

# BAB I. PENDAHULUAN

## 1.1. Latar Belakang

Dalam sidang eksekutif UNESCO yang ke 209 di Paris, Perancis, Selasa (2/7/2020), menetapkan Kaldera Toba sebagai Global Geopark atau menjadi warisan dunia yang harus dijaga dengan baik. UNESCO menilai, Kaldera Toba memiliki kaitan geologis dan warisan tradisi yang tinggi dengan masyarakat lokal khususnya dalam hal budaya dan keanekaragaman hayati. Dalam konteks inilah, negara-negara anggota UNESCO mendukung Kaldera Toba dilestarikan dan dilindungi sebagai bagian dari UNESCO Global Geopark.

Penetapan Kaldera Toba sebagai UNESCO Global Geopark akan memberikan tanggung jawab bagi masyarakat Indonesia terkhususnya masyarakat setempat untuk memelihara dan menjaga Geopark tersebut. Penetapan tersebut juga bermanfaat dalam mendorong pengembangan perekonomian dan pembangunan berkelanjutan di kawasan tersebut. Melalui pengembangan Geopariwisata yang berkelanjutan, terbuka peluang bagi masyarakat setempat untuk mempromosikan budaya, produk lokal, serta penciptaan lapangan pekerjaan yang lebih luas.

Dalam rangka memperkenalkan dan memajukan produk lokal, pada 26 Februari 2021, Pemerintah dan beberapa UMKM di sekitar kawasan Kaldera Toba bergabung mendirikan Asosiasi UMKM Kaldera Toba. Asosiasi tersebut mempunyai tujuan membantu UMKM Kaldera Toba dalam hal promosi, pengembangan produk, perbaikan kualitas SDM, dan lain sebagainya. Keberadaan UMKM di kawasan Geopark dan bergabungnya UMKM pada Asosiasi UMKM Kaldera Toba maka ada peluang bahwa UMKM semakin terbantu dalam pengembangan usahanya.

Salah satu UMKM yang menarik perhatian penulis dari asosiasi tersebut adalah UMKM *Tobato Snack*, dimana mereka menjual produk yang menjadi makanan *comfort food* penulis sewaktu kecil. Produk yang mereka jual adalah *sasagun* yang merupakan produk tradisional khas daerah Toba yang biasanya disajikan pada hari-hari besar masyarakat Batak Toba. *Sasagun* terbuat dari beras yang diolah bersama kelapa dan bahan dapur lainnya menjadi sebuah bubuk yang dapat dikonsumsi. Biasanya *sasagun* dikonsumsi bersama gula untuk menambah nikmat saat dikonsumsi. Selain *sasagun*, *Tobato Snack* juga memproduksi produk turunan *sasagun* yang lebih inovatif yaitu *cookies sasagun* dengan berbagai varian rasa dan *topping*.

Untuk mengetahui informasi mengenai keadaan awal bisnis *Tobato Snack*, penulis telah melakukan wawancara awal yang dilaksanakan pada bulan April tahun 2022 berlokasi di Sigumpar, Toba Samosir yang merupakan lokasi usaha UMKM tersebut. Berdasarkan wawancara tersebut penulis memperoleh beberapa informasi yang diantaranya, *Tobato Snack* didirikan oleh dua orang Ibu rumah tangga yaitu, Selly Agnes Tiwa dan Duma Sinaga. Usaha tersebut didirikan pada tahun 2020 dan terletak di Jl. Sisingamangaraja Simpang Tapioka, Kel. Sigumpang Dangsin, Kec. Sigumpar, Kab. Toba Samosir.

*Tobato Snack* dapat memproduksi *sasagun* sebanyak 80-100 kg setiap bulannya dan dikelola langsung oleh pemilik usaha. Total penjualan yang diperoleh dari produksi *sasagun* tersebut kurang lebih mencapai Rp 5.000.000/bulan dengan harga jual produk

per unit dikisaran harga Rp 15.000 - Rp 60.000. Dimana dengan total penjualan tersebut belum dapat memberikan kesejateraan bagi pemilik usaha. Data penjualaan yang lebih rinci dapat dilihat pada tabel-tabel berikut.

Tabel 1.1. Data Penjualan UMKM Tobato Snack Tahun 2020

Periode Penjualan	Jumlah penjualan (Rp)
21 Mei -18 Juni 2020	17.284.000
18 Juni - 28 Juli 2020	19.445.000
29 Juli - 30 Agustus 2020	10.685.000
20 Oktober - 30 November 2020	6.705.000
Total Penjualan	54.119.000

Sumber: Data Penjualan UMKM Tobato Snack

Tabel 1.2. Data Penjualan UMKM Tobato Snack Tahun 2021

Periode Penjualan	Jumlah penjualan (Rp)
30 Des 2020 - 16 januari 2021	8.150.000
30 Maret - 29 April 2021	7.064.000
30 April - 28 Mei 2021	7.600.000
29 Mei -29 Juni 2021	13.175.000
29 Juni - 29 Juli 2021	7.110.000
30 Juli - 30 Agustus 2021	2.705.000
31 Agustus - 30 September 2021	5.947.000
1 Oktober- 30 Oktober 2021	9.986.000
30 Oktober - 30 November 2021	7.197.000
Total Penjualan	68.934.000

