

## **Pengembangan Bisnis Produk Mochi Bunga Telang Isian Kacang Bogor Melalui Pendekatan Metode *Business Model Canvas***

### **Business Development of Butterfly Pea Mochi with Bogor Peanuts Filling Through A Business Model Canvas Method Approach**

Delfitriani Delfitriani<sup>1a</sup>, Tsaniyah Raihani Kartikaratri<sup>2</sup>, Annisa Putri Oktavianti<sup>2</sup>,  
Kariem Jabbar<sup>2</sup>, Arti Hastuti<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Jurusan Teknologi Industri Pertanian, Fakultas Ilmu Pangan Halal, Universitas Djuanda, Jl. Tol Ciawi No. 1 Kotak Pos 35 Bogor 16720

<sup>2</sup>Jurusan Teknologi Pangan, Fakultas Ilmu Pangan Halal, Universitas Djuanda, Jl. Tol Ciawi No. 1 Kotak Pos 35 Bogor 16720

<sup>a</sup>Korespondensi: Delfitriani Delfitriani, E-mail: [delfitriani@unida.ac.id](mailto:delfitriani@unida.ac.id)

---

---

#### **ABSTRACT**

Business development is a crucial aspect of a product's success. This article discusses the business development of Butterfly Pea Mochi with Bogor Peanuts Filling using the Business Model Canvas (BMC) approach. The aim is to design an effective business strategy to enhance the product's competitiveness and market value based on local ingredients. Through an analysis of the nine BMC elements, this article identifies potential customer segments, unique value propositions, optimal distribution channels, as well as revenue and partnership strategies. The study results indicate that product innovation using natural ingredients such as butterfly pea flowers and Bogor peanuts presents promising market opportunities, particularly within the growing trend of healthy and local foods. With the implementation of BMC, this business is expected to grow sustainably and remain competitive in a broader market.

**Keywords:** business model canvas, butterfly pea mochi, bogor peanuts, business development.

#### **ABSTRAK**

Pengembangan bisnis merupakan hal yang sangat penting bagi sebuah produk. Artikel ini membahas pengembangan bisnis produk Mochi Bunga Telang Isian Kacang Bogor menggunakan pendekatan *Business Model Canvas* (BMC). Hal ini bertujuan untuk merancang strategi bisnis secara efektif untuk meningkatkan daya saing produk serta nilai jual berbasis produk lokal. Melalui analisis sembilan elemen BMC, artikel ini mengidentifikasi segmen pelanggan potensial, proposisi nilai unik, saluran distribusi yang optimal, serta strategi pendapatan dan kemitraan. Hasil kajian menunjukkan bahwa inovasi produk dengan bahan alami seperti bunga telang dan kacang Bogor memiliki peluang pasar yang menjanjikan,

terutama dalam tren pangan sehat dan lokal. Dengan penerapan BMC, diharapkan bisnis ini dapat berkembang secara berkelanjutan dan berdaya saing di pasar yang lebih luas.

**Kata Kunci:** business model canvas, mochi bunga telang, kacang bogor, pengembangan bisnis

## PENDAHULUAN

Pada suatu produk, pengembangan bisnis merupakan strategi yang sangat penting agar bisnis tersebut memiliki daya saing dengan kompetitor. Salah satu produk yang berpotensi untuk dikembangkan adalah Mochi Bunga Telang Isian Kacang Bogor, yang mengombinasikan cita rasa unik dengan bahan alami dan bernutrisi. Bunga telang dikenal sebagai pewarna alami yang kaya antioksidan, sementara kacang Bogor merupakan sumber protein lokal yang memiliki nilai gizi tinggi.

Inovasi produk ini diharapkan dapat menarik minat konsumen, khususnya di segmen pasar yang peduli terhadap pangan sehat dan berbasis bahan lokal. dengan cita rasa khas. Untuk memastikan keberhasilan bisnis ini, diperlukan strategi yang terencana dalam berbagai aspek, seperti produk, pemasaran, distribusi, harga, operasional, dan keuangan. Dengan penerapan strategi yang tepat, produk ini diharapkan dapat memiliki daya saing tinggi dan memiliki jangkauan pasar yang luas.

