



Analisis Mitra Utama dan Aktivitas Utama dalam Model (BMC) pada Usaha Dodol Monas Jaya Dikelurahan Allepolea Kecamatan Lau Kabupaten Maros

Analisis of Main Partners and Main Activities in The (BMC) Model in The Dodol Monas Jaya Business in Allepolea Village, Lau Distric, Maros Regency

Syahrini Afriani¹⁾, Azisah²⁾, Mohammad Anwar Sadat³⁾

syahriniafriyani@gmail.com, 42154h@umma.ac.id,
moh.anwarsadat19@gmail.com.

^{1),2),3)}Fakultas Pertanian, Peternakan, dan Kehutanan
Universitas Muslim Maros

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan: untuk menganalisis model bisnis usaha dodol di Maros dengan menggunakan pendekatan *Business Model Canvas* (BMC). Dengan mengadopsi BMC, penelitian ini mengeksplorasi elemen-elemen kunci seperti segmen pelanggan, proposisi nilai, saluran distribusi, hubungan pelanggan, sumber daya utama, aktivitas utama, mitra kunci, serta struktur biaya dan aliran pendapatan. Metode penelitian ini melibatkan wawancara mendalam dengan pemilik usaha dodol serta pengamatan langsung terhadap proses pembuatan penerapan *Business Model Canvas* (BMC). Hasil analisis menunjukkan bahwa usaha dodol di Maros memiliki proposisi nilai kompetitif melalui penggunaan bahan baku lokal berkualitas tinggi dan inovasi rasa yang unik. Saluran distribusi yang efektif. Hubungan pelanggan yang dibangun melalui pelayanan yang baik sehingga mendatangkan loyalitas pelanggan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pemanfaatan *Business Model Canvas* (BMC) sebagai alat strategis dapat membantu pelaku usaha dodol dalam merumuskan strategi yang lebih terarah untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan bisnis di pasar oleh-oleh lokal.

Kata Kunci: Analisis Mitra Utama dan Akttivitas Utama dalam Model (BMC), Usaha dodol Monas jaya, Analisis Model Bisnis.

ABSTRACT

This study aims to analyze the business model of the dodol business in Maros using the Business Model Canvas (BMC) approach. By adopting the BMC, this study explores key elements such as customer segments, value propositions, distribution channels, customer relationships, key resources, key activities, key partners, and cost structures and revenue streams. This research method involved in-depth interviews with dodol business owners and direct observation of the manufacturing process using the Business Model Canvas (BMC). The analysis shows that the dodol business in Maros has a competitive value proposition through the use of high-quality local raw materials and unique flavor innovations. Effective distribution channels are utilized. Customer relationships are built through good service, thus fostering customer loyalty. This study concludes that utilizing the Business Model Canvas (BMC) as a strategic

tool can help dodol entrepreneurs formulate more targeted strategies to increase competitiveness and business sustainability in the local souvenir market.

Keywords: *Analysis of Key Partners and Key Activities in the Model (BMC), Monas Jaya dodol Business, Business Model Analysis.*

PENDAHULUAN

Business Model Canvas (Kanvas Model Bisnis). Ini adalah alat strategis manajemen yang membantu organisasi, baik yang sudah berdiri maupun *startup*, untuk mendokumentasikan, merancang, dan menganalisis model bisnis mereka. Diciptakan oleh Alexander Osterwalder dan Yves Pigneur (pertama kali dipublikasikan secara luas dalam buku mereka *Business Model Generation* pada tahun 2010. (Osterwalder et al., 2010).

Pemerintah di era saat ini mulai fokus memberikan perhatian kepada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu kegiatan yang meningkatkan pertumbuhan, pergerakan, serta pembangunan ekonomi. UMKM memiliki kontribusi yang sangat besar dalam perekonomian di Indonesia. Agar tetap dapat bersaing dengan perubahan lingkungan yang cepat utamanya perkembangan technology informasi di era 4.0, maka dibutuhkan inovasi model bisnis bagi UMKM (Subardjo & Rahmawati, 2022).

