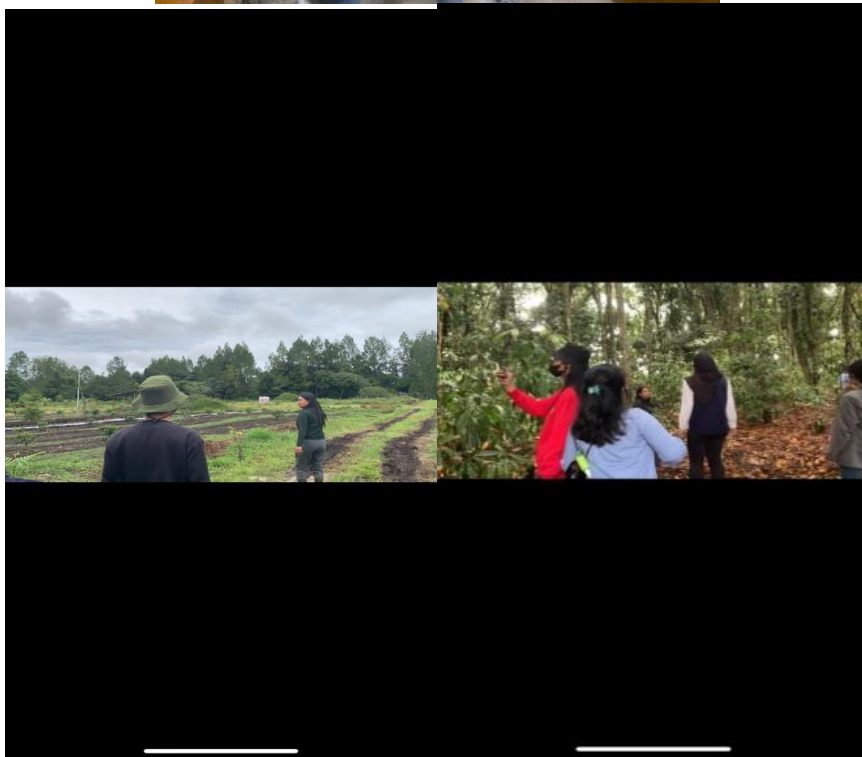


## Lampiran Dokumentasi

Gambar 4 Dokumentasi Wawancara



## Lampiran Pertanyaan untuk Pemilik Usaha dengan Komponen BMC

### A. Identitas Informan

Pada bagian ini Bapak/Ibu akan menjawab pertanyaan terkait identitas usaha yang Bapak/Ibu sedang kembangkan

1. Nama Usaha : UMKM Saroha Farm
2. Nama Lengkap Pemilik Usaha : Fransiska Nababan
3. Jenis Kelamin
  - a) wanita ✓
  - b) pria
4. Alamat Lengkap Usaha: Desa Pergaulan Kabupaten Humbang Hasundutan, Kecamatan Lintong Nihuta, Sumatera Utara.
5. Tahun berapakah usaha Bapak/Ibu didirikan?  
Jawab: Saroha Farm didirikan sejak tahun 2016 dan produk Snack Tobatos terbentuk sejak tahun 2020 pada masa pandemi.
6. Apa yang menjadi visi dan misi usaha yang sedang Bapak/Ibu kembangkan?  
Jawab: memberikan peluang kerja bagi para petani, ibu rumah tangga yang menganggur, menciptakan makanan yang sehat untuk masyarakat khususnya untuk yang memiliki anak autis.
7. Jika mempunyai banyak jenis produk, produk apa yang menjadi prioritas/utama yang ingin Bapak/Ibu kembangkan?  
Jawab: produk Snack Tobatos.
8. Dalam pengembangan produk agar mampu diterima oleh masyarakat luas dibutuhkan legalitas usaha yang diakui. Oleh karena itu, legalitas apa saja yang telah dimiliki oleh usaha Bapak/Ibu?
  - a. NIB (Nomor Induk Berusaha) ✓
  - b. P-IRT (Produk Industri Rumah Tangga) ✓
  - c. Izin BPOM
  - d. Sertifikat halal
  - e. Lainnya (sebutkan)

### B. Pertanyaan Berdasarkan Bmc (Business Model Canvas)

Pada bagian ini Bapak/Ibu akan menjawab pertanyaan sesuai dengan BMC (Business Model Canvas) yang merupakan alat untuk merancang perencanaan bisnis perusahaan berdasarkan proposisi nilai perusahaan, produk, pelanggan, dan keuangan.

