

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Perusahaan

Namina Resto adalah sebuah perusahaan kuliner yang berlokasi di Kabupaten Garut, menyajikan beragam hidangan khas Sunda dengan pemandangan alam yang indah. Restoran ini hadir sejak September 2020, di tengah kesulitan akibat Pandemi Corona, dan terletak di Jalan Raya Garut – Cikajang KM 14, Sirnagalih, Cisurupan, Kabupaten Garut. Namina Resto memadukan cita rasa makanan dengan keindahan alam, menciptakan pengalaman bersantap yang unik. Restoran ini beroperasi dari pukul 09.00 AM hingga 07.00 PM.

Berikut merupakan logo dari Namina Resto:



Gambar 1.1 NaminaResto

Namina Resto tidak hanya berfungsi sebagai tempat makan, tetapi juga menyediakan berbagai fasilitas rekreasi untuk kenyamanan pengunjung. Restoran ini memiliki ruang-ruang yang luas dan mampu menampung hingga ratusan pengunjung, cocok untuk berbagai acara seperti pertemuan keluarga besar atau acara khusus lainnya. Halaman luar yang hijau dan asri juga dapat digunakan sebagai lokasi pernikahan, menawarkan latar belakang alami yang indah.

Fasilitas di Namina Resto beragam, termasuk karaoke, kebun stroberi yang

memungkinkan pengunjung untuk memetik stroberi langsung, serta body rafting bagi yang ingin menikmati petualangan di alam. Selain itu, terdapat juga fasilitas rakit atau perahu yang menambah kesan berbeda dalam menikmati hidangan dengan suasana alam yang tenang.

Restoran ini juga memiliki berbagai spot foto yang menarik dengan suasana estetik dan dekorasi yang mendukung. Menu yang tersedia mencakup hidangan tradisional Sunda seperti nasi liwet, ikan bakar, ayam goreng, karedok, dan berbagai hidangan khas Sunda lainnya. Namina Resto juga menyajikan kopi khas Garut, menambah dimensi lokal yang unik dalam pengalaman bersantap.

Target pasar Namina Resto mencakup segmen pasar yang mencari kuliner khas serta segmen pasar yang mencari kegiatan pariwisata. Dengan tim yang terdiri dari 36 karyawan, Namina Resto berkomitmen untuk menjaga standar pelayanan dan kualitas, serta menjadi bagian penting dari komunitas lokal di Kabupaten Garut.

1.1.2 Visi dan Misi

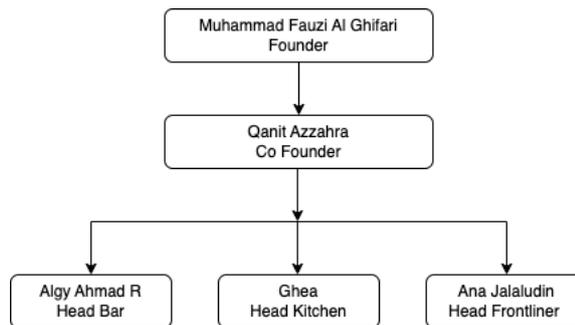
Visi

Memberikan konsep restorasi yang dapat menjangkau semua segmen, dengan penekanan utama pada tingkat layanan dan keterlibatan pelanggan.

Misi

Menciptakan dan memperluas seluruh lini usaha untuk memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi masyarakat.

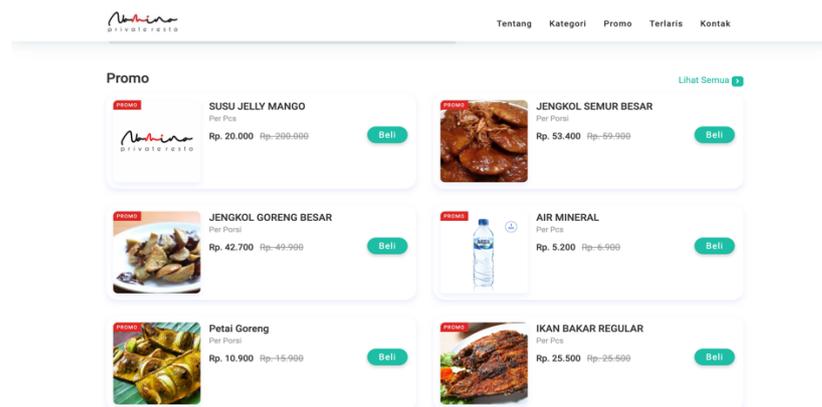
1.1.3 Struktur Organisasi



Gambar 1.2 Struktur Organisasi

1.1.4 Menu

Namina Resto telah menyediakan tautan khusus yang memungkinkan pelanggan untuk mengakses menu secara digital. Fasilitas ini dirancang untuk memudahkan pelanggan dalam melihat pilihan hidangan yang tersedia, sehingga mereka dapat dengan lebih mudah merencanakan pesanan sebelum tiba di restoran. Dengan adanya akses online ini, pelanggan tidak perlu lagi meminta daftar menu fisik, yang tentunya meningkatkan kenyamanan dan efisiensi dalam pengalaman bersantap.