Menumbuhkan jiwa usaha tentunya bukan hal yang mudah namun tidak memerlukan keahlian khusus, Jiwa usaha adalah pendorong utama bagi seorang wirausaha untuk selalu produktif dan berinovasi guna menciptakan peluang usaha yang lebih menguntungkan. Dalam konteks bisnis, merupakan kegiatan penyediaan jasa atau barang untuk mendapatkan laba, dalam bisnis para pelaku usaha berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. UMKM juga berkontribusi signifikan terhadap produk domestik bruto (PDB), menciptakan banyak lapangan pekerjaan, dan merupakan tulang punggung ekonomi di berbagai daerah. Saat ini, Maka dibutuhkan dorongan untuk bertransformasi dengan memanfaatkan teknologi dan inovasi. Konsep model bisnis canvas ini menggambarkan pemikiran dasar mengenai bagaimana organisasi menciptakan, memberikan dan menangkap nilai serta menjelaskan bagaimana perusahaan berinteraksi dengan pemasok, mitra kerja, dan pelanggan. Dapat menilai model bisnis secara reguler merupakan aktivitas penting dalam manajemen yang memungkinkan organisasi mengevaluasi posisi pasarnya

sehingga dapat memperbaiki model bisnisnya secara bertahap. Salah satu model bisnis yang mudah digunakan oleh *stakeholder* untuk memetakan, menganalisis dan mendiskusikan situasi perusahaan dengan cepat adalah bisnis model canvas yang merupakan gambaran logis bagaimana perusahaan menciptakan, menghantarkan, dan memvisualisasikan suatu model bisnis melalui penggambaran elemen inti dalam suatu bisnis lain (Pravitasi, 2013).

Usaha produk di Indonesia mencakup berbagai jenis dan kategori, salah satunya adalah makanan yang diolah yaitu dodol merupakan salah satu produk olahan lokal yang terkenal di Sulawesi Selatan, khususnya di daerah Maros. Dodol monas jaya maros adalah salah satu usaha yang bergerak dibidang Dengan karakteristik unik dan cita rasa yang khas, dodol maros monas jaya adalah salah satu usaha yang bergerak dibidang pembuatan dodol. Dodol memiliki potensi yang signifikan di pasar kuliner, namun di tengah persaingan yang semakin ketat baik dari produk lokal maupun modern dibutuhkan cara yang tepat. Salah satunya penggunaan Bisnis Model Canvas (BMC), menjadi sangat penting. Di karenakan Bisnis Model Canvas (BMC) memberikan gambaran menyeluruh tentang semua elemen yang mempengaruhi usaha dodol Maros Monas jaya. Dengan menganalisis komponen-komponen Bisnis Model Canvas (BMC) (seperti segmen pelanggan, proposisi nilai, saluran distribusi, dll.), pemilik usaha dapat memahami dengan lebih baik bagaimana Bisnis mereka beroperasi dan area mana yang perlu diperbaiki. Usaha dodol Maros monas jaya dapat mengidentifikasi segmen pelanggan yang spesifik misalnya, wisatawan, masyarakat lokal, atau pecinta kuliner tradisional. Pemahaman tentang siapa pelanggan mereka memungkinkan untuk menciptakan strategi pemasaran yang lebih efektif dan personal.

Bisnis Model Canvas (BMC), memungkinkan usaha dodol Monas jaya untuk merumuskan strategi distribusi yang lebih baik, termasuk penjualan langsung, platform online, atau melalui event kuliner. Dengan memahami saluran yang paling efektif untuk menjangkau pelanggan, usaha ini dapat meningkatkan aksesibilitas produk mereka. Pasar kuliner sering kali berubah dengan cepat Menggunakan BMC, pemilik usaha dapat dengan mudah mengidentifikasi area yang perlu disesuaikan atau diubah dalam model bisnis ini membantu usaha dodol Maros tetap relevan dan responsif terhadap tren pasar dan kebutuhan konsumen yang dinamis dan secara keseluruhan, tujuan penelitian dan potensi kontribusi bagi pelaku usaha dodol sangat

saling terkait. Penelitian yang komprehensif tidak hanya membantu pelaku usaha memahami pasar dan pelanggan mereka lebih baik, tetapi juga menyediakan alat dan strategi untuk meningkatkan posisi dan kinerja Bisnis mereka. Dengan demikian, pelaku usaha akan lebih siap menghadapi tantangan dan meraih peluang yang ada dalam industri kuliner, khususnya di segmen produk dodol monas jaya maros.