#### 1. VALUE PROPOSITION

*Value Proposition* atau nilai manfaat produk atau layanan merupakan acuan pada pernyataan bisnis atau pemasaran yang digunakan pelaku usaha untuk memberikan alasan atau meringkas alasan mengapa konsumen harus membeli produk atau menggunakan pelayanan jasa.

- a. Apakah ide pembuatan produk Bapak/Ibu dilatarbelakangi dengan keinginan memecahkan sebuah masalah yang terjadi di masyarakat?

- 1) Ya ✓
  - 2) Tidak
- b. Jika YA, masalah apa yang ingin Bapak/Ibu pecahkan?  
Jawab: Pemilik UMKM melihat pada masa pandemi di tahun 2020, minat masyarakat akan cemilan mengalami peningkatan, sehingga berpikir untuk menciptakan produk cemilan yang sehat untuk di konsumsi masyarakat pada masa tersebut. Pemilik usaha berpendapat bahwa keripik kentang merupakan cemilan yang paling disukai banyak kalangan masyarakat khususnya ibu rumah tangga yang di rumah saja.
- c. Berdasarkan pertanyaan sebelumnya, solusi apa yang Bapak/Ibu tawarkan atas permasalahan tersebut?  
Jawab: Menawarkan keripik kentang terbuat dari bahan premium yang tidak mengandung bahan pengawet maupun penyedap rasa.
- d. Lalu, apakah solusi tersebut diterima masyarakat/konsumen?  
Jawab: Ya, diterima.
- e. Jika TIDAK, apa yang melatarbelakangi Bapak/Ibu mendirikan usaha tersebut?
- f. Apakah ada produk sejenis/serupa dengan merek dagang lain seperti produk yang Bapak/Ibu tawarkan?  
  - 1) Ada ✓
  - 2) Tidak Ada
  - 3) Tidak Tahu
- g. Jika ada, Sebutkan nama dan informasi yang anda tau tentang usaha tersebut?  
Jawab: Chitato, Lays, dan masih banyak kompetitor besar lainnya yang sudah tersedia di berbagai toko, minimarket maupun supermarket
- h. Menurut bapak ibu, apa keunggulan produk yang ibu tawarkan dibandingkan dengan produk yang sejenis ? (bisa dipilih lebih dari satu)  
  - 1) Produk yang dihasilkan terjamin ke higienisannya ✓
  - 2) Produk yang dihasilkan terbuat dari bahan bahan yang berkualitas ✓
  - 3) Produk yang dihasilkan dijual dengan harga yang relatif murah dibandingkan dengan produk yang sejenis ✓
  - 4) Pemberian garansi atas produk sebagai jaminan atas risiko kerusakan produk
  - 5) Memberikan garansi/jaminan keaslian produk
  - 6) Memberikan potongan harga untuk setiap pembelian dengan minimal pembelian ✓
  - 7) Adanya potongan harga/harga khusus pada waktu tertentu (Mis; Harga khusus spesial Bulan Ramadhan)

- 8) Produk merupakan karya asli daerah kaldera toba yang khas dan tidak dimiliki daerah lain (local pride) ✓
  - 9) Produk menggunakan bahan dasar yang diperoleh dari daerah kaldera toba yang khas dan tidak dimiliki daerah lain ✓
  - 10) Pelanggan dapat meningkatkan status sosialnya melalui pembelian produk (Mis; Orang yang membeli starbucks dianggap memiliki status ekonomi yang tinggi)
  - 11) Lainnya, sebutkan
- i. Apa *value* yang didapatkan konsumen dari produk Bapak/Ibu? (*Value* merupakan keuntungan atau kepuasan yang didapatkan konsumen dengan membeli produk Bapak/Ibu)  
Jawab: Snack Tobatos merupakan keripik kentang yang berkualitas tanpa bahan pengawet maupun penyedap rasa.

