

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Bisnis bukan lagi dipandang sebagai bidang pekerjaan yang hanya dilakukan oleh masyarakat kelas tertentu, tetapi di era digital saat ini menunjukkan bahwa bisnis memiliki jangkauan yang luas. Perubahan mindset masyarakat akan perkembangan bisnis membuka gairah baru bagi setiap orang untuk dapat memanfaatkan peluang yang ada. Pada dasarnya setiap manusia memiliki potensi diri yang merupakan akumulasi dari keterampilan-keterampilan yang dimiliki. Terkait dengan dunia usaha, para pelaku bisnis perlu dibekali dengan berbagai ketrampilan yang menunjang pengembangan usaha. Pelaku bisnis khususnya UMKM pada tingkat *start up* perlu memiliki perencanaan bisnis yang dituangkan pada sebuah model bisnis (Agustin et al., 2021)

Sebuah model bisnis yang dapat memetakan kerumitan dalam menganalisis strategi perusahaan ke dalam sembilan elemen baik secara internal maupun eksternal (Osterwalder, A., & Pigneur, 2018). Tentunya model bisnis ini bertujuan untuk memudahkan pelaku usaha dalam mencari ramuan strategi tertentu agar dapat bersaing dengan kompetitor yang lain. Melihat kebutuhan dasar manusia akan makanan menjadikan usaha kuliner menjadi lini usaha yang diminati banyak orang. Tidak dapat dipungkiri bahwa banyak para pelaku usaha memilih membuka usaha di bidang kuliner karena usaha kuliner merupakan bisnis yang akan menguntungkan sepanjang masa selain itu, makan dan minum adalah kebutuhan pokok manusia, sehingga bisnis kuliner akan terus berkembang (Alamsyah, 2019).

Pengelolaan usaha kuliner yang tepat akan mendatangkan keuntungan dalam jangka waktu yang lama. Tentu keberhasilan usaha kuliner ini memerlukan suatu keahlian. Bisnis kecil yang mengandalkan keahlian penyusunan strategi dan memiliki waktu yang terbatas dari pemiliknya pada umumnya justru menunjukkan lebih banyak keprihatinan perencanaan yang mendasar dibandingkan perusahaan yang lebih besar pada industri yang sama (Suryana, Y., & Bayu, 2018)

Entrepreneur selalu berpikir *action oriented* dan tidak puas jika hanya bergelut dalam teori saja, namun lebih kepada praktik berwisausaha. Dalam

mewujudkan pola pikir *action oriented* inilah seorang *entrepreneur* diajak untuk berpikir kritis dalam melihat fenomena bisnis yang ada. Begitu pula yang terjadi pada Burstaco yaitu *brand* yang menjual produk berupa makanan yaitu Taco yang berasal dari Mexico. Taco sendiri biasanya berisi daging (ayam, sapi, ikan) dan ada beberapa sayuran lalu digulung atau dilipat dengan kulit tortilla tepung maupun tortilla jagung lalu di atasnya di beri saus yang terbuat dari *Sourcream* dan campuran bumbu lainnya. Bisnis ini berdiri pada November 2020 dengan melakukan penjualan via *Social Media* khususnya *Instagram* yang mana penjualan tersebut dilakukan secara *PreOrder*. Agar dapat memiliki keunggulan kompetitif yang berdaya saing, pelaku usaha perlu membuat pemetaan bisnis (Awaluddin, 2021)

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik usaha didapat fakta bahwa usaha Burstaco ini belum melakukan pemetaan bisnis untuk dapat memiliki daya saing dengan kompetitor. Kurangnya pengetahuan kewirausahaan menyebabkan pemilik usaha masih menjual taco secara tradisional tanpa memanfaatkan perkembangan sosial media yang ada saat ini. Sebuah bisnis terdiri dari berbagai hal-hal kompleks yang merupakan komponen penyusun entitas itu terbentuk. Dalam pencapaian target maksimal akan memerlukan perumusan model bisnis yang tepat sehingga pelaku usaha tidak takut bersaing dengan kompetitor yang menjual dengan harga lebih murah (Susilowati, 2021)

