

ABSTRAK

Pertumbuhan jumlah UMKM di Indonesia mengalami peningkatan beberapa akhir tahun ini, menyebabkan para pelaku UMKM harus bersaing agar dapat tetap bertahan dan berkembang, terutama di kondisi pandemi seperti saat ini. Salah satu UMKM di Cililin, Bandung Barat merupakan usaha yang menjual produk berupa keripik tempe mengalami kendala dalam bertahan yaitu penjualan produk yang rendah. Pada penelitian tugas akhir ini akan membahas bagaimana model bisnis unit usaha tersebut, skenario keputusan peningkatan kinerja penjualan keripik tempe dan rancangan peningkatan penjualan keripik tempe.

Usulan perancangan ini menggunakan pendekatan sistem dinamis berdasarkan model bisnis yang ada. Skenario strategi pemasaran yang dilakukan adalah promosi melalui TopAds pada Tokopedia atau Bukalapak dari Bukalapak. Sebelum melakukan skenario, rata-rata penjualan keripik tempe hanya mencapai 3.46 kilogram setiap bulan dan mendapatkan keuntungan yang dapat dikatakan masih rendah. Setelah melakukan simulasi, hasil skenario didapatkan rata-rata penjualan mencapai 63,656 kilogram setiap bulan, total biaya yang dikeluarkan Rp4.041.139 setiap bulan, jumlah pembeli rata-rata 66 orang setiap bulan, dan keuntungan yang didapatkan Rp727.770 setiap bulan.

Sedangkan promosi melalui Bukalapak didapatkan rata-rata penjualan 6,834 kilogram setiap bulan, total biaya rata-rata Rp751.826 setiap bulan, jumlah pembeli rata-rata 7 orang setiap bulannya, dan keuntungan yang didapatkan yaitu negatif atau mengalami kerugian karena pengeluaran lebih besar daripada pendapatan. Berdasarkan analisis tersebut, hasil skenario simulasi yang terbaik adalah perancangan peningkatan penjualan keripik tempe melalui Tokopedia.

Kata kunci — *Perancangan kinerja, UMKM, Model Canvas, simulasi, sistem dinamis*)