

BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Peran krusial subsektor peternakan dalam penyediaan pangan hewani di Indonesia, termasuk daging, susu, dan telur, memiliki dampak yang sangat penting. Daging sapi, sebagai salah satu jenis produk pangan hewani, memberikan kontribusi terbesar kedua dalam konsumsi daging nasional, mencapai 15.45 persen setelah daging ayam (Danasari dkk, 2020). Faktor-faktor seperti pertumbuhan jumlah penduduk, peningkatan pendapatan masyarakat Indonesia, dan perubahan selera telah mendorong permintaan terus meningkat untuk daging sapi nasional. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) pada Gambar 1.1, produksi daging sapi menunjukkan *trend* yang meningkat pada 3 tahun terakhir yaitu 2020 hingga 2022 dengan menghasilkan ratusan ribu ton walaupun lebih rendah dari tahun sebelumnya pada 2019 dan tertinggi pada tahun 2016.

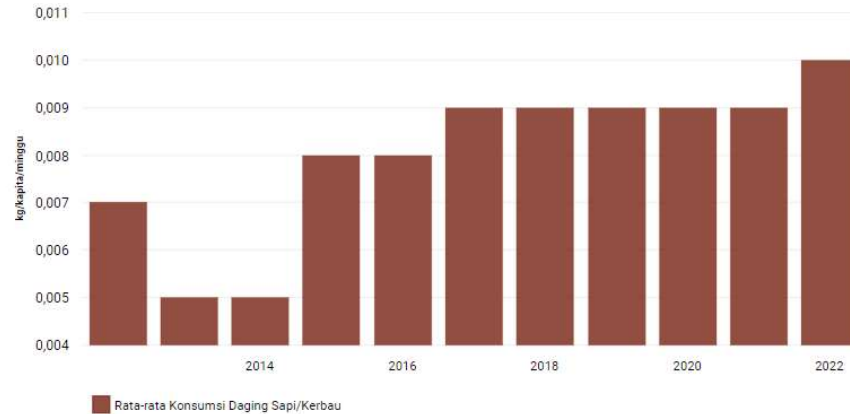


Gambar 1. 1 Produksi daging sapi di Indonesia

(Sumber: Badan Pusat Statistik Tahun 2023)

Daging sapi adalah salah satu makanan yang memiliki kandungan protein tinggi. Daging sapi banyak dikonsumsi oleh rumah tangga, dalam industri, hotel, dan restoran (Priyatno dkk, 2020). Data Badan Pusat Statistik (BPS) pada Gambar 1.2 menunjukkan bahwa rata-rata konsumsi daging sapi/kerbau di Indonesia pada 2022

sebesar 0,010 kg per kapita per minggu Angka itu naik dibanding tahun sebelumnya yang sebesar 0,009 kg per kapita per minggu.



Gambar 1. 2 Rata-rata Konsumsi daging sapi

(Sumber: Badan Pusat Statistik Tahun 2023)

Nilai daging sapi dapat ditingkatkan secara signifikan melalui proses pengolahan menjadi produk jadi atau setengah jadi. Proses pengolahan yang cermat merupakan solusi yang efektif untuk meningkatkan nilai suatu produk. Sebagai contoh konkret dalam hal olahan daging yaitu bakso yang telah meraih ketenaran di berbagai lapisan masyarakat Indonesia. Bakso yang menggunakan daging sapi sebagai bahan baku lebih dikenal dan telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari masyarakat. Upaya pengolahan bakso daging merupakan strategi optimal untuk memanfaatkan hasil dari peternakan, mengubah daging menjadi produk bernilai lebih tinggi, meningkatkan aspek ekonomisnya, dan memberikan manfaat yang lebih besar.

Bakso kini menjadi opsi makanan cepat saji yang cukup populer di kalangan masyarakat Indonesia. Dari lapisan masyarakat yang beragam, baik dari kelas sosial rendah hingga kelas atas, orang-orang sangat mengenal jenis makanan tradisional ini. Sebagai contoh pada Kota Bandung makanan olahan mie, termasuk varian yang mengandung bakso, baik yang direbus maupun digoreng, berdasarkan data rata-rata pengeluaran per kapita seminggu menurut kelompok makanan Kota Bandung, pengeluaran perkapita masyarakat untuk membeli bakso lebih tinggi dibandingkan

dua jenis makanan jadi lainnya menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Bandung pada tahun 2020-2022 yang dapat dilihat pada Tabel 1.1.

