

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Era globalisasi ini persaingan usaha semakin ketat salah satunya ditandai dengan kemunculan berbagai macam jenis usaha dengan produk dan pelayanan yang beragam untuk menarik minat konsumen. Persaingan usaha yang semakin ketat, perusahaan dituntut untuk dapat melakukan inovasi dalam hal pemasaran ataupun produk yang dihasilkan. Selain itu, perusahaan juga harus menyesuaikan bisnisnya dengan perkembangan zaman agar perusahaan dapat bertahan dan berkembang seiring berjalannya waktu (Surjogondokusumo dan Ratih, 2016).

Bisnis kuliner merupakan jenis usaha yang tidak lekang oleh waktu. Bisnis kuliner menghasilkan berbagai macam produk mulai dari yang paling sederhana sampai yang paling unik dan yang tradisional sampai dengan modern dengan penyajian yang beragam. Pengusaha kuliner memiliki tantangannya sendiri di zaman sekarang, karena pengusaha kuliner harus dapat berinovasi terhadap produk maupun bisnisnya untuk dapat mempertahankan bisnisnya di tengah ketatnya persaingan bisnis kuliner. Oleh karena itu, pengusaha kuliner perlu memiliki keunggulan kompetitif dari pesaingnya di tengah ketatnya persaingan bisnis (Ali, 2019).

Saat ini kecenderungan masyarakat untuk makan di luar rumah semakin meningkat karena berbagai alasan yang ada seperti lebih praktis, lebih hemat, serta pandangan sosial (Putri dkk., 2014). Sehingga hal tersebut dapat mengakibatkan berubahnya pola makan masyarakat, karena membeli makanan dianggap lebih praktis dan menghemat waktu bagi mereka yang tidak memiliki waktu luang atau sibuk bekerja. Selain itu, membeli makanan dapat meningkatkan kepuasan tersendiri bagi mereka yang tidak bisa memasak atau dapat mengonsumsi makanan yang sesuai dengan selera mereka. Kondisi seperti ini tentu sangat menguntungkan bagi para pelaku usaha kuliner, karena memiliki potensi yang cukup tinggi ke depannya (Wibosono, 2016).

Tabel 1. Jumlah Rumah Makan/Restoran di Kota Bekasi

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Rumah Makan/Restoran di Kota Bekasi</b>
2017	1.635
2018	1.915
2019	2.312
2020	2.507

Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bekasi (2021)

Tabel 1 menunjukkan laju pertumbuhan jumlah rumah makan/restoran di Kota Bekasi pada tahun 2017-2020. Beraneka ragam rumah makan/restoran yang ada di Kota Bekasi membuat masyarakat Kota Bekasi memiliki beragam pilihan makanan dan minuman untuk dikonsumsi setiap harinya. Pada tahun 2017 tercatat jumlah rumah makan/restoran di Kota Bekasi sebanyak 1.635 dan pada tahun 2020 bertambah menjadi 2.507 rumah makan/restoran dan akan terus bertambah setiap tahunnya, sehingga tingkat persaingan bisnis kuliner di Kota Bekasi cukup tinggi. Oleh sebab itu, para pelaku usaha di bidang kuliner perlu melakukan sebuah inovasi pada produk atau usahanya untuk menciptakan sebuah keunggulan kompetitif dari pesaingnya untuk dapat mempertahankan usahanya di tengah ketatnya persaingan bisnis kuliner.

Daging kambing merupakan daging yang cukup populer di Indonesia, selain daging ayam dan daging sapi. Afid dan Titis (2016) menjelaskan daging kambing memiliki nutrisi yang baik bagi tubuh seperti zat besi, potasium, dan tiamin yang cukup tinggi. Tidak heran daging kambing digemari masyarakat Indonesia, karena mudah didapatkan dan banyak variasi olahan masakan daging kambing. Salah satu olahan daging kambing yang populer di Indonesia yaitu sate. Sate merupakan produk hasil olahan daging kambing yang dipotong kecil-kecil, lalu ditusuk menggunakan tusukan sate yang terbuat dari bambu, dan diberi bumbu, kemudian dibakar di atas arang dengan suhu yang tinggi (Yusuf, 2018).