Gambar 1.3 Tampilan Menu

Sumber: <https://blidiwa.link/naminaresto/>

Tabel 1.1 Daftar Menu

Menu Utama	
Nama Menu	Harga
Paket Anak	Rp 21.500
Paket Cemilan	Rp 10.600

Paket 18.400	Rp 18.400
Paket 40.000	Rp 40.000
Paket 50.000	Rp 50.000
Paket 52.000	Rp 52.000
Paket 60.000	Rp 60.000
Paket 70.000	Rp 70.000
Paket Private Ayam Bakar	Rp 32.200
Paket Private Ayam Goreng	Rp 35.000
Paket Private Ikan Cobek	Rp 42.000
Paket Private Ayam Pejantan	Rp 41.600
Paket Ayam Pejantan Cobek	Rp 38.000
Paket Nasi Liwet Ikan Bakar	Rp 43.100
Paket Nasi Liwet Ayam Goreng	Rp 43.100
Tumis Kangkung	Rp 10.600
Sayur Asem	Rp 6.800
Telur Dadar	Rp 5.700
Ikan Asin	Rp 3.100
Mie Gejrot	Rp 12.700
Nasi Liwet	Rp 7.000
Nasi 1 Bakul	Rp 17.000
Nasi 1 Porsi	Rp 5.200
Jengkol Semur Besar	Rp 53.400
Jengkol Semur	Rp 14.900
Jengkol Goreng Besar	Rp 42.700
Jengkol Goreng	Rp 12.900
Petai Goreng	Rp 10.900
Tahu Goreng	Rp 2000
Tempe Goreng	Rp 2000
Tempe Mendoan	Rp 2.500
Tumis Genjer	Rp 10.600
Kangkung Chrispy	Rp 10.600
Oseng Tauge	Rp 10.600
Pencok Kacang Panjang	Rp. 10.000
Karedok Leunca	Rp 10.000
Karedok Sunda	Rp 10.000

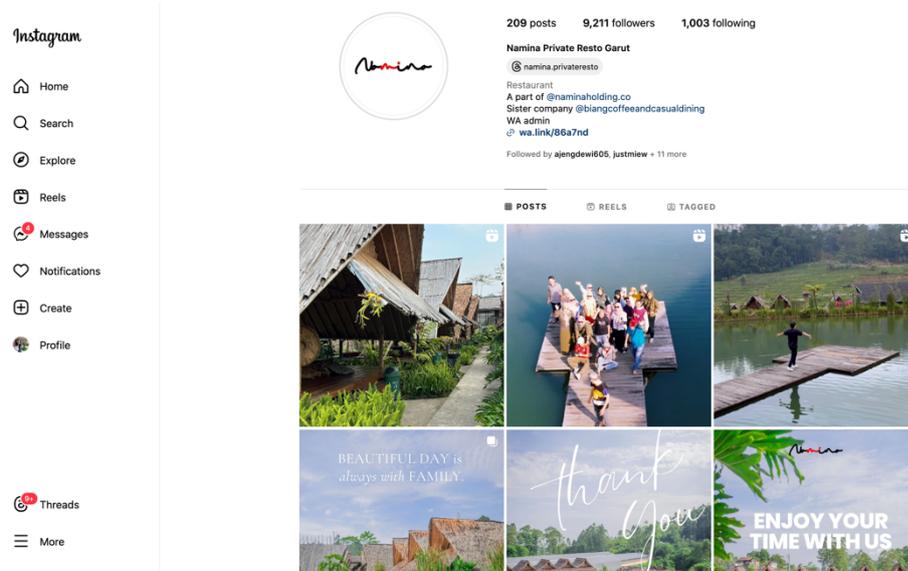
Ikan Nila Cobek Reguler	Rp 27.900
Ikan Bakar Reguler	Rp 25.500
Ikan Goreng Reguler	Rp 25.500
Ayam Pejantan Goreng	Rp 25.500
Ayam Pejantan Bakar	Rp 25.500
Minuman	
Nama Menu	Harga
Susu Jelly Mango	Rp 20.000
Soft Drink	Rp 8.800
Air Mineral	Rp 5.200
Teh Manis Dingin	Rp 6.200
The Manis Panas	Rp 6.200
Jeruk Dingin	Rp 10.900
Jeruk Panas	Rp 10.900
Kelapa Muda	Rp 12.000
Ice Cappucino	Rp 22.000
Hot Cappucino	Rp 20.000
Ice Caramel Macchiato	Rp 27.000
Mango Yakult	Rp 16.000
Lychee Yakult	Rp 17.000
Ice Red Velvet	Rp 20.000
Hot Red Velvet	Rp 20.000
Ice Peach Tea	Rp 17.000
Ice Lemon Tea	Rp 17.000
Ice Chocolate	Rp 20.000
Ice Hazelnut	Rp 25.000
Hot Hazelnut	Rp 23.000
Ice Pappermint	Rp 25.000
Hot Pappermint	Rp 23.000
Ice Vanilla	Rp 25.000
Hot Vanilla	Rp 23.000
Ice Caramel	Rp 25.000
Hot Caramel	Rp 23.000
Hot Mocha	Rp 22.000
Ice Long Black	Rp 18.000
Hot Long Black	Rp 18.000

