

ABSTRAK

WIDYA PRATIWI. Pengembangan Model Bisnis UMKM *Tabo Bakery*. Dibimbing oleh Dr. Mukdin M. Turnip dan Bapak Binsar Sihombing S.E. M.Si

Tujuan dari penelitian adalah untuk mendeskripsikan bisnis model canvas dan menciptakan design transformasi bisnis. Penelitian ini dilakukan pada UMKM *Tabo Bakery* dengan kategori bisnis *culinary*. Penelitian ini dilakukan secara deskriptif dengan pendekatan kualitatif yakni menjelaskan dan menggambarkan secara mendalam proses bisnis ataupun situasi dari objek yang diteliti yakni UMKM *Tabo Bakery*. Data dari penelitian ini dilakukan dengan cara wawancara secara langsung oleh dengan owner *Tabo Bakery* sehingga dapat diperoleh gambaran yang jelas mengenai penerapan bisnis model canvas pada UMKM *Tabo Bakery*. Deskripsi umum dianalisis menggunakan bisnis model *canvas* dan juga peta empati pelanggan, dimana nantinya akan menghasilkan strategi pengembangan transformasi UMKM *Tabo Bakery* yang akan memfokuskan pada segmen pelanggan yang akan berpengaruh pada penyampaian proposisi nilai dan juga sumber daya mereka, serta dapat meningkatkan bagaimana cara penyampaian proposisi nilai melalui *channel* yang lebih tepat dan juga menjalin hubungan yang baik dengan pelanggannya, sehingga dapat menghasilkan pendapatan dari penjualan produk – produk dari *Tabo Bakery*.

Kata kunci: Bisnis Model Kanvas, UMKM Bakery, Strategi Pengembangan

ABSTRACT

WIDYA PRATIWI. Strategy for business development through the business model canvas (BMC) approach to *Tabo Bakery* SMEs. Supervised by Dr. Mukdin M. Turnip and Binsar Sihombing S.E. M.Si

The purpose of this research is to describe the business model canvas and create a business transformation design. This research was conducted on *Tabo Bakery* SMEs with the culinary business category. This research was conducted descriptively with a qualitative approach that is to explain and describe in depth the business process or situation of the object under study, namely MSME *Tabo Bakery*. The data from this study was conducted by means of direct interviews to the owner of *Tabo Bakery* so that a clear picture can be obtained regarding the application of the canvas business model to *Tabo Bakery* SMEs. The general description is analyzed using a business model canvas and also a customer empathy map, which will result in a *Tabo Bakery* MSME transformation development strategy that will focus on customer segments that will affect the delivery of the value proposition and their resources, and can improve how the value proposition is delivered. through more appropriate channeling and also establish good relationships with customers, so as to generate revenue from the sale of products from *Tabo Bakery*.

Keywords: Canvas Business Model, UMKM Bakery, Development Strategy