*Business Model Canvas* (BMC) adalah alat perencanaan strategis yang dikembangkan oleh Alexander Osterwalder dan Yves Pigneur untuk membantu bisnis memahami, menganalisis, dan merancang model bisnis yang efektif. Menurut Osterwalder & Pigneur (2012), BMC merupakan suatu model bisnis yang berbentuk kanvas dan di dalamnya terdapat sembilan elemen penting yang menjadi dasar pemikiran perencanaan strategi untuk meraih keuntungan dari bisnis yang dijalankan. Sembilan elemen kunci tersebut terdiri dari *Customer Segments*, *Value Propositions*, *Channels*, *Customer Relationships*, *Revenue Streams*, *Key Resources*, *Key Activities*, *Key Partnerships*, dan *Cost Structure*.

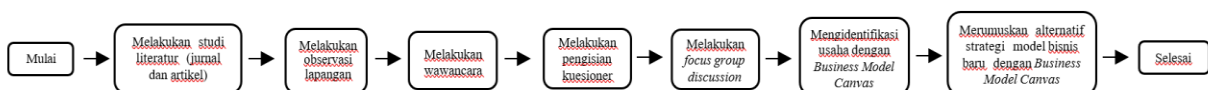
## METODE PENELITIAN

### Kerangka Pemikiran

Adanya peningkatan daya saing menjadikan pelaku usaha harus memiliki suatu keunggulan untuk dapat bersaing serta mempertahankan bisnis usahanya. (Delfitriani dkk, 2022). Pendekatan strategis dalam mengembangkan bisnis mochi ini diperlukan agar dapat bersaing di pasaran dan menarik minat banyak konsumen. *Business Model Canvas* (BMC) digunakan untuk merancang strategi bisnis yang komprehensif dalam pengembangan produk mochi bunga telang isian kacang bogor. Model ini mencakup sembilan elemen utama yang dapat membantu dalam menentukan posisi pasar dan strategi pemasaran yang tepat. Dengan menerapkan BMC, pelaku usaha dapat mengidentifikasi peluang dan tantangan dalam bisnis ini sehingga mampu menciptakan produk yang tidak hanya sehat dan inovatif, tetapi juga memiliki daya saing tinggi.

### Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian mengenai pengembangan bisnis produk mochi bunga telang isian kacang bogor melalui pendekatan *Business Model Canvas*. **Pengumpulan data diperoleh melalui dua sumber, yaitu data primer dan data sekunder.** Data primer diperoleh dari wawancara langsung kepada sepuluh narasumber terdiri dari pelaku usaha mochi dan konsumen potensial. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari jurnal ilmiah, laporan penelitian, artikel bisnis, serta data dari lembaga terkait berkaitan dengan studi tentang manfaat bunga telang sebagai pewarna alami, kandungan gizi kacang bogor, serta analisis pasar mengenai tren makanan sehat.



Gambar 1. Diagram Alir Penelitian

## **Analisis Data**

*Business Model Canvas* (BMC) digunakan sebagai langkah strategis untuk merancang dan mengembangkan bisnis mochi berbasis bahan alami ini agar memiliki daya saing tinggi di pasar. Dengan menerapkan BMC, bisnis ini dapat dianalisis secara menyeluruh, mulai dari segmen pelanggan hingga struktur biaya, sehingga menghasilkan model bisnis yang efektif dan berkelanjutan. Sembilan elemen BMC yaitu:

### ***Customer Segments* (Segmen Pelanggan)**

Merupakan nilai produk yang dihasilkan oleh perusahaan, yang didasarkan pada segmentasi pasar yang telah ditetapkan oleh perusahaan.. (Delfitriani, 2019).

