

ABSTRAK

ANGELIANTIKA FIRDAUS. Rancangan Model Bisnis dan Strategi Pemasaran CV Andaliman Mangintir. Dibimbing oleh Dr. Ir Mukdin M. Turnip, MS dan Binsar Sihombing, SE, M.Si.

Andaliman merupakan rempah khas dari Sumatera Utara yang telah menjadi bagian dari warisan kuliner daerah Toba. Salah satu UMKM dari Daerah Lumban Julu yaitu CV Andaliman Mangintir mengolah rempah khas Andaliman kedalam bentuk bubuk dan andaliman kering sehingga produk andaliman dapat digunakan dalam waktu yang lama. Tugas akhir ini bertujuan membantu CV Andaliman Mangintir merancang model bisnis. Proyek tugas akhir ini dilakukan dengan metode pendekatan kualitatif melalui wawancara dengan pemilik berdasarkan kuesioner yang disusun berdasarkan elemen elemen dalam Business model Canvas. Penerimaan konsumen terhadap mutu produk dilakukan melalui uji preferensi konsumen melalui uji organoleptik. Mutu produk andaliman bubuk dan andaliman kering belum cukup baik dan perlu ditingkat kualitasnya terutama aroma, warna dan kemasan. Kualitas yang ada sekarang membuat harga tidak cukup bersaing. Harga dan satuan berat dari produk andaliman yang dijual perlu mendapat perhatian agar harga jual sesuai dengan target pasar. Value proposition tidak cukup hanya mengandalkan rempah khas daerah Toba tetapi juga harus menyertakan mutu produk yang menjamin bahwa aroma andaliman tidak banyak berubah.

Kata kunci: Andaliman, Andaliman Bubuk, Andaliman Kering, *Business Model Canvas*, Uji Organoleptik, Pemasaran

ABSTRACT

Angeliantika Firdaus. CV Andaliman Mangintir business model design and marketing strategy. Supervised by Dr. Ir Mukdin M. Turnip, MS and Binsar Sihombing, SE, M.Sc.

Andaliman is a representative spice of North Sumatra and is part of the food culture of the Toba region. CV Andaliman Mangintir, one of his SMEs in Lumban Julu region, processes Andaliman's specialty spices into his Andaliman powdered and dried to ensure the longevity of Andaliman products. This final project aims to support CV Andaliman Mangintir in developing the business model. This final project was carried out in a qualitative approach through interviews with owners, based on questionnaires created based on elements of the Business Model Canvas. Consumer acceptance of product quality is achieved by examining consumer preferences through sensory testing. Andaliman powder product quality is not good enough, especially the flavor, color and packaging need to be improved. The current quality is not competitive enough for the price. The price and unit weight of Andaliman products to be sold should be considered so that the selling price corresponds to the target market. It is not enough to rely solely on the spices typical of the Toba region, we must also include product quality to ensure that the aroma of Andaliman does not change too much.

Keywords: andaliman, andaliman powder, dry andaliman, business model canvas, sensory test, marketing