## 2. Customer Segment

- a. Darimana mayoritas konsumen yang membeli produk Bapak/Ibu berasal?
  - 1) Penduduk Sekitar ✓
  - 2) Penduduk Luar Daerah ✓
  - 3) Turis ✓
- b. Siapa yang menjadi target konsumen Ibu?
  - 1) Berdasarkan ekonomi/pendapatan :
  - 2) Menengah ke atas
  - 3) Menengah kebawah
  - 4) Tidak mempunyai batasan pendapatan (siapa saja) ✓
- c. Berdasarkan gaya hidup :
  - 1) pelanggan yang loyal terhadap satu brand
  - 2) Pelanggan yang tidak memperlakukan harga ✓
  - 3) Pelanggan yang sensitif terhadap harga
  - 4) Lain-lain (sebutkan)
- d. Berdasarkan umur :
  - 1) Anak - anak
  - 2) Remaja ✓
  - 3) Dewasa ✓
- e. Berdasarkan wilayah tempat tinggal
  - 1) Penduduk sekitar kota tempat tinggal ✓
  - 2) Penduduk Luar Daerah/kota ✓
  - 3) Turis yang berkunjung ke Kaldera ✓

## 3. CHANNEL

Channel adalah saluran di mana pelanggan dapat melakukan kontak dengan usaha Bapak/Ibu dan menjadi bagian dari proses penjualan (contohnya: promosi - sebagai saluran pengenalan produk yang dijual).

- a. Bagaimana pelayanan yang diberikan kepada pembeli?
  - 1) Melalui offline store (penjualan secara langsung/*direct selling*)

Jawab: Penjualan dilakukan di outlet Tarhilala Coffee, konsinyasi, dan *reseller*.

2) Melalui online :

Email

Whatsapp ✓

Instagram ✓

Website

Marketplace ✓

b. Bagaimana produk dapat dikenal di masyarakat?

Jawab: Promosi dilakukan dengan secara mulut ke mulut, menggunakan jasa endorse pada selebgram lokal, dsb.

c. Apakah bapak/ibu sudah memiliki outlet? (outlet merupakan tempat Bapak/Ibu menjual produk)

1) Ya ✓

2) Tidak

d. Jika “sudah” berapa outlet yang sudah bapak/ibu miliki?

Jawab: satu outlet

e. Apakah memiliki website usaha?

1) Ya

2) Tidak ✓

3) Jika YA, sebutkan website yang dimiliki ?

f. Apakah usaha Bapak/ibu sudah memiliki media sosial?

1) Ya ✓

2) Tidak

3) Jika YA, sebutkan media sosial yang dimiliki ?

Jawab: Instagram dan Whatsapp

g. Apakah produk Bapak/Ibu sudah ada dijual di marketplace?

1) Ya ✓

2) Tidak

h. Sebutkan marketplace yang dipakai?

1) Shopee ✓

2) Tokopedia

3) Marketplace lainnya (sebutkan)

#### 4. Customer Relationship

Customer Relationships adalah bagaimana Bapak/Ibu berinteraksi dengan pelanggan (pada saat sebelum, sedang hingga setelah proses penjualan) - mengenai jenis hubungan yang disukai pelanggan.

a. Bagaimana Bapak/Ibu berinteraksi dengan pelanggan dalam menjalankan usaha?

1) Secara offline (Luar Jaringan) :

Jawab: Adanya outlet toko, menggunakan pihak ketiga (Reseller, konsinyasi, dsb)

2) Melalui online (Dalam Jaringan):

Marketplace ✓

Email  
Whatsapp ✓  
Instagram ✓  
Website

- b. Dalam menjaga hubungan yang baik agar pelanggan menjadi loyal, adakah layanan tambahan setelah penjualan?
- 1) Ya
  - 2) Tidak ✓
- c. Jika YA, bagaimana bentuk dari layanan setelah penjualan yang Bapak/Ibu berikan?
- 1) Pemberian garansi produk
  - 2) Call centre/Customer Care (Menerima keluhan dan masukan dari pelanggan)
  - 3) Voucher belanja
  - 4) Point/kupon belanja
  - 5) Lainnya ...