Tabel 1. 1 Rata - Rata Pengeluaran Perkapita Seminggu Masyarakat Kota Bandung untuk Kelompok Makanan 2020-2022

Rata-Rata Pengeluaran PerKapita Seminggu Menurut Kelompok Makanan Jadi di Kota Bandung (Rupiah/Kapita/Minggu)			
Jenis	Tahun		
	2020	2021	2022
Mie bakso, Mie Rebus, Mie Goreng	8.265	7.961	7.847
Makanan Gorengan	3.288	3.486	2.981
Siomay, Batagor	3.052	2.686	2.931

(Sumber: BPS Kota Bandung Konsumsi dan Pengeluaran 2023)

Berdasarkan Tabel 1.1 didapat bahwa pada data tersebut terjadi penurunan seiring bertambahnya tahun. Pada tahun 2020 Rata-rata pengeluaran perkapita Masyarakat untuk membeli mie bakso yaitu sebesar 8265, kemudian pada tahun 2021 mengalami penurunan menjadi 7961, dan pada tahun 2022 mengalami penurunan kembali menjadi 7847. Menurut data dapat diketahui bahwa minat membeli bakso seiring waktu mengalami penurunan. Walaupun ada penurunan, angka ini masih relatif tinggi dibandingkan dengan kategori makanan lain yang tercantum pada Tabel 1.1. Penurunan kecil dalam pengeluaran mencerminkan perubahan kondisi ekonomi atau preferensi konsumen. Hal tersebut diharapkan dapat mendorong banyak pelaku bisnis untuk melakukan inovasi pada produknya, dan mempertimbangkan penetapan harga dan juga strategi bisnis untuk meraih keunggulan dalam persaingan di pasar yang kompetitif.

Meskipun ada sedikit penurunan dalam pengeluaran, data menunjukkan bahwa masih ada minat yang kuat terhadap produk-produk berbasis mie dan bakso di Kota Bandung. Hal ini menunjukkan adanya peluang yang baik untuk bisnis bakso. Namun, untuk meraih kesuksesan dalam bisnisnya, perlu memperhatikan tren pasar, melakukan inovasi produk, dan menyesuaikan strategi dengan kondisi ekonomi saat

ini. Faktor tersebut dapat menjadi motivasi utama bagi Baso Urat Saturnus Gatsu yang bergerak dalam industri kuliner, khususnya di sektor baso.



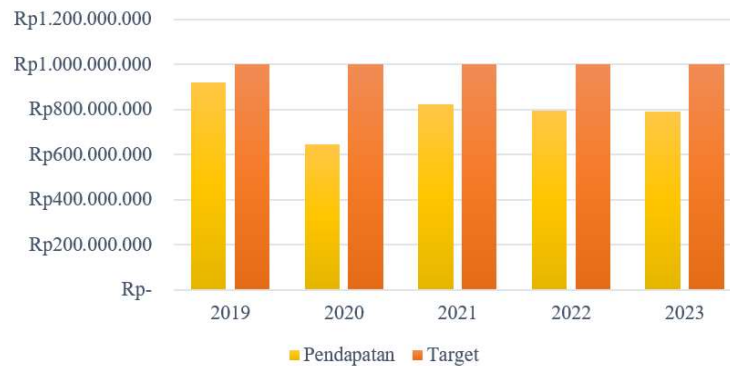
Gambar 1. 3 Logo Baso Urat Saturnus

(Sumber: Baso Urat Saturnus)

Baso Urat Saturnus (BUS) merupakan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang fokus di bidang kuliner dengan menyajikan produk siap saji, terutama produk olahan daging sapi seperti bakso sapi halus dan bakso sapi urat. Semua bahan yang digunakan untuk membuat bakso dijamin segar dan aman untuk dikonsumsi. Selain menjadi produsen bakso, Baso Urat Saturnus juga mengoperasikan restoran baik secara offline dan juga online yang menyajikan bakso hasil produksinya. Meskipun pusat produksi dan gerainya berada di Jalan Saturnus Raya, Kota Bandung, UMKM ini memiliki beberapa gerai restoran dengan nama dan kepemilikan yang berbeda, salah satunya adalah Baso Urat Saturnus Gatsu yang berlokasi di Jalan Gatot Subroto, Kota Bandung.

Didirikan pada tahun 2019, Baso Urat Saturnus Gatsu masih aktif beroperasi hingga sekarang. Restoran ini menawarkan lima pilihan menu bakso yang dapat disantap dengan mie atau bihun, dengan harga berkisar antara Rp. 19.000 hingga Rp. 33.000 per porsi. Menu bakso yang tersedia mencakup Bakso Kecil, Bakso Urat, Bakso Cincang, dan Bakso Buset Pedas. Berikut merupakan pendapatan Baso Urat Saturnus Gatsu selama 5 tahun yang dapat dilihat pada Gambar 1.4.