Kota Bekasi merupakan salah satu kota yang berada di Provinsi Jawa Barat, beraneka jenis kuliner tersedia di Kota Bekasi salah satunya adalah sate. Sate pada umumnya menggunakan daging kambing, ayam, sapi, dan lain-lain. Di Indonesia sate dianggap menjadi salah satu masakan nasional, sehingga tidak heran sate menjadi salah satu makanan yang cukup populer di Indonesia karena dapat ditemukan dengan mudah seperti di pinggir jalan, rumah makan sampai dengan di restoran. Para pengusaha bisnis kuliner perlu memiliki sebuah keunikan atau

keunggulan usahanya untuk menarik minat konsumen, seperti halnya para penjual sate yang mempunyai banyak variasi resep sate dan cara pembuatannya. Hal tersebut dilakukan sebagai langkah untuk menciptakan keunggulan dan persaingan dengan jenis makanan selain sate yang semakin banyak bermunculan.

Tabel 2. Beberapa Rumah Makan Sate di Sekitar “RM. SATE ANDA”

NO	Nama Rumah Makan	Harga /porsi (Rp)	Lokasi
1.	Warung Sate Madura Pak Soleh	35.000,00	Jl. Lotus Utama, Pejuang Kota Bekasi
2.	Sate Madura Cak Soleh THB	52.000,00	Ruko Kolam Renang THB, Hl. Taman Harapan Baru, Pejuang, Kota Bekasi
3.	Waroeng Sate Solo Pak Agus Aqiqah	35.000,00	Jl. Pejuang Jaya, Pejuang, Kota Bekasi
4.	Lesehan Sate Pakde Karno	57.500,00	Jl. Kenanga No. 15, Kaliabang Tengah, Kota Bekasi
5.	Warung Sate Solo ”Pak To Ragil”	48.000,00	Jl. Raya Seroja No. 115, Harapan Jaya, Kota Bekasi
6.	Warung Sate Solo Pak Sri	55.000,00	Jl. Raya Kaliabang No.1, Kaliabang Tengah, Kota Bekasi

Sumber: Data Primer (2022)

Tabel 2 menunjukkan beberapa rumah makan sate yang ada di sekitar ”RM. SATE ANDA” data tersebut diperoleh melalui observasi dengan dibantu oleh platform makanan *online* dengan jarak antara rumah makan diatas dengan ”RM. SATE ANDA” yaitu sejauh 1-3km. Rumah makan sate yang ditunjukkan pada data di atas memiliki keunggulannya sendiri untuk menarik minat konsumen, selain itu harga yang ditawarkan pada setiap 1 porsi sate kambing tidak berbeda jauh sehingga masyarakat memiliki pilihan yang beragam. Rumah makan sate yang tersebar luas di Kota Bekasi membuat persaingan usaha sate cukup tinggi, untuk itu para pelaku usaha sate di Kota Bekasi perlu melakukan inovasi pada produk atau usahanya untuk dapat mempertahankan pelanggannya ataupun menarik pelanggan baru.

Salah satu bisnis kuliner sate di Kota Bekasi adalah “RM. SATE ANDA”. Setiap rumah makan atau restoran memiliki ciri khasnya masing-masing seperti pelayanan, produk yang ditawarkan, desain interior, dan lain-lain. Para pengusaha kuliner perlu mengetahui apa yang menjadi keinginan konsumen agar konsumen

menjadi loyal dan sebagai upaya dalam menghadapi persaingan yang ketat dan ancaman dari bidang usaha yang sejenis.

”RM. SATE ANDA” merupakan rumah makan sate yang berada di Kota Bekasi. Berdiri sejak tahun 1978 menjadikan ”RM. SATE ANDA” salah satu rumah makan legendaris di Kota Bekasi. Sebagai rumah makan yang sudah berdiri selama 44 tahun, ”RM. SATE ANDA” banyak dikenal oleh masyarakat dalam kota maupun luar kota. Menu andalan yang ditawarkan oleh ”RM. SATE ANDA” yaitu sate kambing, dalam satu hari ”RM. SATE ANDA” membutuhkan 80 kg daging kambing atau 5-6 ekor kambing.