## 5. Revenue Streams

Revenue Streams adalah cara bisnis mengubah Value Proposition atau solusi dari masalah pelanggan menjadi keuntungan finansial. Penting juga untuk memahami penetapan harga bisnis sesuai dan layak dengan solusi yang ditawarkan untuk menyelesaikan masalah pelanggan.

- a) Berapa total penjualan setiap hari/bulan?  
Jawab: 4000 pcs/bulan
- b) Berapa harga jual produk per unit atau per bungkus nya?  
Jawab: Rp 12.000/pcs kepada pihak ketiga dan Rp 15.000/pcs di outlet Tarhilala Coffee.
- c) Bagaimana Ibu/Bapak menentukan harga produk?  
Jawab: Menggunakan perhitungan HPP.
- d) Darimana sajakah sumber pendapatan Bapak/Ibu?
- 1) Hanya melalui penjualan produk secara online maupun offline
  - 2) Pembelian berulang (*Re-purchase*) ✓
  - 3) Sistem berlangganan (*subscription*) ✓
  - 4) Menjual ke retailer (pedagang eceran) ✓
  - 5) Menjual ke reseller (pedagang yang menjual kembali produk Bapak/Ibu dengan harga lebih mahal) ✓
  - 6) Menjual ke grosir
  - 7) Konsinyasi (menitip barang di toko lain) ✓
  - 8) Varian produk lainnya
  - 9) Sebutkan jika ada selain pilihan diatas

## 6. KEY RESOURCES

Key Resources berarti sumber daya yang diperlukan usaha Bapak/Ibu. Sumber daya ini adalah apa yang diperlukan untuk melakukan kegiatan usaha.

- a. Berapa jumlah pekerja yang Bapak/Ibu punya untuk saat ini?
  - 1) <5 pekerja ✓
  - 2) 5-10 pekerja
  - 3) 10-15 pekerja
  - 4) >15 pekerja
- b. Selain dari Bank, dari mana lagi sumber permodalan :
  - 1) Keluarga
  - 2) Koperasi
  - 3) Pinjaman dari orang lain
  - 4) Lainnya/Modal sendiri ✓
- c. Apakah sudah mempunyai rekening koran?  
Jawab: Tidak memiliki
- d. Apakah sudah pernah meminjam dari bank? Kalau sudah, berapa besar plafon (batas maksimal pinjaman yang diberikan oleh pihak bank) yang pernah ada?  
Jawab: Tidak Pernah
- e. Berapa Baki Debet (jumlah uang tunai yang harus dimiliki di setiap rekening nasabah)?
- f. Bagaimana peralatan/perengkapan yang digunakan untuk produksi?
  - 1) Konvensional (tanpa mesin)
  - 2) Menggunakan teknologi dan bantuan mesin ✓
- g. Apakah ada kesulitan mendapatkan bahan baku?
  - 1) Ya ✓
  - 2) Tidak (bahan baku apa saja dan darimana?)

## 7. Key Activities

Key Activities dari bisnis/produk adalah tindakan yang dilakukan bisnis untuk mencapai value proposition bagi pelanggan.

- a) Berapa lama proses produksi berlangsung?
  - 1) 1-2 hari ✓
  - 2) 3-5 hari
  - 3) < 1 minggu
  - 4) >1 minggu
- b) Berapa jumlah total produksi dalam :
  - satu hari : 140 bungkus
  - satu minggu: 1000 bungkus
  - satu bulan : 4000 bungkus
  - satu tahun : 48.000 bungkus
- c) Apakah bapak/ibu mengalami kendala selama masa produksi?
  - 1) Ya
  - 2) Tidak ✓
- d) Bagaimana bapak/ibu mengatasi atau menangani kendala yang dihadapi dalam proses produksi tersebut?
- e) Bagaimana proses penyaluran bahan baku hingga sampai ke konsumen?