Pebisnis yang memperkuat jaringan dan memperbanyak mitra untuk memenangkan pasar, ada pula pebisnis yang justru menjual produknya dengan harga premium dan menawarkan kualitas kepada konsumen. Salah satu alat bantu yang digunakan untuk merumuskan kerumitan-kerumitan bisnis tersebut ke dalam selembar kertas dengan membagi komponen bisnis ke dalam sembilan elemen dinamakan dengan *Business Model Canvas* (BMC). Kotak-kotak yang terdiri dari sembilan elemen tersebut ini berisikan elemen-elemen penting yang menggambarkan bagaimana entitas menciptakan nilai dan mendapatkan manfaat dari konsumen (Fabiana Meijon Fadul, 2019). Elemen-elemen tersebut meliputi *Customer Segment*, *Value Propositions*, *Channel*, *Customer Relationship*, *Revenue Streams*, *Key Activities*, *Key Partnership*, *Key Resources* dan *Cost Structure* (Suwarni & Handayani, 2021)

Analisis SWOT dan *Business Model Canvas* (BMC) Sebagai Solusi dalam Menentukan Strategi Pengembangan Usaha Kuliner Perusahaan yang telah besar pun harus memiliki strategi untuk dapat bersaing di pasar bisnis. *Business Model Canvas* (BMC) memiliki keunggulan dalam analisis model bisnis yaitu mampu menggambarkan secara sederhana dan menyeluruh terhadap kondisi suatu perusahaan saat ini berdasarkan segmentasi pasar, *value* yang ditawarkan, jalur penawaran nilai, hubungan dengan pelanggan, aliran pendapatan, *asset vital*, mitra kerja sama, serta struktur biaya yang dimiliki. Sedangkan hasil observasi menunjukkan bahwa ini belum pernah memetakan bisnis dengan menggunakan pendekatan *Business Model Canvas* (BMC) tersebut sehingga pemilik usaha mengalami kesulitan dalam mendeteksi elemen-elemen usaha.

Strategi perencanaan tersebut bukan hanya pada bidang bisnis saja tetapi pada manajemen segala bidang yang memerlukan kontrol seperti pada manajemen perpustakaan. Kaitannya dengan mutu pendidikan maka manajemen perpustakaan berada pada mutu proses bagaimana kemampuan lembaga pendidikan mendayagunakan sarana sumber belajar secara optimal (Susilowati, 2021)

Dari penjelasan di atas dapat terlihat bahwa bisnis model tersebut tidak hanya dapat digunakan untuk membantu perencanaan di bidang bisnis saja tetapi dapat mencari permasalahan beserta solusi yang terdapat pada bidang lainnya terutama yang terkait dengan kualitas layanan atau mutu produk. Analisis ini dapat membantu pelaku bisnis untuk merumuskan kelebihan (*Strength*) usaha yang dimiliki dan berdampingan dengan kelemahan (*Weakness*) usaha. Selain itu, analisis SWOT juga digunakan untuk memetakan apa yang menjadi peluang (*Opportunity*) bahkan hal-hal yang mengancam suatu usaha (*Threat*). Analisa SWOT merupakan evaluasi dari faktor internal yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan usaha dan evaluasi dari faktor eksternal usaha yaitu peluang dan ancaman di mana analisis ini berkaitan erat dengan *Business Model Canvas* (Larisang & Kamil, 2021). Kedua strategi tersebut saling melengkapi satu sama lain dan perlu dipahami oleh pelaku bisnis untuk dapat bersaing secara kompetitif.

Taco merupakan makanan khas yang datang dari Mexico. Taco biasanya berisi daging sapi yang di *grill* serta dikombinasikan dengan *salsa*, *dressing*, *salad*.