### ***Value Proposition* (Proposisi Nilai)**

Merupakan nilai yang ditawarkan lebih kepada pelanggan (Permana dkk, 2024). Nilai ini dapat berupa produk atau layanan yang ditawarkan oleh suatu perusahaan dengan keunikan serta keunggulan yang lebih baik dibandingkan produk atau layanan serupa yang dihasilkan oleh pesaing.

### ***Channels* (Saluran Distribusi)**

Mencakup berbagai langkah yang diambil oleh perusahaan untuk mendistribusikan produk yang dihasilkan kepada pelanggan, sehingga pelanggan dapat mengenal dan membeli produk tersebut yang memiliki nilai manfaat lebih untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

### ***Customer Relationships* (Hubungan dengan Pelanggan)**

Merupakan ikatan emosional yang dibangun dan dirancang secara strategis oleh perusahaan guna menarik serta mempertahankan segmen pelanggan agar tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan.

### ***Revenue Streams (Sumber Pendapatan)***

Merupakan strategi yang diterapkan oleh perusahaan untuk memperoleh keuntungan dengan menghasilkan pendapatan sebanyak mungkin sebagai pemasukan utama perusahaan

### ***Key Resources (Sumber Daya Utama)***

Merupakan aset utama yang dimiliki oleh perusahaan dan digunakan sebagai sarana dalam menjalankan operasional bisnis agar kegiatan usaha dapat beroperasi dengan maksimal.

### ***Key Activities (Kegiatan Utama)***

Merupakan seluruh aktivitas yang wajib dilakukan oleh setiap bagian dalam perusahaan guna memastikan kelangsungan operasional bisnis agar perusahaan memperoleh keuntungan dari aktivitas yang dijalankan.

### ***Key Partnerships (Kemitraan Utama)***

Merupakan bentuk kerja sama antara dua perusahaan, di mana salah satu pihak berperan sebagai pemasok bahan baku atau bahan jadi, sementara pihak lainnya bertindak sebagai produsen dan penjual hasil produksi. Kerja sama ini memungkinkan kedua belah pihak memperoleh keuntungan sebagaimana yang telah disepakati dalam perjanjian kemitraan.

### ***Cost Structure (Struktur Biaya)***

Merupakan seluruh aktivitas operasional dalam perusahaan yang memerlukan sejumlah biaya untuk menjalankan serta mengelola bisnis yang tengah dijalankan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Gambaran Umum Ide Bisnis**

Mochi bunga telang varian kacang bogor merupakan ide bisnis yang memiliki potensi untuk dikembangkan karena menjanjikan, menggabungkan inovasi rasa dengan tren makanan sehat yang semakin populer, serta memberikan peluang untuk

menjangkau pasar yang luas dengan produk yang unik dan berkualitas. Camilan ini memiliki rasa unik karena perpaduan manis alami dari gula aren yang kaya rasa, serta kelembutan mochi yang dipadukan dengan kacang Bogor yang cenderung gurih, menciptakan sensasi rasa yang lezat dan khas. Pewarna bunga telang yang digunakan dalam pembuatan mochi juga memberikan warna kebiruan pada produk sehingga mempercantik visual dan memberikan sentuhan eksotis yang membedakannya dari camilan lainnya.

Mayoritas remaja mengonsumsi camilan dalam bentuk makanan ringan. Mereka lebih cenderung menyukai makanan ringan asin dan renyah dibandingkan camilan lainnya yang lebih sehat (Yusuf dkk, 2023). Jika makanan ini dikonsumsi secara terus menerus, hal ini akan berdampak pada ketidakcukupan nutrisi harian dan permasalahan kesehatan. Kandungan pewarna sintetik pada camilan dapat menimbulkan efek samping bagi kesehatan, terutama jika dikonsumsi dalam jumlah berlebihan. Beberapa pewarna sintetik dapat menyebabkan reaksi alergi, gangguan pencernaan, atau bahkan berdampak pada sistem saraf. Penggunaan tartrazin (E102 atau yellow 5) dan quinoline yellow (E104) misalnya, dapat memicu terjadinya serangan asma dan peningkatan hiperaktivitas anak, jika penggunaannya melebihi dari ambang batas yang telah ditentukan (Emilia dkk, 2020).