- Jawab: Menggunakan supplier
- f) Apakah menggunakan layanan antar (Delivery)?
    - 1) Ya ✓
    - 2) Tidak
  - g) Jika YA, sebutkan layanan antar yang dipakai
    - 1) Pos Indonesia ✓
    - 2) JNT ✓
    - 3) JNE ✓
    - 4) Pengantar dari toko
    - 5) Lainnya ✓
  - h) Apakah memiliki SOP (*Standard Operating Procedure*)?
    - 1) Ya ✓
    - 2) Tidak

### 8. Key Partners

Key Partnerships adalah daftar perusahaan/pemasok/pihak eksternal lain yang mungkin dibutuhkan untuk mencapai *key activities* dan memberikan value kepada pelanggan.

- a) Apakah anda bekerja sama dengan pemasok untuk bahan baku ?
  - 1) Ya ✓
  - 2) Tidak
- b) Jika iya dari mana pemasok bahan baku berasal?  
Jawab: Petani kentang, toko sembako, pemilik usaha Taman Eden 100 (andaliman)
- c) Apakah ada bekerja sama dengan organisasi tertentu ataupun organisasi pemerintah?
  - 1) Iya ✓
  - 2) Tidak
- d) Jika iya, sebutkan nama organisasi apa saja?  
Jawab: Asosiasi Kaldera Toba dan organisasi pameran makanan yang berada di Kawasan Kaldera Toba.
- e) Dan apakah manfaat yang anda rasakan selama bergabung di organisasi tersebut ?  
Jawab: Mengenal beberapa usaha lainnya yang ada di Kawasan Kaldera Toba, menambah konsumen baru, mempromosikan produk kepada pelanggan baru, dsb.
- f) Untuk kemasan apakah Bapak/Ibu punya pemasok tersendiri ?  
Jawab: Ya, memiliki. Kemasan dicetak dari Medan.
- g) Dalam pemasaran produk, apakah usaha Bapak/Ibu memiliki mitra/pendukung untuk melakukan pemasaran produk?  
Jawab: menggunakan selebgram lokal.

### 9. COST STRUCTURE

Cost Structure adalah biaya yang mengacu pada jenis dan juga proporsi relatif dari biaya tetap dan variabel yang dikeluarkan secara rutin

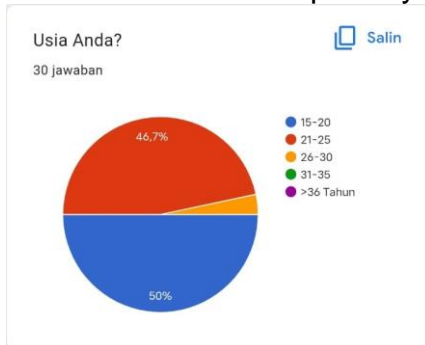


oleh perusahaan - menggambarkan semua biaya yang muncul sebagai akibat dioperasikannya usaha Bapak/Ibu

- a) Apakah memiliki laporan keuangan?
  - 1) Ya ✓
  - 2) Tidak
- b) Apakah telah melakukan pembukuan?
  - 1) Ya ✓
  - 2) Tidak
- c) Apakah pernah menghitung harga pokok penjualan ?
  - 1) Ya ✓
  - 2) Tidak
- d) Jika "TIDAK", Apakah Bapak/Ibu berkenan memberi informasi terkait HPP berdasarkan pertanyaan berikut :
  - 1) Berapa total biaya produksi?  
Jawab: Rp 29.855.000
  - 2) Apa bahan baku yang anda digunakan? Sebutkan..  
Jawab: Kentang, andaliman, bubuk organik *salted egg* dan *sweet cheese*, minyak makan, garam, kemasan, gas LPG
  - 3) Berapa biaya untuk setiap bahan baku tersebut?  
Jawab: Rp 17.455.000
  - 4) Dalam melakukan kegiatan produksi, berapa orang tenaga kerja yang terlibat? (4 orang)
- e) Berapa upah yang diberikan untuk setiap 1 orang tenaga kerja?  
Jawab: 1.200.000
- f) Berapa biaya pemasaran untuk memasarkan produk yang dijual?
  - 1) <1 juta ✓
  - 2) >1 juta

