

ABSTRAK

Rumah makan GeTol merupakan salah satu usaha bisnis kuliner rumah makan yang ada di Kota Bandung. Tingginya tingkat persaingan dan pangsa pasar yang semakin tumbuh membuat rumah makan GeTol harus melakukan strategi untuk memenangkan persaingan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mengevaluasi gambaran model bisnis rumah makan GeTol. Dalam studi model bisnis, peneliti harus menggunakan sembilan *building block business model canvas* antara lain *customer segments, value propositions, channel, customer relations, revenue streams, key resources, key activities, key partnerships dan cost structure*. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data modeling dan kualitatif. Modeling dengan melakukan penyebaran kuesioner kemudian dianalisis menggunakan *business model canvas* yang setiap *building block* juga dianalisis dengan SWOT yang selanjutnya dirumuskan dengan *IPA matrix*. Sedangkan kualitatif dengan melakukan wawancara semi struktur.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa gambaran model bisnis rumah makan GeTol saat ini sudah cukup baik. Saran kepada rumah makan GeTol yaitu sebaiknya rumah makan GeTol menerapkan model bisnis yang dibuat berdasarkan penelitian yang berpedoman pada teori Osterwalder & Pigneur. Untuk menghadapi pesaing, rumah makan GeTol mensiasatinya dengan menentukan segmentasi pasar dan menyesuaikan harga produk sesuai dengan segmen yang

dipilih, menyediakan menu *seafood* organik dan menu non kolesterol agar dapat menyentuh seluruh lapisan konsumen. Selain itu, perlunya kegiatan pemasaran secara maksimal agar tersampainya nilai rumah makan GeTol secara cepat dan tepat sasaran.

Kata Kunci: Industri kuliner, Analisis *SWOT*, *Business Model*, *Business Model Canvas*, *IPA matix*, Studi Mode Bisnis.