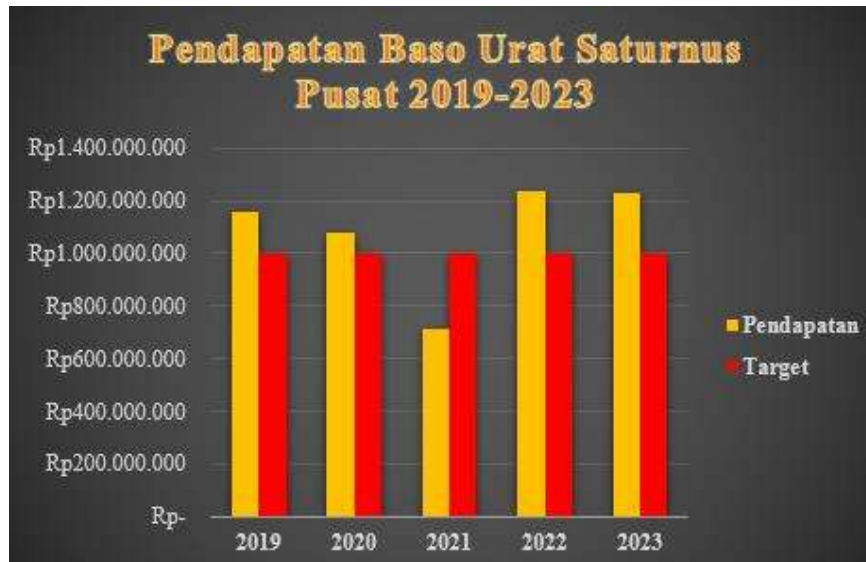
Pendapatan Baso Urat Saturnus Gatsu 2019-2023



Gambar 1. 4 Pendapatan Baso Urat Saturnus Gatsu

(Sumber: Data Internal Baso Urat Saturnus Gatsu Tahun 2024)

Berdasarkan pada Gambar 1.4, dapat diketahui bahwa pendapatan Baso Urat Saturnus Gatsu mulai dari tahun 2019 hingga 2023 tidak dapat memenuhi target pendapatan. Penurunan pendapatan paling besar berada pada tahun 2020 yaitu sebesar ± Rp. 270.000.000. Selanjutnya terdapat perbedaan grafik pendapatan Baso Urat Saturnus Pusat yang dapat dilihat pada Gambar 1.5.



Gambar 1. 5 Pendapatan Baso Urat Saturnus Pusat

(Sumber: Data Internal Baso Urat Saturnus Pusat Tahun 2024)

Berdasarkan pada Gambar 1.5, dapat disimpulkan bahwa pendapatan Baso Urat Saturnus Pusat pada tahun 2019 hingga 2023, terdapat pendapatan yang memenuhi target yaitu berada pada tahun 2019, 2020, 2022, dan 2023. Jumlah pendapatan tertinggi diperoleh pada tahun 2022 yaitu sebesar ± Rp.1.200.000.000. Sehingga, target pendapatan pada Baso Urat Saturnus Pusat sudah terpenuhi.

Berdasarkan data yang telah diperoleh pada Gambar 1.4 dan Gambar 1.5, gerai Baso Urat Saturnus Pusat dan gerai Baso Urat Saturnus Gatsu memiliki jumlah pencapaian target yang sama yang telah ditentukan oleh Baso Urat Saturnus Pusat yaitu sebesar Rp. 1.000.000.000 setiap tahunnya. Maka, dapat disimpulkan bahwa target pendapatan pada gerai Baso Urat Saturnus Pusat mampu mencapai target yang telah ditentukan Baso Urat Saturnus Pusat, dengan jumlah total pendapatan dalam kurun waktu lima tahun yaitu sebesar ± Rp. 5.100.000.000. Sedangkan target pendapatan pada gerai Baso Urat Saturnus Gatsu tidak dapat mencapai target yang telah ditentukan dengan jumlah total pendapatan dalam kurun waktu lima tahun yaitu sebesar ± Rp. 3.800.000.000.

