

BAB I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tabo Bakery merupakan usaha yang bergerak dalam bidang *Bakery*. Usaha ini didirikan oleh Twenty Fourteen Rino Situmeang pada tahun 2021. *Tabo Bakery* menjual bolu dan kue dan memiliki 1 *outlet* utama yang ber-lokasidi Pelabuhan Ajibata Kota Parapat. *Tabo Bakery* termasuk salah satu UMKM yang tergabung dalam Asosiasi UMKM Kaldera Toba. Tujuan Asosiasi UMKM Kaldera Toba adalah membantu mempromosikan dan mengembangkan produk anggota, meningkatkan kualitas SDM menjadi tenaga kerja yang terampil di bidangnya serta memberikan jaringan kerja yang lebih luas kepada anggota.

Produk utama dari *Tabo Bakery* adalah Bolu Lingkar Jadul dan Bolu Gulung Khas Ajibata dengan beberapa varian rasa. Pemilik usaha *Tabo Bakery* juga membuat *dessert* serta bersedia menerima pesanan kue khusus ulang tahun yang dibuat sesuai dengan permintaan pelanggan. Untuk memasarkan produknya *Tabo Bakery* juga melakukan sistem penjualan konsinyasi yang biasanya dititipkan di kafe yang ada di pelabuhan Ajibata. Pemasaran cara *online* menggunakan *Whatsapp* dan *Facebook*.

Bolu lingkar ataupun bolu gulung memiliki komposisi yang terdiri dari tepung terigu, telur, margarin, gula, dan bahan pengembang yang kemudian diberi *topping whipped cream* ataupun *meises ceres*. *Tabo Bakery* memiliki *suppliers* khusus dari P. Siantar untuk kebutuhan bahan baku yang bersedia mengantar bahan baku tersebut langsung sampai ke lokasi usaha. Untuk kebutuhan *packaging*, pelaku usaha mengungkapkan bahwa belum memiliki *supplier* khusus karena harga *packaging* yang dijual di daerah Toba cukup mahal.

Tabo Bakery memproduksi sebanyak 100 unit bolu lingkar per bulan dan beberapa pesanan kue ulang tahun. Produksi tersebut termasuk jumlah yang kecil untuk usaha bakery. Pemilik *Tabo Bakery* hanya berani menyediakan produk bolu yang siap jual sebanyak 3 sampai 6 unit per hari. *Tabo Bakery* lebih banyak melayani penjualan secara *pre-order*. Dalam satu bulan *Tabo Bakery* dapat memproduksi sebanyak 60 kotak bolu lingkar dan bolu gulung serta 80 kotak bolu ulang tahun.

Tabo Bakery belum menetapkan target pasar konsumen yang spesifik. *Tabo Bakery* menetapkan segmen khusus pelanggan yaitu pelanggan yang tidak sensitif terhadap harga. Mayoritas pembeli *Tabo Bakery* adalah wanita dengan rentang usia 25 tahun keatas. *Tabo Bakery* belum menjalankan pemasaran secara digital, seperti *marketplace* khusus untuk memasarkan produknya dan juga belum memiliki *Google My Business* dikarenakan dia belum memahami bagaimana pemasaran digital yang tepat, efisien dan efektif. Sebuah model bisnis dibutuhkan oleh pelaku usaha sebelum dia memulai usahanya. Model bisnis akan mempermudah pelaku usaha dalam merencanakan, mengevaluasi, serta mengelola bisnisnya agar bisa lebih baik. Model bisnis dapat menjadi penuntun dalam mengambil suatu keputusan bisnis, sehingga daya saing perusahaan dan kinerja perusahaan dapat meningkat, serta tercapainya tujuan akhir dari perusahaan. Untuk membangun model bisnis maka *Business Model Canvas (BMC)* dapat digunakan sebagai alat bantu. BMC memiliki beberapa keuntungan apabila diterapkan, diantaranya akan memudahkan pelaku usaha dalam mengambil keputusan bisnis dengan melihat hubungan logis antara komponen BMC (*Business Model Canvas*) dengan usaha yang sedang dijalankan sehingga dapat dihasilkan suatu nilai bagi konsumen dan usaha tersebut.

BMC juga dapat diterapkan untuk membantu pelaku usaha dalam menguji konsistensi antar komponen BMC tersebut. Keuntungan lain yang akan didapatkan oleh

pelaku usaha adalah model bisnis dapat dipakai untuk membantu dalam menguji pasar dengan solusi berdasarkan data yang dapat untuk mengembangkan bisnis. Selain itu model bisnis ini dapat digunakan untuk menunjukkan pengaruh perubahan yang dilakukan selama bisnis berjalan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang diatas maka permasalahan dapat difokuskan dan di rumuskan yaitu bagaimana pengembangan bisnis bakery UMKM *Tabo Bakery* khususnya model bisnis dan pemasaran produknya?

1.3 Tujuan TA

Adapun tujuan dari dilakukannya penelitian ini antara lain sebagai berikut :

- a. Merancang model bisnis UMKM *Tabo Bakery* dengan pendekatan *Business Model Canvas (BMC)*
- b. Merancang strategi pemasaran UMKM *Tabo Bakery*

1. 4 Kontribusi/ Manfaat Proyek Tugas Akhir

Adapun manfaat proyek tugas akhir ini diharapkan :

- a. Bagi pemilik usaha
Proyek ini dapat menjadi pertimbangan bagi pemilik usaha untuk merancang model bisnis dan strategi pemasaran yang baru dalam rangka pengembangan usaha UMKM *Tabo Bakery*
- b. Bagi penulis
Sebagai wadah pengembangan keilmuan melalui kegiatan suatu proyekterkait topik manajemen pemasaran
- c. Bagi peneliti lainnya
Hasil penelitian dapat digunakan sebagai salah satu acuan dalam melakukan penelitian yang sejenis dengan topik ini.