Ice Caffè Latte	Rp 24.000
Hot Caffè Latte	Rp 22.000
Es Kopi Susu	Rp 20.000
Susu Regal	Rp 20.000
Excus Me Mango	Rp 20.000
Mazagran	Rp 18.000
Hot Lemon Tea	Rp 17.000
Hot Peach Tea	Rp 17.000
Mint Mojito	Rp 17.000
Lychee Mojito	Rp 20.000
Lychee Tea	Rp 17.000
Ice Chocoberry	Rp 20.000
Cemilan	
Buah Potong	Rp 5.300
Cireng Rujak	Rp 15.000
Pisang Keju Gula Aren	Rp 15.000
Pisang Goreng	Rp 15.000
Bakwan Bayam	Rp 15.000
Gehu Bayam	Rp 15.000

1.1.5 Pemanfaatan Sosial Media

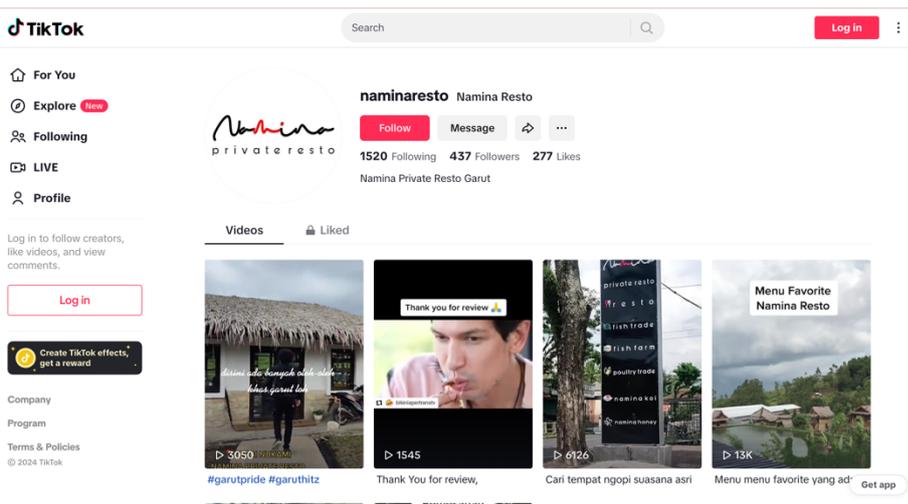
Namina Resto memanfaatkan media sosial sebagai sarana utama untuk promosi daring, dengan aktif di berbagai platform, termasuk Instagram dan TikTok. Melalui Instagram, restoran ini menyajikan foto dan video yang menampilkan hidangan, suasana restoran, serta berbagai penawaran khusus. Sementara itu, di TikTok, mereka menggunakan konten video pendek yang kreatif untuk menarik perhatian dan meningkatkan interaksi dengan pelanggan. Kehadiran di media sosial ini memungkinkan Namina Resto menjangkau audiens yang lebih luas dan memperkuat hubungan dengan pelanggan secara efektif di era digital.

