan Kelayakan Usaha. *Jurnal Teknik Industri*, 2(3), 215–230. <https://doi.org/10.25105/jti.v2i3.7032>
- Patricia, W., & Sultan, M. A. S. (2019). Implementasi Bisnis Model Kanvas dalam Perancangan Manajemen Bisnis Aplikasi JASKOST. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 10(1), 93–100. <https://doi.org/10.17509/jimb.v10i1.15338>

- Hartatik, H., & Baroto, T. (2017). Strategi Pengembangan Bisnis Dengan Metode Business Model Canvas. *Jurnal Teknik Industri*, 18(2), 113–120.
<https://doi.org/10.22219/jtiumm.vol18.no2.113-120>
- Ibnu, M. (2022). Mencapai Produksi Kakao Berkelanjutan di Indonesia. *Jurnal AgribiSains ISSN*, 8(2), 22–33.
- Kusmaria, K., Fitri, A., Sudiyo, S., & Anggraini, D. (2021). Analisis Kelayakan Usaha Sayuran Selada (*Lactuca Sativa*, L) Hidroponik di PT XX Kabupaten Tanggamus, Provinsi Lampung. *Jurnal Agrimanex: Agribusiness, Rural Management, and Development Extension*, 2(1), 85–90.
<https://doi.org/10.35706/agrimanex.v2i1.6083>
- Kusmaria, Zukryandry, Fitri, A., Anggraini, D., & Budiarti, L. (2022). Bimtek Pengolahan, Pengemasan dan Pemasaran Biji Kakao di Desa Padang Cermin Kabupaten Pesawaran Provinsi Lampung. *Jurnal Pengabdian Mandiri*, 1(6), 993–998.
- Kusmiah, N., Fitrianti, F., & Yamin, M. A. (2020). Sifat Fisik Buah Kakao (*Theobroma cacao* .L) Terhadap Pengaplikasian Teknik Sambung Samping. *AGROVITAL : Jurnal Ilmu Pertanian*, 5(2), 74.
<https://doi.org/10.35329/agrovital.v5i2.1743>
- Permana, D. J. (2013). Analisis Peluang Bisnis Media Cetak Melalui Pendekatan Bisnis Model Canvas untuk Menentukan Strategi Bisnis Baru. *Faktor Exacta*, 6(4), 309–319.
https://journal.lppmunindra.ac.id/index.php/Faktor_Exacta/article/view/242
- Priandita, A., & Toha, M. (2013). Business Strategy Formulation Using Business Model Case Study: PT. Kartina Tri Satria. *Indonesian Journal of Business Administration*, 2(1), 68–75.
- Priska, L., Harjanti, D., Bisnis, P. M., Manajemen, P. S., Petra, U. K., & Siwalankerto, J. (2015). Strategi Pengembangan Bisnis pada Depot Selaris dengan Pendekatan Business Model Canvas. *Jurnal Agora*, 3(2), 292–301.
- Rizal, R. K., Hasyim, A. I., & Situmorang, S. (2017). Kelayakan Ekonomi Dan Pemasaran Kakao Di Kabupaten Lampung Selatan. *Jiia*, 5(4), 368–375.
- Setijawibawa, M. (2015). Pengembangan Bisnis Pada Depot Dahlia Menggunakan Business Model Canvas. *Agora*, 3(2), 305–313.
- Solihah, E., Hubeis, A. V. S., & Maulana, A. (2016). Analisis Model Bisnis Pada Knm Fish Farm Dengan Pendekatan Business Model Canvas (Bmc). *Jurnal Sosial Ekonomi Kelautan Dan Perikanan*, 9(2), 185–194.
<https://doi.org/10.15578/jsekp.v9i2.1220>
- Sukarno, B. R., & Ahsan, M. (2021). Implementasi Strategi Pengembangan Bisnis Dengan Business Model Canvas. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, 4(2), 51–61.
<https://doi.org/10.15642/manova.v4i2.456>
- Warnaningtyas, H. (2020). Desain Bisnis Model Canvas (BMC) Pada Usaha Batik Kota Madiun. *Jurnal Manajemen Ilmu Kreatif Dan Bisnis*, 9(2), 52–65.
<http://ekomaks.unmermadiun.ac.id/index.php/ekomaks>
- Yormawi, I. (2018). Analysis Of Social Economic Factors Affecting Cocoa Farmer Income In Pasapa Village , Budong-Budong Sub-District , Central Mamuju District , West Sulawesi Province. *La Geografia*, 16(1), 6–19.
- BPS. (2023). *Provinsi Lampung Dalam Angka*.