METODE PENELITIAN

Tempat dan waktu penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kelurahan Allepolea Kecamatan Lau, Kabupaten Maros yang menjadi satu-satunya lokasi pembuatan dodol yang cukup banyak, adapun waktu penelitian dimulai pada bulan April sampai Juli 2025.

Metode penentuan sampel

Purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel *non-probabilitas* di mana peneliti memilih unit *sampling* (individu, kasus, peristiwa) berdasarkan pertimbangan atau penilaian mereka bahwa unit tersebut paling sesuai dengan tujuan penelitian. Metode ini sangat cocok untuk penelitian kualitatif, di mana peneliti membutuhkan informasi mendalam dari individu atau kelompok yang memiliki karakteristik atau pengalaman spesifik yang relevan dengan topik penelitian.

Dalam penelitian ini penyusun hanya memilih satu responden kunci (*key informant*) yang paling relevan, yaitu Pemilik usaha produk dodol dari Hj Rahmat Mugiono. responden ini dipilih karena memiliki kriteria, misalnya: pengalaman kerja minimal 10 tahun dan peran strategis dalam pengambilan keputusan.

Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan yaitu meliputi data kualitatif yang di sajikan dalam bentuk kata verbal bukan dalam bentuk angka, yang termaksud data kualitatif dalam penelitian ini yaitu gambaran objek penelitian. sedangkan sumber data yang digunakan yaitu data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang di peroleh dengan wawancara secara langsung dan pengisian kusioner dengan pemilik usaha dan konsumen Dodol Monas Jaya. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah dokumen-dokumen resmi, buku-buku, dan hasil-hasil penelitan.

Teknik Pengumpulan Data

- a. Wawancara
Berinteraksi secara langsung antara peneliti dan responden untuk memperoleh informasi terkait mitra utama dan aktivitas utama pada pelaku usaha dodol.
- b. Observasi
Dilakukan secara partisipatif dengan mengamati langsung proses kerja, serta aktivitas-aktivitas pelaku usaha dodol di lapangan.
- c. Dokumentasi
mengumpulkan data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa tulisan, gambar, transkrip buku, jurnal, dan sumber tertulis lain yang relevan sebagai data sekunder.
- d. kuesioner
Digunakan untuk memperoleh data primer yang berisikan pertanyaan penelitian yang telah disusun.

Analisis Data

Analisa data merupakan rangkaian penting dalam proses penelian. Analisis data adalah pembaruan dari model analisis data kualitatif interaktif menunjukkan adanya penyempurnaan dan penambahan fokus, khususnya dalam aspek pengkodean (*coding*) data kualitatif. data yang telah ada dapat diberikan makna dan nilai yang berguna dalam memecahkan masalah penelitian. (Miles, M.B., Huberman, A.M., & Saldaña, 2014).

Dalam penelitian ini, daftar pertanyaan dalam kuesioner disusun dengan langkah-langkah berikut: (Imfrianti Augtiah, Muhammad Yusuf Ariyadi, Rauhulloh Ayatulloh Khomeini Bintang, 2023)

- 1) Membagi kelompok pertanyaan menjadi sembilan elemen model Canvas bisnis yaitu Segmen Pelanggan, Proposisi Nilai, Saluran, Hubungan Pelanggan, Aliran Pendapatan, dan Sumber Daya Utama. Aktivitas Utama (*Key Activities*), Kemitraan Utama (*Main Partnership*), Struktur Biaya (*Cost Structure*).
- 2) Memberikan kode pada setiap variabel, yaitu Segmen Pelanggan (CS), Proposisi Nilai (VP), Saluran (CH), Hubungan Pelanggan (CR), Aliran Pendapatan (RS), Sumber Daya Utama (KS), Aktivitas Utama (KA), Kemitraan Utama (KP), Struktur Biaya (CS).