Untuk mempertahankan bisnis dan mencapai target maka dilakukan identifikasi permasalahan yang terdapat pada model bisnis yang sudah dijalankan oleh Baso Urat Saturnus Gatsu. Berikut merupakan penjelasan akar permasalahan model bisnis yang dihadapi oleh Baso Urat Saturnus Gatsu:

1. Kurangnya inovasi dan variasi produk

Berdasarkan informasi yang didapatkan dari pemilik Baso Urat Saturnus Gatsu, tidak jarang pelanggan mencari dan menanyakan terkait dengan mie baso yang disajikan dalam bentuk yamin atau bukan kuah, dan juga mencari varian baso lainnya selain baso urat dan juga baso halus. Baso urat Saturnus Gatsu hanya menyediakan atau menawarkan sedikit produk yang kurang variatif dan inovatif seperti hanya menyediakan mie baso varian kuah saja. Hal ini membuat pelanggan merasa bosan dan daya tarik pelanggan menjadi berkurang. Berikut merupakan beberapa kompetitor yang menjual produk sejenis beserta perbandingan variasi menu yang dapat dilihat pada Tabel 1.2.

Tabel 1. 2 Perbandingan Variasi Jenis Menu Kompetitor

Nama	Jenis Produk					
	Menu Paket	Menu Mie Baso Kuah	Menu Mie Baso Yamin	Varian Baso 1 (Halus,Urat, Cincang)	Varian Baso 2 (Baso Varian Tulang (rangu,sumsum,rusuk), Baso keju, Baso telur.	Varian Menu Tambahan (Diluar varian mie baso)
Baso Urat Saturnus Gatsu		V		V		
Baso Laswi	V	V	V	V	V	V
Baso Sedjahtera	V	V	V	V	V	V
Baso Rusuk Joss	V	V	V	V	V	V
Baso Arief		V	V	V		V
Baso Tjap Haji	V	V	V	V	V	V

Berdasarkan Tabel 1.2, menunjukkan bahwa kompetitor menawarkan beragam pilihan menu produk, baik itu varian bakso maupun produk lain, sementara variasi menu yang ditawarkan oleh Baso Urat Saturnus Gatsu masih relatif sedikit dibandingkan dengan kompetitornya.

2. Lokasi kurang strategis

Menurut informasi dari pemilik Baso Urat Saturnus Gatsu, terdapat sekitar 70% pelanggan mengeluhkan lokasi dari Baso urat Saturnus Gatsu yang terletak di lokasi yang kurang strategis, dikarenakan lokasi dari Baso Urat Saturnus Gatsu memiliki lahan parkir yang minim dan lokasi dari Baso Urat Saturnus Gatsu sering terjadi kemacetan. Hal tersebut membuat pelanggan menjadi kesulitan untuk berkunjung dan menjadikan pelanggan untuk mengurungkan niatnya untuk ke Baso Urat Saturnus Gatsu.

3. Banyak produk sejenis

Permasalahan yang dihadapi baso urat Saturnus gatsu yaitu banyaknya pengusaha kuliner yang menjual produk serupa yaitu menjual mie baso sebagai menu utamanya. Berdasarkan data dari Asosiasi Pedagang Mie dan Baso (APMISO), jumlah pedagang bakso yang terdaftar saat ini mencapai 3 juta jiwa. Angka ini cukup signifikan jika dibandingkan dengan total jumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia yang mencapai 64 juta. Bahkan, 15% dari total UMKM tersebut merupakan pelaku usaha di sektor bakso dan mi ayam (Safutra, 2024).

4. Harga kompetitor lebih menarik

Salah satu permasalahan yang dihadapi baso urat Saturnus gatsu yaitu banyaknya kompetitor dengan produk sejenis yang menawarkan harga yang lebih menarik dengan cita rasa, variasi dan menu paket hemat yang

disajikan. Berikut merupakan perbandingan harga menu berdasarkan jenisnya dari Baso Urat Saturnus Gatsu dengan beberapa kompetitornya yang dapat dilihat pada Tabel.

Tabel 1. 3 Perbandingan Harga Menu Kompetitor

Nama	Jenis dan Harga			
	Menu Paket (Varian Mie Baso + Minuman, 2 Varian Menu Mie Baso untuk 2-4 orang)	Menu Baso	Varian Menu Tambahan (Diluar varian mie baso)	Menu Minuman
Baso Urat Saturnus Gatsu	-	Rp 19.000 - Rp 33.000	-	Rp 5.000 - Rp 15.000
Baso Laswi	Rp 23.000 - Rp 39.000	Rp 14.000 - Rp 29.000	Rp 5.000 - Rp 25.000	Rp 5.000 - Rp 15.000
Baso Sedjahtera	Rp60.000	Rp 15.000 - Rp 41.000	Rp 5.000 - Rp 27.000	Rp 2.500 - Rp 14.000
Baso Rusuk Joss	Rp 27.000 - Rp 39.000	Rp 18.000 - Rp 185.000	Rp 20.000 - Rp 46.000	Rp 3.000 - Rp 20.000
Baso Arief	-	Rp18.000	Rp 5.000 - Rp 15.000	Rp5.000
Baso Tjap Haji	Rp 37.500- Rp 50.000	Rp 30.000 - Rp 35.000	Rp 10.000 - Rp 35.000	Rp 7.500 - Rp 25.000