a. Instagram



Gambar 1.4 Instagram

b. Tiktok



Gambar 1.5 Tiktok

1.2 Latar Belakang Penelitian

Dalam era globalisasi dan persaingan bisnis yang semakin ketat, strategi pengembangan bisnis yang efektif menjadi kunci utama bagi perusahaan untuk bertahan dan berkembang. Business Model Canvas (BMC) adalah salah satu alat yang banyak digunakan dalam merancang strategi bisnis, yang membantu perusahaan memvisualisasikan, merancang, dan memodifikasi model bisnis mereka secara sistematis dan menyeluruh. BMC memungkinkan perusahaan untuk mengevaluasi berbagai aspek dari model bisnis mereka, termasuk segmen pasar, proposisi nilai, saluran distribusi, hubungan pelanggan, sumber daya kunci, aktivitas kunci, mitra kunci, dan struktur biaya. Alat ini mempermudah pengusaha dalam mengidentifikasi proposisi nilai dan merencanakan aktivitas serta sumber daya utama yang diperlukan untuk menciptakan nilai dan menghasilkan pendapatan. Selain berguna untuk mengevaluasi model bisnis yang ada, BMC juga efektif dalam merancang model bisnis baru yang menjelaskan bagaimana bisnis memperoleh keuntungan serta siapa pelanggannya (Putri & Utama, 2017; Priyadi & Prasetio, 2018).

Namina Resto, sebuah perusahaan kuliner yang berlokasi di Kabupaten Garut, telah menghadapi tantangan signifikan sejak peluncurannya pada September 2020 di tengah pandemi COVID-19. Restoran ini menggabungkan hidangan khas Sunda dengan pengalaman pariwisata alam, menawarkan berbagai fasilitas rekreasi seperti karaoke, kebun stroberi, body rafting, serta opsi rakit atau perahu. Beroperasi dari pukul 09.00 AM hingga 07.00 PM, Namina Resto menasar segmen pasar yang mencari kuliner khas serta kegiatan pariwisata. Namun, dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat dan dinamika pasar yang terus berubah, Namina Resto dihadapkan pada berbagai tantangan yang memerlukan adaptasi dan perubahan dalam model bisnis mereka.

Beberapa masalah utama yang perlu diperhatikan adalah infrastruktur dan aksesibilitas yang belum optimal, pemasaran yang kurang efektif, serta pemanfaatan teknologi yang masih terbatas. Namina Resto memiliki lokasi yang tidak strategis dengan, termasuk akses yang sulit. Selain itu, pemasaran Namina

Resto mungkin belum mencapai audiens yang lebih luas, khususnya di luar Kabupaten Garut, sehingga perlu meningkatkan kehadiran di media sosial dan bekerja sama dengan platform digital seperti Traveloka dan Tiket.com. Pemanfaatan teknologi dalam operasional Namina Resto juga perlu ditingkatkan untuk meningkatkan efisiensi dan pengalaman pelanggan.

Di tengah pertumbuhan industri kuliner dan pariwisata di Kabupaten Garut, Namina Resto juga menghadapi kompetisi yang semakin meningkat dari restoran-restoran baru yang menawarkan konsep unik dan inovatif. Perubahan preferensi konsumen setelah pandemi COVID-19, dengan meningkatnya permintaan akan layanan yang lebih personal, ramah lingkungan, dan berfokus pada kesehatan, juga menuntut Namina Resto untuk menyesuaikan proposisi nilai dan layanan mereka. Selain itu, meskipun memiliki lahan yang luas, pemanfaatan lahan tersebut mungkin belum maksimal, sehingga perlu dipertimbangkan penambahan tempat rekreasi untuk meningkatkan daya tarik. Pengelolaan fasilitas rekreasi yang ada, seperti kebun stroberi dan body rafting, juga memerlukan manajemen yang baik dan terus-menerus untuk memastikan pengalaman pengunjung yang optimal.

Dengan berbagai tantangan ini, perubahan pada BMC Namina Resto diperlukan untuk meningkatkan kinerja bisnis dan daya saing di pasar yang semakin kompetitif. Perubahan ini bisa mencakup peningkatan infrastruktur, adopsi teknologi digital, strategi pemasaran yang lebih agresif, serta diversifikasi dan pengembangan fasilitas rekreasi. Untuk menghadapi tantangan ini, pendekatan yang lebih holistik dalam merancang dan mengembangkan strategi bisnis Namina Resto sangat diperlukan. Selain menggunakan BMC dan analisis SWOT, penting juga untuk menerapkan Porter's Five Forces, yang membantu memahami kekuatan kompetitif dalam industri, serta analisis PESTEL, yang mengidentifikasi faktor-faktor politik, ekonomi, sosial, teknologi, lingkungan, dan legal yang mempengaruhi kinerja bisnis. Dengan demikian, Namina Resto dapat mengembangkan strategi yang lebih efektif untuk bertahan dan tumbuh di pasar yang kompetitif.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan bisnis

