

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Bisnis merupakan istilah yang mencakup berbagai kegiatan, mulai dari kewirausahaan skala kecil hingga perusahaan multinasional besar. Bisnis juga sebagai hal penting dari ekonomi modern yang menyediakan barang dan jasa sebagai kebutuhan serta keinginan kepada konsumen. Selain itu, bisnis dapat menciptakan lapangan kerja bagi jutaan orang di seluruh dunia. Dengan berbisnis dapat meningkatkan ekonomi dan pendapatan pribadi guna untuk memenuhi kebutuhan hidup. Bisnis dapat berawal dari usaha kecil milik keluarga, seperti peternakan atau bengkel.

Dalam menjalankan suatu bisnis strategi menjadi peran penting. Beberapa strategi analisis yang sudah lama dikenal yaitu Strength, Weaknesses, Opportunity and Threat Analysis (SWOT Analysis) dan Porter's Competitive Strategy. Keduanya telah banyak digunakan sesuai dengan kebutuhan perusahaan dimana SWOT analisis lebih menonjolkan kekuatan kemudian mengurangi kelemahan, sampai pada melihat peluang dan mengantisipasi ancaman. Sementara itu Competitive Strategy dari Porter lebih menekankan pada keunggulan kompetitif. Selain dua strategi itu ada juga strategi lain yang muncul yaitu Business Canvas Model (BCM).

BCM diciptakan oleh Alexander Osterwalder seorang theorist berasal dari Inggris pada tahun 2008. Business Canvas Model (BCM) sebagai alat manajemen strategis yang membantu suatu usaha memvisualisasikan dan menganalisis model

bisnis. Dengan adanya BCM akan memberikan kerangka kerja untuk memahami elemen kunci dari bisnis dan bagaimana bidang-bidang yang dipetakan relevan dan berkesinambungan satu sama lain. Menurut Osterwalder dan Pigneur (2012:12) Bentuk bisnis dapat dipetakan menjadi 9 bidang sebagai gambaran yang baik tentang bagaimana sebuah perusahaan menghasilkan uang. Lebih jauh lagi menurut Giesan et al. (2010) mengatakan bahwa organisasi yang menerapkan pendekatan ini harus inovatif agar dapat menyesuaikan dengan perubahan zaman yang ada. Di dalam business canvas model merangkum aspek-aspek relevan yang ada pada perusahaan dan dijadikan sebagai satu bingkai pemetaan sebagai sebuah strategi pengembangan bisnis. Analisa ini dipakai sebagai salah satu analisa bisnis yang handal khususnya dalam dunia kewirausahaan.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sebagai kewirausahaan yang berperan penting menaikkan perekonomian negara memberikan kontribusi yang signifikan terhadap lapangan kerja, pertumbuhan ekonomi dan pemerataan pendapatan negara. Indonesia sebagai negara berkembang berdasarkan data terakhir tahun 2013 dari Badan Pusat Statistik memiliki sekitar 57.895.721 unit UMKM termasuk provinsi Sulawesi Utara (SULUT) di dalamnya.

Kota Tomohon sebagai salah satu kota yang berada di SULUT memiliki bidang-bidang UMKM seperti usaha kuliner, fashion, peternakan, perdagangan dan agribisnis. Berdasarkan data terakhir yang peneliti dapatkan lewat Dinas UKM dan Koperasi Kota Tomohon pada tahun 2021 mencatat ada sebanyak 13.280 UKM di Kota Tomohon yang terbagi atas 5 kecamatan. Dari jumlah UKM seluruhnya, diketahui tersebar pada kecamatan Tomohon tengah sebesar 11.95%, Kecamatan Tomohon Selatan sebesar 14.39%, kecamatan Tomohon Barat sebesar 15.80%,

kecamatan Tomohon Utara sebesar 36.89% dan kecamatan Tomohon Timur sebesar 13.96%. Berdasarkan data ini, bisnis restoran atau kuliner di kota Tomohon sangat berkembang dan mengambil jumlah yang cukup besar dalam jumlah UMKM Kota Tomohon yaitu sebesar 32.27% dari jumlah seluruh jenis bidang usaha yang ada.