- Dewobroto, W. S. (2012). Penggunaan Business Model Canvas Sebagai Dasar Untuk Menciptakan Alternatif Strategi Bisnis Dan Kelayakan Usaha. *Jurnal Teknik Industri*, 2(3), 215–230.
<https://doi.org/10.25105/jti.v2i3.7032>
- Fatricia, W., & Sultan, M. A. S. (2019). Implementasi Bisnis Model Kanvas dalam Perancangan Manajemen Bisnis Aplikasi JASKOST. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 10(1), 93–100.
<https://doi.org/10.17509/jimb.v10i1.15338>
- Hartatik, H., & Baroto, T. (2017). Strategi Pengembangan Bisnis Dengan Metode Business Model Canvas. *Jurnal Teknik Industri*, 18(2), 113–120.
<https://doi.org/10.22219/jtiumm.vol18.no2.113-120>
- Ibnu, M. (2022). Mencapai Produksi Kakao Berkelanjutan di Indonesia. *Jurnal AgribiSains ISSN*, 8(2), 22–33.
- Kusmaria, K., Fitri, A., Sudiyo, S., & Anggraini, D. (2021). Analisis Kelayakan Usaha Sayuran Selada (*Lactuca Sativa*, L) Hidroponik di PT XX Kabupaten Tanggamus, Provinsi Lampung. *Jurnal Agrimanex: Agribusiness, Rural Management, and Development Extension*, 2(1), 85–90.
<https://doi.org/10.35706/agrimanex.v2i1.6083>
- Kusmaria, Zukryandry, Fitri, A., Anggraini, D., & Budiarti, L. (2022). Bimtek Pengolahan, Pengemasan dan Pemasaran Biji Kakao di Desa Padang Cermin Kabupaten Pesawaran Provinsi Lampung. *Jurnal Pengabdian Mandiri*, 1(6), 993–998.
- Kusmiah, N., Fitrianti, F., & Yamin, M. A. (2020). Sifat Fisik Buah Kakao (*Theobroma cacao* .L) Terhadap Pengaplikasian Teknik Sambung Samping. *AGROVITAL : Jurnal Ilmu Pertanian*, 5(2), 74.
<https://doi.org/10.35329/agrovital.v5i2.1743>
- Permana, D. J. (2013). Analisis Peluang Bisnis Media Cetak Melalui Pendekatan Bisnis Model Canvas untuk Menentukan Strategi Bisnis Baru. *Faktor Exacta*, 6(4), 309–319.
https://journal.lppmunindra.ac.id/index.php/Faktor_Exacta/article/view/242
- Priandita, A., & Toha, M. (2013). Business Strategy Formulation Using Business Model Case Study: PT. Kartina Tri Satria. *Indonesian Journal of Business Administration*, 2(1), 68–75.
- Priska, L., Harjanti, D., Bisnis, P. M., Manajemen, P. S., Petra, U. K., & Siwalankerto, J. (2015). Strategi Pengembangan Bisnis pada Depot Selaris dengan Pendekatan Business Model Canvas. *Jurnal Agora*, 3(2), 292–301.
- Rizal, R. K., Hasyim, A. I., & Situmorang, S. (2017). Kelayakan Ekonomi Dan Pemasaran Kakao Di Kabupaten Lampung Selatan. *Jiia*, 5(4), 368–375.
- Setijawibawa, M. (2015). Pengembangan Bisnis Pada Depot Dahlia Menggunakan Business Model Canvas. *Agora*, 3(2), 305–313.
- Solihah, E., Hubeis, A. V. S., & Maulana, A. (2016). Analisis Model Bisnis Pada Knm Fish Farm Dengan Pendekatan Business Model Canvas (Bmc). *Jurnal Sosial Ekonomi Kelautan Dan Perikanan*, 9(2), 185–194.
<https://doi.org/10.15578/jsekp.v9i2.1220>
- Sukarno, B. R., & Ahsan, M. (2021). Implementasi Strategi Pengembangan Bisnis Dengan Business Model Canvas. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, 4(2), 51–61.
<https://doi.org/10.15642/manova.v4i2.456>
- Warnaningtyas, H. (2020). Desain Bisnis Model Canvas (BMC) Pada Usaha Batik Kota Madiun. *Jurnal Manajemen Ilmu Kreatif Dan Bisnis*,

9(2), 52–65.
<http://ekomaks.unmermadiun.ac.id/index.php/ekomaks>

- Yormawi, I. (2018). Analysis Of Social Economic Factors Affecting Cocoa Farmer Income In Pasapa Village , Budong-Budong Sub-District , Central Mamuju District , West Sulawesi Province. *La Geografia*, 16(1), 6–19.