- 3) Setiap elemen BMC akan dijelaskan dalam 5 pertanyaan yang akan diberikan kolom jawaban tertutup (Ya/Tidak).
- 4) Kemudian, dari semua jawaban, jumlah jawaban Ya dan Tidak akan dihitung dengan total 5 pertanyaan x 9 elemen BMC.

Analisa yang digunakan dalam penelitian kualitatif dengan prosedur sebagai berikut:

a. Kondensasi Data (*Data Condensation*) - Dahulu Reduksi Data:

Dalam edisi 2014, istilah "reduksi data" diganti dengan "kondensasi data". Pergantian istilah ini bukan sekadar perubahan nama, melainkan merefleksikan nuansa yang sedikit berbeda. (Miles, M.B., Huberman, A.M., & Saldaña 2014) berpendapat bahwa "reduksi" bisa menyiratkan hilangnya sesuatu yang penting, sementara "kondensasi" lebih menekankan pada proses pemadatan, pemilihan, pemfokusan, penyederhanaan, pengabstraksian, dan transformasi data mentah tanpa kehilangan esensi informasinya.

b. Penyajian Data (*Data Display*):

Tahap ini tetap berfokus pada penyusunan informasi yang terorganisir agar peneliti dapat melihat pola, hubungan, dan tema. Penyajian data dapat berupa matriks, grafik, bagan, jaringan, atau narasi yang terstruktur. Edisi 2014 memperkuat ide bahwa penyajian data yang efektif adalah jembatan penting antara data mentah dan penarikan kesimpulan.

c. Penarikan Kesimpulan/Verifikasi (*Conclusion Drawing/Verification*):

Pada tahap ini, peneliti mulai menarik makna, mengidentifikasi keteraturan, pola, kemungkinan alur sebab-akibat, dan proposisi dari data. Kesimpulan yang ditarik bersifat tentatif di awal dan terus diverifikasi (diuji kebenaran, kekokohan, dan kecocokannya) sepanjang proses penelitian. (Miles, M.B., Huberman, A.M., & Saldaña 2014) menyatakan bahwa penggunaan data kualitatif sangat fleksibel dan tidak terbatas pada teks naratif saja.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Mitra Utama dan Aktivitas Utama Dodol Monas Jaya

Analisis mitra utama dan aktivitas Utama dalam model (*BMC*) pada usaha dodol Monas Jaya dapat dilihat dari hasil wawancara yang mencakup pertanyaan dua blok

dalam bisnis model canvas dan pertanyaan yang mendukung lainnya. hasil wawancara tersebut dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 1. Mitra Utama Dan Aktivitas Utama (BMC) Usaha Dodol Monas Jaya

Key Partners	Key Activies
<p>(kemitraan utama)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Petani kelapa • Petani aren • Tengkulak (pedagang) 	<p>(Aktivitas utama)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pembelian bahan baku • Pembuatan dodol • Pengemasan dodol • Distribusi dodol

Sumber: Data primer setelah diolah, 2025.

B. Mitra Utama (*Key Partners*)

Analisis terhadap Mitra Utama Dodol Monas Jaya mengungkapkan beberapa entitas yang memiliki peran krusial dalam mendukung operasional dan pengembangan usaha. Mitra utama adalah pihak-pihak yang diperlukan untuk mendukung bisnis agar dapat berjalan dengan efektif, efisien, dan berkelanjutan. Usaha Dodol Monas Jaya memiliki kemitraan utama dengan para petani kelapa dan aren serta para tengkulak. dengan adanya kemitraan ini usaha dodol Monas Jaya mendapatkan suplai bahan baku yang dibutuhkan dan cukup untuk melakukan pembuatan dodol. kebutuhan akan gula aren disuplai langsung oleh petani aren dari wilayah sinjai dan Tompobulu sedangkan untuk suplai kelapa didapatkan langsung dari wilayah Pinrang dan Polewali Mamasa. selain itu kemitraan utama kedua yang dimiliki oleh usaha dodol Monas Jaya adalah tengkulak.