Berdasarkan Tabel 1.3, dapat dilihat bahwa Harga Baso Urat Saturnus Gatsu berada ditengah rentang harga kompetitor, beberapa kompetitor menawarkan harga yang lebih rendah untuk menu baso yang ditawarkan. Beberapa kompetitor menawarkan menu paket dengan harga lebih hemat yang dapat menjadi daya tarik bagi pelanggan, sedangkan Baso Urat Saturnus Gatsu tidak menawarkan menu paket dengan harga hemat seperti beberapa kompetitornya. Hal tersebut tentunya dapat membuat Baso Urat Saturnus Gatsu kesulitan dalam bersaing di pasar kuliner baso.

5. Pegawai kurang terlatih

Berdasarkan Informasi dari pemilik Baso Urat Saturnus Gatsu berdasarkan umpan balik dari pelanggan terdapat sekitar 60% pelanggan merasakan masalah dalam kualitas pegawai yang dimiliki baso urat Saturnus gatsu, dikarenakan pegawai kurang terlatih dalam menggunakan metode pembayaran masa kini yang sudah berbasis teknologi, dan juga dalam melakukan perawatan fasilitas. Masalah tersebut dapat membuat transaksi menjadi terhambat dan citra baik Baso Urat Saturnus Gatsu menjadi menurun.

6. Aktivitas Promosi Terbatas

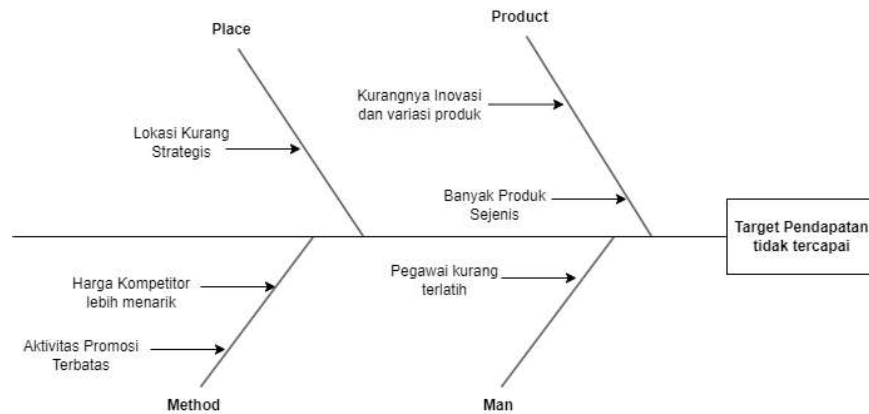
Berdasarkan Informasi dari pemilik Baso Urat Saturnus Gatsu yaitu aktivitas promosi yang terbatas dikarenakan hanya menggunakan satu platform media sosial saja dalam melakukan promosi.



Gambar 1. 6 Media Sosial Baso Urat Saturnus Gatsu

Baso Urat Saturnus Gatsu menggunakan media promosi hanya melalui satu platform media sosial Instagram yang masih bersatu dengan Instagram milik Baso Urat Saturnus Pusat dalam memberikan informasi terkait dengan produknya dengan akun Instagram yang tertera pada Gambar 1.6. Hal tersebut dapat menyebabkan tidak meratanya informasi terkait produk dan nilai yang ditawarkan dari Baso Urat Saturnus Gatsu dan juga *brand awareness* dari Baso Urat Saturnus Gatsu terkesan tersembunyi dan sulit untuk menjangkau pasar yang lebih luas, dan berkembang di tengah persaingan pasar yang kompetitif.

Dalam mengatasi permasalahan tersebut dan meningkatkan pendapatan sekaligus kinerja dari Baso Urat Saturnus Gatsu, maka dalam penelitian ini akan dilakukan evaluasi terkait model bisnis yang telah dilakukan oleh Baso Urat Saturnus Gatsu. Setelah mengidentifikasi permasalahan yang ada, terdapat beberapa akar permasalahan yang telah digambarkan dalam bentuk diagram *fishbone* sebagai berikut.