Bunga telang (*Clitoria ternatea* L.) adalah pilihan pewarna alami yang sangat populer, terutama dalam industri olahan pangan. Warna biru yang dihasilkan dari bunga telang berasal dari anthosianin, yaitu senyawa alami yang kaya akan antioksidan yang menunjukkan bahwa penambahan bunga telang pada produk pangan juga dapat berfungsi sebagai antibakteri, karena mengandung flavonoid, flavanol, antosianin, tanin, flavon, asam fenolat, dan alkaloid (Yusrina dkk, 2022). Oleh karena itu, penggunaan bunga telang sebagai pewarna alami produk mochi yang dikembangkan adalah pilihan tepat untuk menambah manfaat kesehatan camilan tersebut.

Di samping tren camilan makanan ringan, camilan manis seperti mochi pun banyak disukai, meskipun sering kali tidak sehat karena kandungan gula tinggi dan bahan tambahan pemanis sintetik lainnya seperti aspartam dan sakarin. Konsumsi berlebih camilan tinggi gula dapat berpotensi mengakibatkan penyakit seperti diabetes tipe 2, kategori diabetes yang factor penyebabnya adalah pola makan tidak sehat. Berdasarkan data dari *International Diabetes Federation* (IDF), Indonesia berada dalam status waspada terkait diabetes, karena menempati posisi ke-7 dari 10 negara dengan jumlah penderita diabetes tertinggi. Pada tahun 2020, jumlah penderita diabetes melitus di Indonesia tercatat mencapai 6,2 persen atau sekitar 10,8 juta orang, dan diperkirakan angka ini akan terus meningkat setiap tahunnya (Yusransyah dkk, 2022).

Gula aren merupakan pemanis alami yang banyak dikonsumsi dan aman untuk tubuh. Kandungan yang terdapat pada gula aren dalam 100 gram gula aren yaitu kalori 368, karbohidrat 95 mg, kalsium 75 mg, fosfor 35 mg, Besi 3 mg, air 4% (Sunanto, 1993). [Mengonsumsi gula aren dapat menambah energi, mencegah anemia, memperlancar peredaran darah, meningkatkan sistem kekebalan tubuh, menjaga kadar kolesterol, dan masih banyak manfaat lainnya](#) (Lingawan dkk, 2019). Gula aren dipilih sebagai pemanis alami dalam produksi mochi agar bukan hanya berfungsi sebagai bahan tambahan pangan yang memberikan rasa manis, melainkan juga memberikan manfaat kesehatan.

Mochi kekinian seperti mochi daifuku yang dijual di pasaran umumnya memiliki isian pasta coklat dan buah-buahan seperti stroberi, mangga, kiwi, atau melon. Kandungan mikronutrien seperti vitamin dan mineral tentu banyak terkandung pada isian jenis mochi ini. Namun, dalam hal peningkatan nilai gizi mochi, substitusi isian mochi dari yang semula buah-buahan dapat dilakukan dengan menggantinya menggunakan isian yang lebih kaya nutrisi, seperti kacang Bogor. Kacang Bogor dapat menjadi alternatif sumber pangan yang kaya akan karbohidrat dan protein. Berdasarkan penelitian Murevanhema & Jideani (2013), 100 g biji kacang

Bogor mengandung 15–25% protein, 54–70% karbohidrat, dan 5–7% lemak, tergantung pada jenis kultivarnya.

Selain itu, kacang bogor juga mengandung berbagai mineral esensial seperti kalium, kalsium, magnesium, fosfor, zat besi, mangan, seng, dan tembaga (Hlana, 2021). Kacang bogor sebagai isian mochi yang dikembangkan dalam ide bisnis ini dapat menjadi inovasi yang menawarkan manfaat lebih karena selain hanya sebagai camilan yang enak, namun juga bergizi dan mengenyangkan. Inovasi isian kacang Bogor juga menarik dan unik, karena memberikan sentuhan lokal yang khas pada sebuah makanan tradisional Jepang.