Namina Resto dengan menggunakan BMC, analisis SWOT, Porter's Five Forces, dan PESTEL. Fokus utama dari analisis ini adalah untuk mengevaluasi dan mengidentifikasi elemen-elemen kunci dalam model bisnis Namina Resto, termasuk segmen pasar yang dituju, proposisi nilai yang ditawarkan, serta berbagai komponen lainnya yang mempengaruhi operasional dan strategi pengembangan mereka. Dengan pemahaman yang mendalam mengenai elemen-elemen ini, penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi strategis yang bermanfaat untuk pengembangan bisnis Namina Resto ke depan, serta memberikan kontribusi pada literatur mengenai penerapan BMC dan analisis SWOT dalam konteks bisnis kuliner dan pariwisata.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasar profil perusahaan dan latar belakang yang telah dipaparkan terkait Namina Resto, berikut merupakan rumusan masalah.

1. Bagaimana model bisnis Namina Resto saat ini berdasarkan Business Model Canvas Eksisting?
2. Bagaimana Analisis SWOT strategis terkait model bisnis yang telah diterapkan oleh Namina Resto hingga saat ini?
3. Bagaimana Business Model Canvas usulan berdasarkan hasil analisis SWOT?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis model bisnis Namina Resto yang ada saat ini dengan menggunakan kerangka Business Model Canvas (BMC). Analisis ini akan mengidentifikasi elemen-elemen kunci dalam model bisnis saat ini, termasuk segmen pasar, proposisi nilai, saluran distribusi, hubungan pelanggan, sumber daya kunci, aktivitas kunci, mitra kunci, dan struktur biaya.
2. Analisis SWOT akan memberikan gambaran tentang kekuatan (Strengths) dan kelemahan (Weaknesses) internal dari model bisnis Namina Resto saat ini, serta peluang (Opportunities) dan ancaman (Threats) yang ada di lingkungan eksternal. Analisis ini akan membantu mengidentifikasi area

yang memerlukan perbaikan dan peluang yang bisa dimanfaatkan untuk meningkatkan daya saing.

3. Berdasarkan hasil analisis BMC, tujuan penelitian ini adalah untuk merekomendasikan model bisnis yang lebih efektif untuk Namina Resto. Rekomendasi ini akan didasarkan pada identifikasi kekuatan dan kelemahan dari model bisnis saat ini, serta peluang dan ancaman yang ada dalam pasar, dengan tujuan meningkatkan daya saing dan keberlanjutan bisnis Namina Resto di masa depan.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperdalam interpretasi dan memberikan pedoman dasar dalam pembentukan strategi bisnis Namina Resto. Namina Resto perlu mengembangkan strategi terbaik melalui penerapan BMC. Dengan memiliki pemahaman menyeluruh terhadap faktor-faktor tersebut, Namina Resto dapat secara efektif memanfaatkan kekuatan internal, mengatasi kelemahan, dan meningkatkan strategi bisnis.

1.4.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis yang diperoleh yakni sebagai panduan bagi pemangku kepentingan dalam pengembangan strategi bisnis dan mengambil keputusan dalam mengelola sumber daya, serta mengoptimalkan potensi bisnis kedepannya. Diharapkan pula dapat memperkuat daya saing dan mencapai kesuksesan jangka panjang di pasar yang kompetitif.

1.5 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Guna mempermudah pemahaman mengenai isi penelitian, penulis menjelaskan sistematika penulisan yang digunakan dengan tujuan memberikan gambaran menyeluruh mengenai penelitian ini:

BAB I PENDAHULUAN

Menguraikan latar belakang penelitian, rumusan masalah, dan tujuan.

BAB II METODE PENELITIAN

Memaparkan landasan landasan teori yang digunakan untuk memahami teori yang mendasari penelitian, khususnya yang berkaitan dengan *Business Model Canvas*.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Menjelaskan metodologi dan teknik untuk mengumpulkan dan menganalisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Menyajikan hasil penelitian secara sistematis, menganalisis data, menarik kesimpulan, dan membandingkannya dengan penelitian sebelumnya atau teori relevan, serta memberikan rekomendasi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Menyajikan kesimpulan dari studi yang dilakukan dan rekomendasi yang berdasarkan hasil penelitian.