Gambar 1. 7 Fishbone Diagram

Berdasarkan Gambar 1.6 mengenai *Fishbone Diagram* diatas menunjukkan bahwa terdapat permasalahan yang dialami oleh Baso Urat Saturnus Gatsu yang dibagi berdasarkan beberapa faktor. Faktor tersebut antara lain factor *Product*, *Man*, *Place*, dan *Method*. Permasalahan yang terdapat pada factor *Product* adalah mengenai produk yang dijual atau ditawarkan. Produk yang ditawarkan oleh Baso Urat Saturnus Gatsu cenderung kurang inovasi dan bervariasi yang dimana, banyak pebisnis kuliner yang menjual produk yang sejenis.

Selanjutnya adalah factor *Man* yaitu permasalahan mengenai sumber daya manusia yang ada di Baso Urat Saturnus Gatsu. Berdasarkan informasi dari pemilik Baso Urat Saturnus Gatsu, Sumber daya manusia atau pegawai di Baso Urat Saturnus kurang terlatih dalam penggunaan metode pembayaran dan juga perawatan, sehingga memberikan pelayanan yang kurang baik kepada pelanggannya dan dapat membuat citra Baso Urat Saturnus Gatsu kurang baik.

Kemudian terdapat faktor *Place*, yaitu permasalahan terkait lokasi outlet makan Baso Urat Saturnus Gatsu. Lokasi dari outlet memiliki lahan parkir yang minim, serta adanya tagihan parkir untuk ojol dan lokasi dari baso urat Saturnus Gatsu sering terjadi kemacetan. Sehingga lokasi tersebut menjadi kurang strategis. Faktor berikutnya adalah faktor *Method*. Faktor tersebut yaitu permasalahan metode yang dilakukan oleh Baso Urat Saturnus dalam menawarkan produknya. Baso Urat Saturnus menetapkan harga pada produk dengan harga yang cukup tinggi dan pelanggan terbatas dalam memilih produk yang lebih hemat dari Baso Urat

Saturnus Gatsu. Sehingga menghasilkan harga yang kurang menarik dibandingkan dengan kompetitor. Kemudian permasalahan lainnya dalam faktor *Method* terbatasnya aktivitas promosi yang dilakukan oleh Baso Urat Saturnus Gatsu dikarenakan hanya menggunakan satu platform media sosial Instagram dari Baso Urat Saturnus Pusat sehingga *brand awareness* dari Baso Urat Saturnus Gatsu terkesan tersembunyi

Berdasarkan diagram *fishbone* dan analisis permasalahan dalam model bisnis, terungkap bahwa baso urat Saturnus menghadapi beberapa kendala atau permasalahan yang mengakibatkan tidak tercapainya target pendapatan. Oleh karena itu, solusi yang harus diambil adalah memperbaiki permasalahan tersebut agar target pendapatan Baso Urat Saturnus Gatsu dapat terwujud.

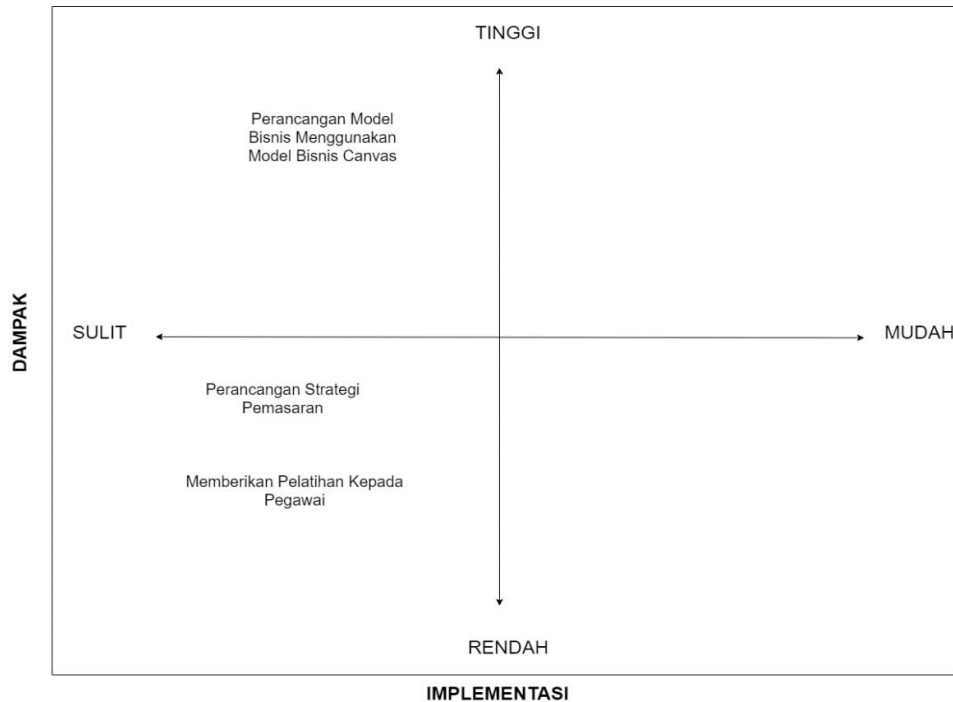
Dalam memperbaiki permasalahan tersebut, terdapat berbagai cara dalam pemecahannya salah satunya dengan merancang suatu model bisnis dengan metode *Business Model Canvas* (BMC) dan juga terdapat metode *Lean Canvas*. Berdasarkan dua model bisnis tersebut, pilihan jatuh pada penggunaan *Business Model Canvas* sebagai salah satu solusi untuk merancang model bisnis Baso Urat Saturnus Gatsu. Keputusan ini didasarkan pada fakta bahwa Baso Urat Saturnus Gatsu sudah beroperasi dalam bisnis untuk waktu yang lama dan memiliki beberapa gerai dikarenakan dalam model bisnis *Lean Canvas* lebih berfokus pada bisnis baru atau startup. Kemudian dalam penelitian ini maka dilakukan penyusunan potensi solusi yang ada terhadap permasalahan yang dihadapi Baso Urat Saturnus Gatsu. Berikut merupakan alternatif potensi Solusi yang terdapat pada Tabel 1.4.