## **Analisis Ide Bisnis**

### ***Customer Segments (Segmen Pelanggan)***

Segmen pelanggan dari produk ini dapat terbagi menjadi beberapa kelompok target konsumen, antara lain: Pertama, mahasiswa lingkungan kampus yang seringkali membutuhkan camilan praktis yang mudah dikonsumsi di sela-sela kesibukan mereka, seperti saat belajar atau berkumpul dengan teman-teman. Kedua, konsumen yang peduli kesehatan atau konsumen yang menerapkan pola makan vegetarian. Mereka tertarik pada manfaat bunga telang, dan gula aren sebagai bahan alami yang lebih sehat. Selain itu, vegetarian juga menjadi bagian dari segmen pelanggan produk ini karena tidak mengandung daging maupun produk olahan daging. Produk ini juga menggunakan isian kacang bogor yang dapat mencukupi kebutuhan protein vegetarian sebagai alternatif sumber protein.

### ***Value Proposition (Proporsi Nilai)***

Proporsi nilai dari produk ini di antaranya memiliki keunikan visual dan estetika dari warna biru alami yang bersumber dari bunga telang dan memberikan daya tarik visual yang berbeda dari mochi biasa. Selain sebagai camilan, produk juga mengandung banyak manfaat kesehatan yang mengandung makronutrisi yaitu karbohidrat dan protein serta antioksidan yang bersumber dari pewarna alami bunga

telang. Dengan menggunakan bahan lokal yang kaya akan rasa dan manfaat, produk ini tidak hanya menawarkan kelezatan, tetapi juga mendukung perekonomian lokal dan keberlanjutan bahan baku. Selain itu dengan adanya sentuhan internasional, varian unik seperti bunga telang dan kacang bogor pada mochi dapat menarik minat pecinta makanan Jepang atau penggemar kuliner Asia lainnya yang ingin mencoba sesuatu yang baru dan berbeda.

### **Channels (Saluran Distribusi)**

Saluran distribusi utama yang digunakan dalam usaha produk ini terdiri dari toko fisik berupa kantin kampus dan laman media sosial. Saluran distribusi produk dilakukan melalui kerja sama dengan pihak kantin kampus untuk menyediakan produk mochi di area kantin dengan harga jual sesuai dengan anggaran mahasiswa. Selain itu, promosi khusus dapat dilakukan untuk mahasiswa, seperti diskon atau program beli satu gratis satu, untuk meningkatkan penjualan dan menciptakan *buzz* di sekitar produk di kalangan mahasiswa. Sesi sampling di kantin kampus atau *event* tertentu di kampus juga dapat ditawarkan untuk membiarkan mahasiswa mencoba produk sebelum membelinya. Ini dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan mendorong pembelian.

Saluran pelanggan laman media sosial Instagram, TikTok, dan WhatsApp juga efektif dalam menarik perhatian konsumen. Foto dan video estetik dapat diunggah di Instagram untuk menarik audiens. Fitur Instagram *Stories*, *Reels*, dan Instagram *Live* juga dapat dimanfaatkan untuk berinteraksi langsung dengan audiens dan memberikan informasi terkait produk. Di TikTok, konten yang dapat diunggah misalnya video tutorial yang menunjukkan resep dan proses pembuatan mochi atau cara menikmatinya dengan cara yang menarik. Di WhatsApp, *flyer* promosi produk dapat disebarluaskan secara *personal chat*, *group chat*, ataupun diunggah ke WhatsApp status untuk promosi dan *branding*.