## Lampiran Hasil Penelitian Berupa Kuesioner Dengan Komponen 4P

Gambar 5 Kuesioner pertanyaan 1



Gambar 6 Kuesioner Pertanyaan 2 &3



Gambar 7 Kuesioner Pertanyaan 4



Gambar 8 Kuesioner Pertanyaan 5



Gambar 9 Kuesioner Pertanyaan 6



Gambar 10 Kuesioner Pertanyaan 7



Gambar 11 Kuesioner Pertanyaan 8



Gambar 12 Kuesioner Pertanyaan 9



Gambar 13 Kuesioner Pertanyaan 10



Gambar 14 Kuesioner Pertanyaan 11



#### Komentar dan Masukan Responden untuk perbaikan produk

1. Produk A dan B sama sama enak. Namun untuk rasa sampel A benar benar original sehingga kurangnya ada rasa saat dimakan
2. Lebih simpel dan mudah untuk di kantong/dibawa kemana-mana
3. untuk produk B enak tapi sedikit berminyak. terimakasih
4. Untuk produk B rasanya udah pas cuman sedikit berminyak
5. Sampel B lebih enak
6. Kedua produk sama" enak, renyah cuma sebaiknya sampel A dicampurkan asinan sama manis juga
7. Semoga usahanya makin lancar
8. Untuk sampel A perlu penambahan rasa kemanisan
9. Untuk sampel A, agar lebih di berikan sedikit perasa/bumbunya, agar lebih nikmat, untuk kriuknya sudah sangat pas.
10. Untuk sampel A ditambah bon cabe lebih enak, untuk sampel B dikurangi kadar garam nya aja dan di buat sedikit lebih manis lagi
11. Yang pertama terlalu tidak berasa, Tapi renyah juga sih
12. Kemasannya cukup bagus
13. Tingkat kerenyahannya sudah pas rasanya juga enak
14. Menurut pendapat saya, keripiknya renyah, cuma rasa nya kurang cas. Dan kemasannya perlu di inovasi sehingga terlihat lebih menarik.
15. Kurang berasa kentang nya
16. sebaiknya ditambahkan rasa untuk produk keripik kentang sampel A
17. Rasa yang tidak enak seperti kurang micin
18. Sampel A bisa ditambah sedikit rasa juga aroma minyak masih tercium dan tingkat kerenyahan masih kurang dari pada sampel B
19. Saya lebih suka sampel B tapi alangkah baiknya jgn terlalu banyak micin, sampel A kurang ada rasanya.
20. Sampel A rasanya kurang jadi lebih baik di tambahin lagi takaran garam nya. Sampel B minyak terlalu banyak
21. Sampel A tekstur warna nya cukup menarik, namun rasa nya kurang berasa.
22. Dan sampel B soal rasa sudah enak, namun minyak nya terlalu kebanyakan.
23. Tekstur Sampel A mohon d perbaiki
24. Untuk produk A tekstur keripiknya agar dibuat lebih renyah lagi, karena sebagian ada yg keras, untuk rasa sudah pas. Untuk produk B dari tekstur renyah, tapi untuk rasanya trlalu bnyak mengandung pengawet sepertinya.
25. Untuk sampel A teksturnya tekstur nya terasa lebih keras, mungkin bisa diperbaiki dengan membuat tekstur nya menjadi lebih renyah dan menambahkan sedikit rasa agar tidak terlalu hambar
26. Untuk sampel B rasanya terlalu kua dan mencolok, perbaikannya bisa dikurangi sedikit penyedap rasanya
27. Dua duanya bagus, lebih baik lagi jika sampe A di beri tambahan rasa.

28. Untuk rasa kurang kalo bisa keripik ditambahkan penyedap rasa lagi dan pemilihan harga produk lebih diperhatikan lagi supaya lebih ekonomis atau terjangkau
29. Kerenyahan pada sampel A lebih ditingkatkan
30. Rasa pada produk a agar ditingkatkan.