Di Indonesia, masih banyak orang yang belum mengetahui taco atau bisa di bilang taco belum begitu familiar di Indonesia terlebih di Semarang. Namun di saat ini taco mulai banyak bermunculan karena hadirnya Tacobell di Jakarta. Oleh karena hal tersebut masyarakat mulai mengenal makanan Taco, akan tetapi Taco masih belum di sesuaikan dengan lidah masyarakat Indonesia. Maka dari itu, usaha ini kami buat dengan menginovasi rasa Taco agar dapat di terima oleh masyarakat Indonesia khususnya di Semarang. Berdasarkan riset dari masyarakat di kota Semarang, kebanyakan mereka menginginkan makanan yang praktis, praktis tersebut dalam hal sekali makan sudah mengandung karbohidrat, serat, protein dan sayur. Hal yang mereka cari semuanya ada pada produk kami yaitu Taco. Seperti yang kami ketahui masyarakat khususnya remaja susah untuk makan sayur dimana sayur tersebut suatu hal yang penting karena mengandung nilai gizi yang diperlukan untuk tubuh, maka produk ini dapat menjadi alternative untuk keresahan tersebut.

Bisnis ini didirikan untuk mengisi waktu luang selain itu dikarenakan memiliki hobby memasak dari SMP maka peneliti membuka usaha ini selain untuk menambah uang saku bisnis ini digunakan untuk melatih dan mengembangkan *skill* memasak. Berikut ini adalah data penjualan pada Burstaco.id di Semarang. Data penjualan Burstaco.id di Semarang :

Tabel 1. 1 Data penjualan Burstaco.id Tahun 2022

Bulan	Pendapatan	Persentase
Januari	8.256.400	-
Februari	8.221.500	(0,42)
Maret	9.258.652	12,62
April	6.582.400	(28,91)
Mei	7.542.100	14,58
Juni	6.325.300	(16,13)
Juli	6.525.400	3,16
Agustus	6.625.200	1,53
September	6.125.200	(7,55)
Oktober	5.212.400	(14,90)
November	5.124.500	(1,69)
Jumlah	75.799.052	
Rata-rata	6.890.823	

Sumber: Burstaco.id di Semarang, 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat terjadi penurunan pendapatan pada Burstaco.id di bulan September – November 2022. Sedangkan rata-rata perndapatan perbulan dari Burstaco.id sebesar Rp. 6.890.823,- perbulan. Dengan adanya penurunan pendapatan tersebut maka penelitian ini layak untuk dikaji lebih lanjut dan diharapkan dapat memberikan solusi strategi apa yang harus dilakukan oleh Burstaco.id untuk meningkatkan pendapatannya. Permasalahan yang terjadi di Burstaco.id harus segera diatasi dan untuk membantu mengatasi permasalahan yang terjadi pada Burstaco.id, peneliti melakukan penelitian untuk melakukan pengembangan bisnis dengan harapan dapat membantu proses bisnis Burstaco.id dengan melakukan analisis menggunakan Business Model Canvas dan analisis *Strengths, Weakness, Opportunities, dan Threats* (SWOT). Menurut (Larisang & Kamil, 2021) Osterwalder dan Pigneur (2012:216) analisis SWOT memberikan empat perspektif untuk menilai elemen-elemen suatu model bisnis, sedangkan Kanvas Model Bisnis memberikan fokus yang diperlukan untuk sebuah diskusi yang terstruktur.

Bisnis Model Canvas atau BMC dapat membantu perusahaan untuk memahami aspek bisnis dan model yang sedang berjalan, apa yang mungkin pada aspek perusahaan tersebut perlu di tambah atau dirubah sehingga perusahaan bisa menentukan arah bergerak perusahaan serta mengetahui keunggulan bersaing yang ada pada bisnis yang sedang dijalankan, sedangkan SWOT dengan waktu yang bersamaan dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang dan meminimalkan kelemahan dan ancaman dari faktor internal maupun eksternal, sehingga nantinya dapat memberikan strategi yang tepat untuk melakukan pengembangan dan perluasan pasar selain itu memberikan suatu panduan agar perusahaan menjadi lebih fokus, sehingga dengan penempatan analisis SWOT dapat dijadikan sebagai perbandingan pikir dari berbagai sudut pandang, baik dari segi kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman (Rangkuti, 2013)