### ***Customer Relationships (Hubungan dengan Pelanggan)***

Aspek hubungan dengan pelanggan dapat dilakukan dengan memberikan edukasi kepada konsumen terkait asal-usul bahan baku dan manfaat kesehatan dari produk. Menyediakan informasi tentang manfaat bunga telang, kacang bogor, dan gula aren dalam produk mochi dapat meningkatkan pemahaman konsumen dan memperkuat hubungan dengan produk. Konten di media sosial juga dapat dibuat sehingga bukan hanya mempromosikan produk, namun juga mendidik audiens tentang keunggulan bahan lokal Indonesia, cara-cara sehat mengonsumsi camilan, dan manfaat dari mochi sebagai camilan sehat.

### ***Revenue Streams (Sumber Pendapatan)***

Arus pendapatan untuk produk ini berasal dari berbagai saluran pendapatan yang memaksimalkan potensi pasar melalui penjualan langsung dan *online*, penjualan ke distributor, dan penjualan di berbagai acara khusus dengan membuat *pop-up event*. Penjualan langsung dilakukan di kantin kampus, sedangkan penjualan *online* dilakukan melalui promosi yang dilakukan di laman media sosial Instagram, TikTok, dan WhatsApp. *Pop-up event* dilakukan dengan menjual melalui *pop-up store* yang dibuka sementara di lokasi strategis atau pada *event* tertentu seperti *event* kuliner dan festival makanan yang dapat meningkatkan *brand awareness* serta memberikan pengalaman langsung kepada konsumen dengan cakupan yang lebih luas.

### ***Key Resources (Sumber Daya Utama)***

Sumber daya utama dalam pengembangan produk ini adalah bahan baku mencakup bunga telang, kacang Bogor, gula aren, bahan pelengkap lain, dan kemasan produk. Sumber daya utama lainnya yaitu peralatan produksi, perangkat keras dan perangkat lunak digital yang berperan dalam proses pemasaran produk, serta modal investasi yang mendukung berbagai aspek operasional dan ekspansi bisnis, termasuk produksi, pemasaran, distribusi, dan pengelolaan risiko.

### ***Key Activities (Kegiatan Utama)***

Kegiatan utama dalam pengembangan produk mencakup proses pengembangan dan formulasi produk seperti inovasi rasa dan varian produk serta pengembangan desain kemasan. Pengendalian proses produksi juga termasuk dalam aktivitas kunci yang mencakup pengadaan bahan baku, proses produksi, pengemasan, dan control kualitas. Berikutnya adalah aktivitas pemasaran dan promosi yang mencakup penyusunan strategi pemasaran, kampanye media sosial, kontes dan giveaway produk. Pengelolaan keuangan juga termasuk dalam aktivitas kunci pengembangan produk yang meliputi pengelolaan operasional, perencanaan keuangan, dan pengelolaan inventaris. Ketersediaan bahan baku dan produk jadi perlu dikelola untuk memastikan ketersediaan barang yang cukup tanpa menimbulkan pemborosan.

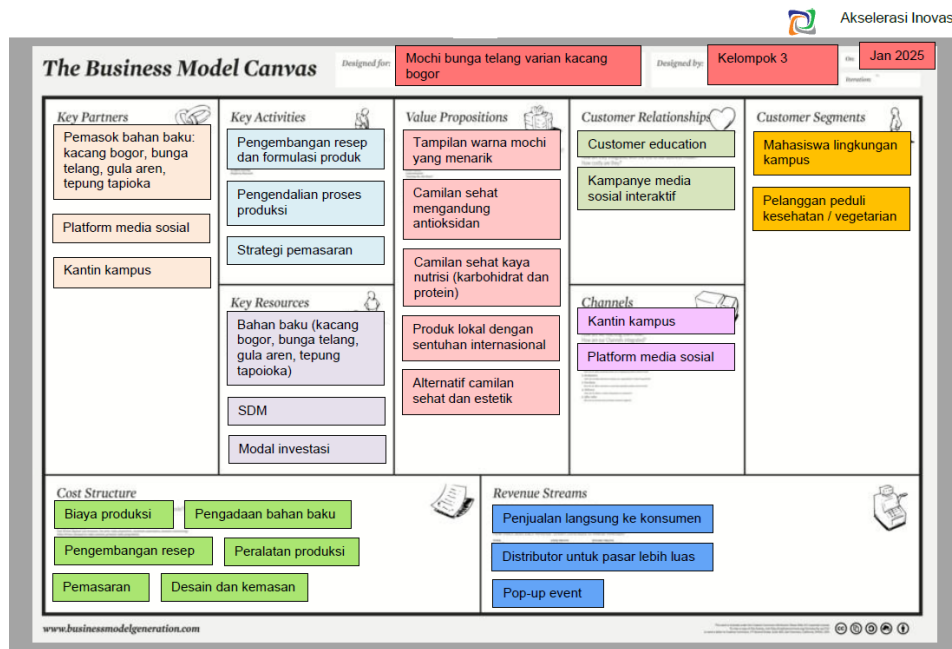
### ***Key Partners (Kemitraan Utama)***