Tabel 3. Omzet Sate Kambing “RM. SATE ANDA” Tahun 2017-2021

<b>Tahun</b>	<b>Omzet Penjualan Sate Kambing “RM. SATE ANDA” (Rp)</b>
2017	4.641.408.000,00
2018	5.059.776.000,00
2019	4.173.312.000,00
2020	3.424.320.000,00
2021	3.939.840.000,00

Sumber: Data Primer diolah (2022)

Tabel 3 menjelaskan omzet penjualan sate kambing pada ”RM. SATE ANDA”, omzet di atas merupakan pendapatan yang diterima selama 5 tahun terakhir. Pada tahun 2017 sampai 2018 omzet penjualan sate kambing mengalami kenaikan sebesar 9%, sedangkan pada tahun 2019 mengalami penurunan sebesar 18%. Tahun 2020 omzet ”RM. SATE ANDA” mengalami penurunan kembali sebesar 18% dikarenakan adanya wabah Covid-19 sehingga ada penurunan produksi. Pada tahun 2021 mulai mengalami kenaikan omzet penjualan sate kambing secara perlahan sebesar 15%, dikarenakan aktivitas ekonomi berada dalam tahap pemulihan.

Sebagai rumah makan yang sudah berdiri sejak tahun 1978, ”RM. SATE ANDA” belum memiliki model bisnisnya. Penting bagi suatu usaha untuk mempunyai model bisnisnya sendiri, karena model bisnis dapat memberikan gambaran bagaimana sebuah perusahaan menghasilkan laba. Selain itu, di tengah ketatnya persaingan usaha di bidang kuliner model bisnis dapat membantu perusahaan untuk menyusun sebuah strategi persaingan usaha.

Salah satu cara untuk dapat menggambarkan suatu model bisnis yaitu dengan *Business Model Canvas*. BMC diperuntukan sebagai alat bantu dalam mendefinisikan, menganalisis, dan merancang model bisnis (Marisca, 2018).

*Business Model Canvas* adalah sebuah model bisnis yang dapat menyederhanakan semua aspek dalam suatu usaha hanya dalam satu lembar kanvas yang berisi rencana bisnis dengan sembilan elemen kunci yang terintegrasi dengan baik (Indriawati, 2021). *Business Model Canvas* dapat memberikan manfaat kepada para pelaku usaha untuk mengenali apa yang menjadi *Value Propositions* usahanya, bagaimana membangun dan menjalankan *Key Activities* dan *Key Resources* dalam menciptakan *Value Propositions*, mendapatkan *Revenue Streams*, serta bagaimana memahami produk maupun jasa yang ditawarkan perusahaan kepada konsumen untuk dapat dikonsumsi (Surjogondokusumo dan Ratih, 2016).

Pada penelitian ini, sembilan blok elemen yang terdapat pada *Business Model Canvas* akan diuji dengan menggunakan analisis SWOT untuk menghasilkan sebuah strategi pengembangan usaha yang sesuai dengan kondisi perusahaan. Karena pada beberapa penelitian lainnya hanya mengidentifikasi sembilan blok elemen *Business Model Canvas* pada sebuah unit usaha.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi penerapan model bisnis "RM. SATE ANDA" dengan pendekatan *Business Model Canvas* dengan harapan "RM. SATE ANDA" dapat terus bertahan dan berkembang di tengah ketatnya persaingan bisnis kuliner pada saat ini maupun yang akan datang dan dapat terus memberikan cita rasa khas sate yang autentik kepada masyarakat.

## **1.2. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana kondisi bisnis "RM. SATE ANDA" melalui penerapan *Business Model Canvas* ?
2. Bagaimana identifikasi sembilan blok elemen *Business Model Canvas* rumah makan "RM. SATE ANDA" menggunakan analisis SWOT untuk mengetahui posisi perusahaan ?
3. Bagaimana rancangan *Prototype* model bisnis "RM. SATE ANDA" sebagai strategi pengembangan usaha ?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

1. Mengetahui kondisi bisnis "RM. SATE ANDA" melalui penerapan *Business Model Canvas*".

2. Mengetahui posisi kuadran "RM. SATE ANDA" pada diagram SWOT dengan mengidentifikasi sembilan blok elemen *Business Model Canvas*.
3. Merancang *Prototype* model bisnis "RM. SATE ANDA" sebagai strategi pengembangan usaha.

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

1. Bagi pemilik usaha, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan dalam pengembangan bisnis di masa mendatang.
2. Bagi para pelaku usaha sejenis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk mulai menciptakan model bisnisnya.
3. Bagi penelitian (akademisi), diharapkan penelitian ini mampu dijadikan sebagai referensi dan sumber informasi bagi penelitian selanjutnya. Serta dapat memberikan pemikiran baru dalam upaya inovasi model bisnis