Tabel 1. 4 Alternatif Potensi Solusi Permasalahan

No	Permasalahan	Potensi Solusi
1	Kurangnya Inovasi dan Variasi Produk	- Merancang model bisnis usulan dengan menganalisis dan mengidentifikasi 9 blok elemen menggunakan <i>Business Model Canvas</i> . - Menilai setiap elemen pada <i>Business Model Canvas</i> , melakukan perbaikan, penambahan, atau perubahan pada segmen yang diperlukan Memberikan pelatihan kepada pegawai untuk memastikan mereka memenuhi standar yang diinginkan. Melakukan perancangan strategi dalam menetapkan harga yang sesuai yang tidak mempengaruhi margin keuntungan.
2	Lokasi Kurang Strategis	
3	Banyaknya Produk Sejenis	
4	Harga Kompetitor Lebih Menarik	
5	Pegawai kurang terlatih	Memberikan pelatihan kepada pegawai untuk memastikan mereka memenuhi standar yang diinginkan.
6	Aktivitas Promosi Terbatas	Melakukan perancangan strategi pemasaran yang sesuai.

Berdasarkan Tabel 1.4 dengan adanya alternatif potensi solusi dalam menyelesaikan permasalahan pada Baso Urat Saturnus Gatsu, selanjutnya akan dilakukan pemilihan potensi solusi yang paling tepat untuk menyelesaikan masalah target pendapatan pada Baso Urat Saturnus yang tidak tercapai. Pemilihan potensi solusi dilakukan dengan melakukan pemetaan matriks implementasi. Matriks ini bertujuan untuk memberi gambaran seberapa dampak yang diberikan oleh potensi

solusi dari permasalahan Baso Urat Saturnus Gatsu. Berikut merupakan Matriks implementasi solusi yang dapat dilihat pada Gambar 1.8.



Gambar 1. 8 Matriks Implementasi

Berdasarkan Gambar 1.8, pada kuadran tiga terdapat alternatif solusi pemberian pelatihan kepada pegawai yang dapat memecahkan solusi dari permasalahan kurang terlatihnya pegawai Baso Urat Saturnus Gatsu. Alternatif solusi ini termasuk sulit untuk diimplementasikan karena perlu adanya tambahan anggaran biaya untuk melakukan pelatihan dan alternatif solusi ini hanya memberikan dampak yang tidak terlalu signifikan karena hanya dapat memecahkan satu dari akar permasalahan. Kemudian, pada kuadran satu juga terdapat alternatif solusi perancangan strategi pemasaran untuk memecahkan permasalahan aktivitas pemasaran yang terbatas dengan Tingkat implementasi yang cukup sulit karena dalam merancang strategi pemasaran perlu adanya penambahan biaya dalam melakukan pemasaran tersebut dan juga membutuhkan ahli pemasaran dalam merancang strategi untuk pemasaran, dalam alternatif solusi ini memiliki dampak yang menengah dan implementasi yang sulit.