Kemitraan utama dalam pengembangan dan operasional produk ini adalah pihak-pihak yang memiliki peran penting dalam mendukung keberlanjutan dan pertumbuhan bisnis, di antaranya adalah pemasok bahan baku yang terdiri dari kacang bogor, bunga telang, gula aren, dan tepung tapioka. Mitraan kunci berikutnya adalah platform media sosial seperti Instagram, TikTok, dan WhatsApp mengingat peran media sosial sebagai alat pemasaran yang kuat di era digital saat ini. Platform media sosial data digunakan sebagai saluran komunikasi langsung dengan pelanggan serta memberikan kesempatan untuk memperkenalkan produk ke audiens yang lebih luas dengan biaya yang lebih efisien dibandingkan dengan metode pemasaran tradisional. Kantin kampus juga menjadi mitraan kunci terutama dalam hal distribusi produk dan menjangkau pasar yang relevan, yakni mahasiswa dan civitas kampus.

### ***Cost Structure (Struktur Biaya)***

Struktur biaya dalam bisnis produk ini meliputi berbagai biaya yang diperlukan untuk menjalankan operasional bisnis, mulai dari pembelian bahan baku hingga distribusi dan pemasaran produk. Rincian komponen biaya utama yang

mungkin terlibat dalam pengembangan dan pengoperasian bisnis ini di antaranya biaya produksi, biaya pengembangan resep, biaya pengadaan bahan baku dan kemasan, biaya pengadaan peralatan produksi, biaya pembuatan desain kemasan, dan biaya pemasaran. Biaya-biaya tersebut harus dikelola dengan efisien untuk memastikan kelangsungan bisnis, daya saing produk, dan profitabilitas jangka panjang.



Gambar 2. Skema *Business Model Canvas* Mochi Bunga Telang Varian Kacang Bogor

## KESIMPULAN

Mochi Bunga Telang Isian Kacang Bogor merupakan inovasi produk yang menggabungkan bahan-bahan alami dan sehat, seperti bunga telang sebagai pewarna alami yang kaya antioksidan serta kacang bogor yang mengandung protein tinggi. Penggunaan gula aren sebagai pemanis alami semakin meningkatkan nilai kesehatan produk ini. Pengembangan bisnis mochi ini didasarkan pada pendekatan *Business Model Canvas* (BMC), yang mencakup sembilan elemen utama. Dengan menyasar mahasiswa, individu yang peduli kesehatan, serta penggemar makanan Jepang,

mochi ini berpotensi menarik pasar yang luas. Strategi pemasaran dilakukan melalui penjualan langsung di kantin kampus serta promosi digital di media sosial, dengan harapan dapat meningkatkan kesadaran konsumen terhadap produk pangan berbasis bahan lokal yang sehat dan inovatif.