Menurut (Osterwalder & Pigneur 2012), perusahaan menjalin kerjasama untuk beberapa alasan dan jalinan kerjasama menjadi landasan dari beberapa model bisnis. perusahaan membuat aliansi untuk mengoptimalkan model bisnisnya, mengurangi resiko, atau memperoleh sumber daya.

1. Pemasok Bahan Baku (Kelapa, Gula Merah, Beras dan ketan)

Dodol Monas Jaya sangat bergantung pada pasokan bahan baku berkualitas tinggi seperti kelapa segar, gula merah, beras ketan, dan bumbu-bumbu alami lainnya. Pemasok bahan baku umumnya berasal dari petani lokal atau pedagang di pasar tradisional sekitar Maros.

Ketersediaan dan kualitas bahan baku secara langsung memengaruhi kualitas produk akhir dodol. Kemitraan yang baik dengan pemasok lokal memastikan pasokan yang stabil, harga yang kompetitif, dan kesegaran bahan baku. Hubungan yang kuat dengan pemasok juga dapat meminimalkan risiko fluktuasi harga dan kelangkaan bahan baku. Keberlanjutan kemitraan ini penting untuk menjaga standar rasa dan kualitas Dodol Monas Jaya yang telah dikenal konsumen.

2. Pedagang Oleh-oleh/Toko Retail:

Dodol Monas Jaya mendistribusikan produknya melalui beberapa pedagang oleh-oleh dan toko retail di wilayah Maros dan sekitarnya. Mitra ini berperan sebagai saluran distribusi utama yang menjangkau konsumen lebih luas, terutama wisatawan atau pembeli oleh-oleh. Kemitraan dengan toko-toko ini memperluas jangkauan pasar tanpa perlu Dodol Monas Jaya membuka banyak cabang fisik. Kerjasama yang saling menguntungkan ini melibatkan pembagian keuntungan atau sistem konsinyasi, yang sangat membantu dalam meningkatkan volume penjualan dan brand awareness.

B. Aktivitas Utama (Key Activities)

Menurut (Osterwalder & Pigneur 2012), *Key Activities* Merupakan kegiatan-kegiatan utama yang dilakukan organisasi atau perusahaan agar menghasilkan nilai tambah dengan baik. setiap model bisnis memiliki aktivitas- aktivitas Utama. aktivitas utama Dodol Monas Jaya mencakup seluruh proses krusial yang harus dilakukan untuk menghasilkan dan mendistribusikan produk dodol kepada konsumen. Aktivitas ini merupakan inti dari model bisnis dan menjadi penentu keberhasilan usaha.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dapat diketahui bahwa Usaha dodol Monas Jaya memiliki 4 aktivitas utama meliputi pembelian bahan baku, proses pembuatan, pengemasan dan distribusi dodol. Aktivitas pembelian bahan baku di lakukan pemilik dengan berkomunikasi langsung dengan petani atau tengkulak guna mendapatkan bahan baku yang dibutuhkan, aktivitas selanjutnya adalah proses pembuatan dodol, Tugas ini dikerjakan oleh beberapa karyawan mulai dari pengupasan, pembersihan, pemasakan, dan pendinginan . selanjutnya aktivitas utama yang di lakukan usaha dodol Monas Jaya adalah proses pengemasan yang dilakukan 6 orang karyawan meliputi pembungkusan, pres, dan packing dodol sehingga siap untuk di distribusikan kepada konsumen dan aktivitas utama terkahir yang dilakukan adalah

distribusi dodol, proses ini merupakan kegiatan menyebar luaskan dan menjual produk dodol langsung kepada konsumen atau toko oleh-oleh mitra.

1. Pembuatan Dodol

Aktivitas utama meliputi seluruh tahapan pembuatan dodol, mulai dari pemilihan bahan baku, pengolahan (memasak, mengaduk), hingga pengemasan produk akhir. Proses ini dilakukan secara tradisional dengan pengawasan kualitas yang ketat. Proses pembuatan yang konsisten dan higienis adalah kunci untuk menjaga kualitas dan rasa khas Dodol Monas Jaya. Penggunaan resep turun-temurun dan teknik pengolahan tradisional menjadi nilai jual tersendiri. Efisiensi dalam pembuatan, termasuk manajemen waktu dan penggunaan sumber daya, akan berdampak pada biaya pembuatan dan harga jual produk. Inovasi dalam proses pembuatan (misalnya, penggunaan alat yang lebih efisien tanpa mengurangi kualitas tradisional) dapat dipertimbangkan untuk meningkatkan kapasitas.