Sumber: Data Penjualan UMKM Tobato Snack

Sasagun memiliki komposisi utama beras dan kelapa, dan untuk *cookies* dibutuhkan bahan tambahan seperti gula, tepung, *topping*, susu, dan sebagainya. Untuk Bahan baku beras cukup mudah didapatkan dikarenakan daerah Toba merupakan daerah penghasil beras. Namun untuk bahan baku kelapa mereka tidak memiliki *supplier* khusus, dikarenakan daerah Toba bukan penghasil kelapa, sehingga kelapa harus mereka beli dari toko/pasar dengan harga yang cukup mahal. Sedangkan untuk bahan baku lain untuk pembuatan *cookies* mereka dapatkan dari toko/minimarket yang juga memiliki harga yang relative mahal

Di daerah Toba, Tobato Snack bukan satu-satunya UMKM yang memproduksi sasagun, terdapat UMKM lain juga yang memproduksi sasagun yaitu Brams Sasagun dan Tabo Toba. Kedua UMKM tersebut merupakan saingan terbesar Tobato Snack dikarenakan mempunyai produk yang sejenis. Namun yang membedakan bisnis mereka dari kedua kompetitor tersebut adalah adanya inovasi produk yaitu sasagun yang mereka produksi diolah lagi menjadi produk *cookies*, sedangkan kompetitor mereka hanya memproduksi sasagun saja.

Saat ini Tobato Snack mempunyai 1 outlet. Untuk meningkatkan penjualan, mereka menggunakan sistem konsinyinasi ke beberapa usaha besar di Toba seperti, Batikta, Taman Eden dan toko oleh-oleh Basado. Sistem konsinyiasi tersebut mempunyai efek yang cukup baik, dikarenakan sejauh ini produk mereka selalu habis tanpa adanya produk yang diretur. Namun, belum ada terjadinya peningkatan penjualan semenjak dilakukannya sistem tersebut.

Target konsumen Tobato Snack masih general dengan kata lain belum ada target yang spesifik. Mayoritas pembeli mereka adalah Ibu-Ibu diatas 30 tahun dengan domisili di sekitar kawasan Toba. Meskipun orderan produk sudah sampai keluar Sumatera Utara, namun orderan masih dalam skala kecil.

Cara pemasaran yang dilakukan oleh Tobato snack masih konvensional. Pemilik belum memberikan perhatian ke pemasaran non-digital. Pemilik sudah memasukkan produk ke *marketplace* namun belum terdapat penjualan secara kontinu. Tidak adanya perhatian kepada pemasaran non-konvensional membuat peluang mendapatkan konsumen baru semakin kecil. Selain tidak adanya perhatian khusus, minimnya pengetahuan akan pemasaran non-konvensional dan minimnya dana untuk pemasaran menjadi kendala pemilik usaha dalam pemasaran

Berdasarkan penjelasan sebelumnya, terlihat kondisi awal bisnis Tobato Snack yang masih memiliki beberapa permasalahan, sehingga penulis tertarik untuk membantu usaha tersebut menyelesaikan permasalahan tersebut. Permasalahan yang terjadi pada umumnya, dikarenakan pemilik belum memiliki sebuah konsep model bisnis yang jelas dan kuat dalam menjalankan usahanya. Model bisnis bertujuan sebagai pedoman dan alat bantu bagi pemilik usaha menjalankan usahanya agar dapat berkembang dan berjalan secara kontinu. Oleh karena itu, penulis tertarik membantu UMKM Tobato Snack merancang model bisnis yang sesuai dengan kondisi bisnisnya saat ini. Dalam perancangan model bisnis akan menggunakan alat bantu BMC (*Business Model Canvas*).

Disamping model bisnis, penulis juga berkeinginan membantu memasarkan produk UMKM tersebut. Sebelum memasarkan produk tersebut, penulis terlebih dahulu menguji kualitas produk untuk mengetahui bagaimana penerimaan pasar dan konsumen terhadap produk dengan bantuan uji *organoleptic*. Hasil dari pengujian tersebut akan menjadi pertimbangan strategi pemasaran apa yang sesuai dan tepat untuk memasarkan produk UMKM tersebut kedepannya.

## 1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan fenomena yang telah diuraikan dalam latar belakang, maka permasalahan difokuskan pada pembentukan model bisnis strategi pemasaran sasagun UMKM Tobato Snack dengan rumusan masalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana rancangan model bisnis yang sesuai untuk UMKM Tobato Snack?
- b. Apa strategi pemasaran yang tepat bagi kondisi usaha UMKM Tobato Snack saat ini?

## 1.3. Tujuan Proyek Tugas Akhir

Tujuan Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut :

- a. Merancang model bisnis UMKM Tobato Snack
- b. Menemukan dan merancang strategi pemasaran yang tepat bagi kondisi UMKM Tobato Snack saat ini.

## 1.4. Kontribusi/ Manfaat Proyek Tugas Akhir

- a. Bagi Pemilik Usaha  
Hasil penulisan ini dapat menjadi pertimbangan bagi pemilik untuk merancang model bisnis dan strategi pemasaran yang baru dalam rangka pengembangan usaha sasagun UMKM Tobato Snack.
- b. Bagi penulis  
Sebagai wadah dalam mengimplementasikan ilmu pengetahuan sesuai dengan bidang manajemen pemasaran.
- c. Bagi penulis lainnya  
Hasil proyek akhir ini dapat digunakan sebagai salah satu sumber acuan dalam melakukan proyek yang sejenis dengan topik ini.