Keberhasilan bisnis mochi bunga telang isian kacang Bogor sangat bergantung pada efisiensi rantai pasok, kerja sama dengan petani dan produsen lokal, serta strategi pemasaran yang efektif. Analisis melalui pendekatan BMC menunjukkan bahwa produk ini memiliki nilai jual yang unik dan kompetitif di pasar. Pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi, serta penyelenggaraan *event pop-up*, dapat meningkatkan daya tarik dan penjualan produk. Dengan pendekatan yang terencana dalam aspek produksi, pemasaran, dan distribusi, mochi bunga telang isian kacang Bogor diharapkan tidak hanya menjadi camilan yang lezat tetapi juga memiliki nilai kesehatan dan ekonomi bagi masyarakat.

## REFERENSI

- Delfitriani, D. (2019). Perancangan model bisnis usaha produk dadih susu sapi kedalam kanvas model bisnis dan peta empati. *Jurnal Agroindustri Halal*, 5(2), 204-211.
- Delfitriani, D., Uzwatania, F., & Wibatsu, G. (2022). Perancangan Model Bisnis dengan Pendekatan Social Enterprises Sabun Cair Pencuci Tangan dengan Minyak Biji Mimba dan Minyak Atsiri Sereh: Business Model Design using a Social Enterprises Approach Handwashing Liquid Soap with Neem Seed Oil and Lemongrass Essential Oil. *Jurnal Agroindustri Halal*, 8(2), 278-286.
- Emilia, I., Setiawan, A. A., Putri, Y. P., Marmaini, M., Rosanti, D., Warsari, D., ... & Haziza, N. (2020). Pengenalan zat aditif pada makanan dan dampaknya terhadap kesehatan di SMA Negeri I Belimbing Muara Enim Provinsi Sumatera Selatan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 26(2), 65.

- Hlanga, N. C., Modi, A. T., & Mathew, I. (2021). Evaluating nutritional content among Bambara groundnut lines. *Journal of Food Composition and Analysis*, 102, 104053.
- Lingawan, A., Nugraha, D., Jessica, E., Aprianto, E., Geovanny, G., Ardhito, M., & Trilaksono, T. (2019). Gula Aren: Si Hitam Manis Pembawa Keuntungan dengan Segudang Potensi. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Indonesia*, 1(1), 1-25.
- Murevanhema, Y. Y., & Jideani, V. A. (2013). Potential of bambara groundnut (*Vigna subterranea* (L.) Verdc) milk as a probiotic beverage—a review. *Critical reviews in food science and nutrition*, 53(9), 954-967.
- Permana, A., Ma'ruf, A., & Delfitriani, D. (2024). Pengembangan Bisnis Produk Manisan Pala Di Umkm My Sari Pala Dengan Pendekatan Metode Business Model Canvas. *JURNAL AGROINDUSTRI HALAL*, 10(3), 430-439.
- Sunanto, H. (1993). *Aren: Budidaya dan multiguna*. Kanisius.
- Yurisna, V. C., Nabila, F. S., Radhityaningtyas, D., Listyaningrum, F., & Aini, N. (2022). Potensi bunga telang (*Clitoria ternatea* L.) sebagai antibakteri pada produk pangan. *JITIPARI (Jurnal Ilmiah Teknologi dan Industri Pangan UNISRI)*, 7(1), 68-77.
- Yusuf, S. H. N., Hermanto, R. A., & Harvika, A. (2023). HUBUNGAN PENGETAHUAN GIZI DAN TINGKAT SOSIAL EKONOMI DENGAN POLA KONSUMSI CAMILAN PADA PELAJAR DI KABUPATEN SUBANG. *Journal of Holistic and Health Sciences (Jurnal Ilmu Holistik dan Kesehatan)*, 7(1), 54-60.
- Yusransyah, Y., Stiani, S. N., & Sabilla, A. N. (2022). Hubungan Antara Kepatuhan Minum Obat Pasien Diabetes Mellitus Dan Support Yang Diberikan Keluarga. *Jurnal Ilmiah Kesehatan Delima*, 4(2), 74-77.