

Tanggal Lulus: 16 November 2022

ABSTRAK

SARINTA TARIGAN. *Pengembangan Model Bisnis dan Strategi Pemasaran Keripik Pisang Noel*. Dibimbing oleh Binsar Sihombing SE, M.Si dan Dr. Mukdin M. Turnip. Indonesia merupakan salah satu negara berkembang yang saat ini sedang berupaya meningkatkan ekonomi negara. Pemerintah membangun dan melakukan pengembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakatnya. Keripik Pisang Noel merupakan UMKM yang bergerak di bidang kuliner pengolahan keripik pisang dengan inovasi beberapa varian rasa. Keripik Pisang Noel sudah berdiri selama 5 tahun, dan mempunyai masalah kurangnya penerapan secara khusus dalam pemasaran sehingga pasar yang dijangkau sangat terbatas dan belum memiliki model bisnis dalam menjalankan usahanya. Tugas akhir ini menggunakan metode deskriptif dengan wawancara mendalam terhadap pemilik usaha dengan menggunakan kesembilan komponen yang ada dalam model bisnis kanvas. Uji pasar dilakukan dengan uji hedonik melalui uji organoleptik untuk mengetahui persentase penerimaan konsumen terhadap produk dan varian rasa pada produk. Kesimpulan yang diperoleh adalah Keripik Pisang Noel mempunyai produk yang sudah dapat diterima pasar, walaupun masih perlu meningkatkan kualitas dan inovasi produk yang lebih baik. Selain itu untuk dapat terus berkembang, usaha tersebut perlu mengembangkan komponen yang ada dalam model bisnis seperti *Value Proposition*, *Customer Segment*, dan *Key Activities*. *Digital marketing* dianjurkan digunakan untuk mampu menjangkau pasar yang lebih luas.

Kata kunci: Model Bisnis, *uji hedonik*, *uji organoleptik*, *digital marketing*

ABSTRACT

SARINTA TARIGAN. Noel Banana Chips Marketing Strategy and Business Model Development. Supervised by Binsar Sihombing SE, M.Si and Dr. Mukdin M. Turnip. Indonesia is one of the developing countries which is currently trying to improve the country's economy. The government builds and develops UMKM (Micro, Small and Medium Enterprises) to realize the welfare of its people. Noel Banana Chips is an MSME engaged in the culinary field of processing banana chips with innovations in several flavors. Noel Banana Chips has been around for 5 years, and has the problem of a lack of specific application in marketing so that the market it reaches is very limited and does not yet have a business model in running its business. This final project uses a descriptive method with in-depth interviews with business owners using the nine components in the canvas business model. The market test was carried out using a hedonic test through an organoleptic test to determine the percentage of consumer acceptance of the product and the taste variants of the product. The conclusion obtained is that Noel Banana Chips has a product that is already acceptable to the market, although it still needs to improve product quality and innovation. Apart from that, in order to continue to grow, the business needs to develop the existing components in the business model, such as Value Proposition, Customer Segment, and Key Activities. Digital marketing is recommended to be used to be able to reach a wider market.

Keywords: Business Model, hedonic test, organoleptic test, digital marketing