Dari data awal tersebut menjadi alasan tersendiri bagi penulis dalam mengambil cakupan spesifikasi penelitian bisnis restoran. Kobong Cafe bertempat di kota Tomohon tepatnya pada kecamatan Tomohon Selatan. Akibat dari pandemi Covid-19 ditemukan masalah yaitu pendapatan restoran menurun dan ditemukan Kobong Cafe belum memiliki strategi pengembangan bisnis yang maksimal. Sebagai bisnis restoran yang sudah berdiri lebih dari lima tahun peneliti melihat berbagai faktor internal dan eksternal yang dapat dianalisa, juga menemukan dalam operasional bisnis berjalan belum menggunakan BCM. Masalah, situasi dan kondisi yang ditemukan di lapangan menjadi satu fenomena untuk dapat diteliti. Untuk mengatasi hal tersebut, salah satu solusi yang dapat digunakan dan terbaru yaitu penetapan BCM yang sesuai sehingga akan meningkatkan performa perusahaan untuk mencapai hasil semaksimal mungkin. Penelitian dilakukan pada Kobong Cafe Tomohon dengan mengambil judul penelitian yaitu “Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Restoran menggunakan Pendekatan BCM pada Kobong Cafe Tomohon”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Setelah melakukan penelitian pendahuluan penulis mendapatkan masalah yang terjadi pada Kobong Café Tomohon yaitu usaha sudah berjalan cukup lama namun belum menetapkan BCM sehingga rumusan masalah yang ditarik pada

penelitian ini belum adanya *Business Canvas Model* yang digunakan pada Kobong Cafe Tomohon.

### **1.3 Pertanyaan Penelitian**

Penyusunan *BCM* suatu bisnis atau usaha harus melihat berbagai faktor baik itu faktor eksternal maupun faktor internal. Melihat rumusan masalah yang tersusun di atas maka penulis menarik pertanyaan penelitian sebagai berikut.

1. Apa saja faktor eksternal dan internal yang terdapat pada *strength, opportunity, weakness, threat (SWOT) Analysis* pada bisnis usaha restoran Kobong Cafe Tomohon?
2. Bagaimana kegiatan operasional hulu ke hilir bisnis restoran Kobong Cafe Tomohon?
3. Bagaimana pemetaan *BCM* yang sesuai untuk bisnis restoran Kobong Cafe Tomohon?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pertanyaan penelitian yang sudah tersusun di atas maka ditarik tujuan penelitian yaitu menganalisis faktor-faktor eksternal dan internal Kobong Cafe Tomohon sehingga dapat menyusun strategi pengembangan bisnis restoran menggunakan pendekatan *BCM*. Dan pada akhirnya menghasilkan analisa *BCM* terkini untuk Kobong Cafe Tomohon.

## 1.5 Batasan Penelitian

Dalam penyusunan ini penulis menentukan batasan-batasan di bawah ini agar penelitian dapat terarah dan fokus pada objek serta elemen-elemen yang diteliti sehingga ditentukan batasan penelitian sebagai berikut :

1. Objek penelitian berfokus pada Kobong *Cafe* Tomohon.
2. Responden yang ada pada penelitian ini dibatasi pada pemangku kepentingan langsung (*direct stakeholder*) Kobong *Cafe* Tomohon.
3. Periode penelitian ini selama 3 bulan yaitu dimulai pada bulan April 2023 dan berakhir pada bulan Juni 2023
4. Hasil penelitian dan analisa yang dihasilkan berdasarkan data per Juni 2023

## 1.6 Manfaat Penelitian

Bagi Pelaku Usaha :

1. Pihak Kobong *Cafe* Tomohon dapat mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal apa saja yang ada pada bisnis untuk berkembang.
2. Pihak Kobong *Cafe* Tomohon dapat mengidentifikasi faktor-faktor kelemahan, kekuatan, kesempatan dan ancaman dari usaha yang berjalan.
3. Dengan disusunnya *Business Canvas Model* pihak Kobong *Café* Tomohon mendapatkan strategi pengembangan bisnis untuk kegiatan usaha.

Bagi Penulis :

1. Dengan penyusunan penelitian ini penulis mampu memberikan solusi kepada pelaku usaha dalam rangka peningkatan pertumbuhan ekonomi.
2. Menambah wawasan penulis dalam menganalisa suatu masalah khususnya topik yang diangkat dalam penelitian ini.

3. Sebagai penelitian terdahulu bagi yang akan melakukan penelitian menggunakan pendekatan BCM.