2. Pengemasan Dodol

Dodol Monas Jaya merupakan aspek penting yang tidak hanya berfungsi melindungi produk, tetapi juga sebagai alat pemasaran dan penarik perhatian konsumen. Desain dan material kemasan harus mencerminkan kualitas dodol serta identitas lokal Maros. Berikut adalah beberapa aspek penting terkait pengemasan Dodol Monas Jaya.

3. Distribusi Produk:

Distribusi produk melibatkan pengiriman dodol dari tempat pembuatan ke toko-toko mitra atau langsung kepada konsumen yang memesan. Efisiensi dalam distribusi memastikan produk sampai ke tangan konsumen dalam kondisi terbaik dan tepat waktu. Manajemen logistik yang baik, termasuk pemilihan mitra transportasi atau pengiriman sendiri, akan memengaruhi biaya operasional dan kepuasan pelanggan. Untuk Dodol Monas Jaya, distribusi yang lancar ke toko oleh-oleh mitra menjadi vital untuk menjaga ketersediaan produk di pasar.

4. Manajemen Kualitas dan Kontrol Bahan Baku:

Meliputi pemeriksaan kualitas bahan baku yang masuk dan kontrol kualitas pada setiap tahapan pembuatan hingga produk jadi. Aktivitas ini sangat krusial untuk menjaga reputasi dan standar produk. Dengan memastikan bahan baku yang digunakan berkualitas tinggi dan setiap proses pembuatan sesuai standar, Dodol Monas Jaya dapat

menjamin produk yang aman, lezat, dan konsisten. Kontrol kualitas yang ketat akan meminimalkan produk cacat dan mengurangi pemborosan.

C. Keterkaitan Antar Mitra Utama dan Aktivitas Utama

(Osterwalder & Pigneur 2012) analisis ini krusial untuk mengevaluasi dan memodifikasi model bisnis agar lebih efektif dan efisien, dengan mitra utama memfasilitasi sumber daya eksternal dan aktivitas utama merinci operasional inti.

Analisis menunjukkan adanya keterkaitan erat antara Mitra Utama dan Aktivitas Utama. Mitra utama, terutama pemasok bahan baku, secara langsung mendukung aktivitas pembuatan. Tanpa pasokan bahan baku yang stabil dari mitra, aktivitas pembuatan tidak dapat berjalan. Sebagaimana penelitian Fikri Ihsanul Fuad, Juliana kadang, Ihksan Syarifuddin, 2023 menyatakan bahwa Untuk menunjang kegiatan bisnis Toreko, maka perlu mempunyai mitra kerja agar aktivitas bisnis dapat berjalan lebih baik. Oleh karena itu Toreko juga membutuhkan mitra kerja, adapun yang menjadi mitra kerja Toreko yaitu Rapoviaka Simple, toko penjual bahan baku, dan toko oleh-oleh. Namun saat ini Toreko belum bermitra dengan toko oleh-oleh, kedepannya Toreko berusaha untuk bermitra dengan toko oleh-oleh.

- **Pemasok Bahan Baku (Kelapa, Gula Merah, Beras dan ketan)**

Dodol Monas Jaya sangat bergantung pada pasokan bahan baku berkualitas tinggi seperti kelapa segar, gula merah, beras ketan, dan bumbu-bumbu alami lainnya. Pemasok bahan baku umumnya berasal dari petani lokal atau pedagang di pasar tradisional sekitar Maros.

Ketersediaan dan kualitas bahan baku secara langsung memengaruhi kualitas produk akhir dodol. Kemitraan yang baik dengan pemasok lokal memastikan pasokan yang stabil, harga yang kompetitif, dan kesegaran bahan baku. Hubungan yang kuat dengan pemasok juga dapat meminimalkan risiko fluktuasi harga dan kelangkaan bahan baku. Keberlanjutan kemitraan ini penting untuk menjaga standar rasa dan kualitas Dodol Monas Jaya yang telah dikenal konsumen.

