

## ABSTRAK

FEBRIAN HUTAGALUNG. *Penerapan Model Bisnis dan Strategi Pemasaran pada UMKM Tobato Snack*. Dibimbing oleh Dr. Ir. Mukdin M. Turnip, MS. dan Binsar Sihombing SE, M.Si.

Kawasan Kaldera Toba telah ditetapkan oleh UNESCO sebagai situs warisan dunia pada tahun 2020. Penetapan tersebut tentu berdampak positif bagi kemajuan perekonomian masyarakat setempat dan terbukanya peluang bisnis. Tobato snack merupakan UMKM yang memproduksi sasagun dan *Cookies* sasagun suatu makanan tradisional khas Toba. Selama dua tahun berdiri, profit yang mereka peroleh masih kecil. Model bisnis Tobato Snack dibangun dengan menggunakan alat bantu *Business Model Canvas (BMC)*, sedangkan uji pasar terhadap penerimaan produk dilakukan dengan uji *organoleptic* dan *hedonic* terhadap 5 indikator mutu yaitu rasa, tingkat kemanisan, warna, aroma dan membandingkannya dengan produk kompetitor yang sejenis. Model bisnis Tobato snack yang belum jelas membuat usaha sulit berkembang. Penjualan produk sebaiknya fokus melalui toko oleh-oleh, toko/minimarket dan kantin-kantin sekolah. Harga produk *cookies* sebaiknya dijual dengan harga yang lebih rendah dengan *packaging* yang lebih kecil untuk menjangkau segmen pelanggan anak-anak, sedangkan produk sasagun sebaiknya dikemas dengan ukuran 200gr.

Kata kunci: sasagun, *cookies* cookies sasagun, *Business Model Canvas (BMC)*, uji *organoleptic*, bauran pemasaran

## ABSTRACT

*FEBRIAN HUTAGALUNG. Application of the Business Model and Marketing Strategy to UMKM Tobato Snack. Supervised by Dr. Ir. Mukdin M. Turnip, MS. and Binsar Sihombing SE, M.Si.*

*The Toba Caldera area has been designated by UNESCO as a world heritage site in 2020. This determination certainly has a positive impact on the economic progress of the local community and opens up business opportunities. Tobato snack is a UMKM that produces sasagun and sasagun cookies, a traditional Toba food. During the two years of existence, the profits they get are still small. The Tobato Snack business model is made using the Business Model Canvas (BMC) tool, while the market test of product acceptance was carried out by organoleptic and hedonic tests on 5 quality indicators, namely taste, level of sweetness, color, aroma and comparing them with similar competitor products. Tobato's unclear business model makes it difficult for businesses to develop. Product sales should focus on gift shops, shops/minimarkets and school canteens. The price of cookie products should be sold at a lower price with smaller packaging to reach the children's customer segment, while sasagun products should be packaged in a size of 200gr.*

*Keywords: sasagun, cookies sasagun cookies, Business Model Canvas (BMC), organoleptic test, marketing mix*