Di bawah ini merupakan hasil pra survei pada Burstaco.id yang dilakukan dengan Pemilik Burstaco.id yang benar-benar paham dalam bidang retail dan memiliki wewenang dalam pengambilan keputusan di Burstaco.id. Untuk membantu mengidentifikasi strategi-strategi alternatif pada Burstaco.id yaitu

dengan cara menganalisis lingkungan internal dan eksternal sebagai dasar untuk menentukan strategi yang tepat pada waktu mendatang, sebagai berikut :

Tabel 1. 2 Pra Survey Burstaco.id

No	Kekuatan	No	Kelemahan
1	Bahan yang digunakan berkualitas tinggi	1	Penjualan produk masih harus melalui <i>preorder</i>
2	Memiliki rasa yang enak	2	Produk tidak <i>ready</i> tiap saat
3	Burstaco.id sudah memiliki target pasar yang jelas	3.	Belum memiliki admin khusus untuk penjualan online
4.	Pemberian bonus setiap setahun sekali bagi pelanggan tetap	4.	Sering mengalami keterlambatan dalam hal penerimaan pesanan karena lamanya respon admin
5.	Bahan yang digunakan <i>homemade</i> dan tidak mengandung pengawet	5.	Belum memiliki mesin EDC untuk pembayaran secara <i>debit card</i> dan <i>credit card</i>
6.	Kemasan yang unik		
7.	Menyediakan produk baru yang tepat sesuai keinginan konsumen		
No	Ancaman	No	Peluang
1	Aktivitas produksi dan kualitas produksi yang terhambat akibat hal – hal yang tidak terduga misalnya musim hujan ataupun perkiraan kebutuhan bahan baku yang meleset	1	mitra yang selalu menyediakan bahan baku untuk kelancaran proses produksi dan melengkapi proporsi nilai perusahaan.
2	Meningkatnya harga bahan baku	2	Kesempatan menggunakan teknologi informasi untuk promosi melalui sosial media sebagai upaya mendukung peningkatan penjualan produk
3.	Tersedianya produk inovatif yang lebih murah yang ditawarkan oleh pesaing.	3.	Banyak dicari oleh konsumen yang sedang melakukan <i>diet</i> karena produk ini di dominasi oleh sayuran dan ada proteinnya
4.	Bertambahnya pesaing dengan merk yang lebih terkenal	4.	Banyaknya anak muda yang menyukai makanan kekinian maupun <i>western</i>
5.	Banyak konsumen yang sudah mulai bosan	5.	Makanan kekinian yang di sukai

Sumber : Data Primer yang diolah, 2022

Tabel 1.2 diatas merupakan hasil kuesioner yang diperoleh dari pemilik Burstaco.id, sehingga dengan adanya hasil tersebut dapat diketahui strategi yang digunakan oleh Burstaco.id dalam meningkatkan penjualannya. Berdasarkan uraian diatas maka peneliti tertarik untuk meneliti mengenai **Strategi Pengembangan Bisnis Burstaco.id di Semarang Berdasarkan Pendekatan *Business Model Canvas* (BMC)**

1.2 Perumusan Masalah

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimanakah strategi pengembangan bisnis Burstaco.id di Semarang berdasarkan pendekatan *Business Model Canvas* (BMC)

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pengembangan bisnis Burstaco.id di Semarang berdasarkan pendekatan *Business Model Canvas* (BMC)

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini dibuat dengan harapan dapat memberi manfaat dan informasi, diantaranya:

1. Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dan masukan bagi Burstaco terkait dengan alternatif strategi melalui model bisnis baru yaitu *Business Model Canvas* (BMC) dalam menjalankan dan mengembangkan usaha.

2. Bagi akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberi wawasan dan ilmu pengetahuan di bidang pemasaran terutama mengenai BMC serta dapat berguna untuk mengimplementasikan teori dan ilmu pengetahuan di kehidupan nyata yang telah diperoleh sewaktu kuliah. Selain itu juga dapat menambah referensi bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya mengenai strategi pengembangan usaha dengan pendekatan BMC.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini dapat digunakan sebagai tambahan kajian pustaka atau literatur untuk penelitian lain yang mengambil tema sejenis di masa yang akan datang