- **Pedagang Oleh-oleh/Toko Retail:**

Dodol Monas Jaya mendistribusikan produknya melalui beberapa pedagang oleh-oleh dan toko retail di wilayah Maros dan sekitarnya. Mitra ini berperan sebagai saluran distribusi utama yang menjangkau konsumen lebih luas, terutama wisatawan atau pembeli oleh-oleh. Kemitraan dengan toko-toko ini memperluas

jangkauan pasar tanpa perlu Dodol Monas Jaya membuka banyak cabang fisik. Kerjasama yang saling menguntungkan ini melibatkan pembagian keuntungan atau sistem konsinyasi, yang sangat membantu dalam meningkatkan volume penjualan dan *brand awareness*.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Usaha dodol monas jaya memiliki kemitraan utama dengan para petani kelapa dan gula aren serta para tengkulak yang berasal dari wilayah Maros, Sinjai, pinrang polewali mamasa. ketersediaan dan kualitas bahan baku secara langsung mempengaruhi kualitas akhir dodol.
2. Aktivitas utama dodol monas jaya mencakup 4 aktivitas utama meliputi yaitu pembelian bahan baku, proses pembuatan, pengemasan dan distributor dodol.

Saran

1. Bagi akadesmis dan penelitian selanjutnya diharapkan mampu meneliti dengan menambah variabel bebas lainnya dan tahun penelitian sehingga memberikan hasil penelitian yang lebih baik lagi.
2. model bisnis yang dirancang dan diteliti sebagai sebuah rancangan pemasaran bagi dodol monas jaya diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan evaluasi untuk diimplementasikan kedepannya.
3. Diharapkan bagi peneliti selanjutnya untuk menyempurnakan penelitian ini dengan menggunakan analisis SWOT agar terlihat kelebihan, kelemahan, peluang dan ancaman bagi usaha tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Alexander Osterwalder & Yves Pigneur. (2010). *Business Model Canvas*. (T. Clark, Ed.). *New Jersey*: jhon wiley & sons, inc.
- Alexander Osterwalder dan Yves Pigneur. 2010. *Busines Model Generation : A Handbook For Visionaries , Game Changer, and Challengers*. Hohn Wiley and Sons : New jersey
- Alexander Osterwalder & Yves Pigneur. (2012). *Business Model Generation*. Jakarta:Penerbit PT Elex Media Komputindo.
- Ahmad, Subagyo 2010, *Marketing In Business*. edisi pertama, cetakan pertama.Jakarta: Mitra Wacana Media.

- Awaluddin, Atep 2022. *Analisis Penerapan Businies model canvas (BMC) studi kasus pada usaha inland coffee*. Skripsi. Bogor. program strata I UNIVERSITAS PAKUAN.
- Fikri Ihsanul Fuad, Juliana kadang, Ihksan Syarifuddin, 2023. Implementasi *Business Model Canvas (Bmc)* Dalam Perencanaan Strategi Pemasaran Toreko. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen*. Vol.2, No.1 Maret 2023.
- Irmayani, dan Nurhaedah, Abd. L. (2022). Analisis Pendapatan Usaha Abon Ikan Tuna (Studi Kasus Pada Usaha Umkm Kedai Pesisir Ummi) Kelurahan Cappa Galung Kecamatan Bacukki Barat Kota Parepare. *AGROMEDIA: Berkala Ilmiah Ilmu-Ilmu Pertanian*, 40(1), 1–6.
<https://doi.org/10.47728/AG.V40I1.347>.
- Imfrianti Augtiah, Muhammad Yusuf Ariyadi, Rauhulloh Ayatulloh Khomeini Bintang, 2023. *Implementation of the Business Model Canvas Strategy for MSMEs in Karanganyar Regency*. Program Studi Business Digital, Universitas Muhammadiyah Karanganyar. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Teknologi*, 7(4), 2023, 1285-1295.
- Miles, M.B., Huberman, A.M., & Saldaña, J. (2014). *No Title*.
- Osterwalder & Pigneur. (2012). *No Title. Busibess Model Generation*.