Pada kuadran satu terdapat alternatif Solusi perancangan model bisnis menggunakan *Business Model Canvas* (BMC) untuk memecahkan akar permasalahan, kurangnya inovasi dan variasi produk, banyak produk sejenis, harga kompetitor yang lebih menarik dan lokasi kurang strategis. Alternatif ini memiliki tingkat implementasi yang cukup sulit dan memiliki Tingkat dampak yang tinggi, dalam alternatif Solusi ini Baso Urat Saturnus Gatsu dapat memecahkan berbagai akar permasalahan yang mengakibatkan tidak tercapainya target pendapatan. Hal ini dikarenakan pada *Business Model Canvas* memiliki Sembilan blok yang dapat mencakup berbagai akar penyelesaian masalah. Sebagai contoh seperti pada blok *Customer Relationship* yang dapat menyelesaikan permasalahan dalam factor *Man* terutama pada pelayanan pegawai yang kurang baik yang dimana membahas mengenai hubungan kepada pelanggan agar terjalin dengan baik. Kemudian pada blok *Value Propositions* yang bertujuan untuk mengatasi masalah pelanggan atau memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Kemudian blok *customer segment* yang bertujuan untuk menentukan segmentasi pelanggan yang dapat menjadi target dari Baso Urat Saturnus Gatsu. Berdasarkan hal tersebut didapat bahwa model bisnis dapat melihat bisnis secara keseluruhan mulai dari pelanggan, produk, sumber daya, hingga aktivitas utama yang dapat mengembangkan dan membangun bisnis. Hal ini juga yang menjadikan alternatif Solusi perancangan model bisnis dengan menggunakan *Business Model Canvas* (BMC) memiliki tingkat dampak yang tinggi dan implementasi yang tinggi dalam menyelesaikan permasalahan.

Oleh karena itu, dalam penelitian ini, Perancangan Model bisnis dengan *Business Model Canvas* (BMC) akan digunakan sebagai instrument atau *tools* untuk mengidentifikasi masalah dalam model bisnis, menyajikan solusi, dan merancang model bisnis yang lebih efisien. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan berharga bagi pemilik bisnis dan para pelaku usaha kuliner lainnya yang menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat. Model bisnis memegang peran penting dalam menggambarkan bagaimana sebuah usaha bisnis mampu memberikan nilai kepada pelanggan dan mencapai target pendapatan melalui analisis menggunakan *Business Model Canvas*.

I.2 Perumusan Masalah

Model bisnis yang perlu dievaluasi dengan menggunakan *Business Model Canvas*, terdapat hal yang perlu dilakukan yaitu dengan melakukan identifikasi model bisnis dari perusahaan yang telah berjalan, kemudian dilakukan mengolah data dan merancang model bisnis usulan yang sesuai dengan Baso Urat Saturnus Gatsu.

Berdasarkan hal tersebut dapat diidentifikasi perumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana model bisnis saat ini pada Baso Urat Saturnus jika dipetakan dengan *Business Model Canvas*?
2. Apa strategi yang perlu dilakukan untuk memenuhi target Baso Urat Saturnus Gatsu berdasarkan *Business Model Canvas*?
3. Bagaimana rancangan model bisnis usulan dalam *Business Model Canvas* (BMC) yang dapat diterapkan oleh Baso Urat Saturnus Gatsu?

I.3 Tujuan Tugas Akhir

Terdapat Tujuan dari dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Membantu Baso Urat Saturnus Gatsu untuk memetakan model bisnis yang sedang berjalan dengan menggunakan *Business Model Canvas*.
2. Untuk mengetahui strategi yang tepat untuk diterapkan oleh Baso Urat Saturnus Gatsu berdasarkan *Business Model Canvas*.
3. Merancang model bisnis usulan yang sesuai untuk Baso Urat Saturnus Gatsu dengan menggunakan *Business Model Canvas*.

I.4 Manfaat Tugas Akhir

Terdapat Manfaat dari dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Model bisnis yang telah dirancang dapat dijadikan sebagai saran atau ide yang dapat di implementasikan oleh Baso Urat Saturnus Gatsu.
2. Membantu Baso Urat Saturnus Gatsu dalam mencapai target yang telah ditetapkan.
3. Menjadikan model bisnis yang telah dirancang dan dikembangkan sebagai referensi bagi industri Baso Urat Saturnus Gatsu yang sejenis untuk melakukan evaluasi.

I.5 Sistematika Penulisan

Terdapat sistematika penulisan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab pendahuluan ini berisi latar belakang dari permasalahan yang telah ditemukan kemudian akan dilakukan penelitian, disertai dengan data-data pendukung untuk membantu penelitian. Kemudian terdapat tujuan, manfaat, dan sistematika penulisan dari penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab Landasan teori berisikan teori pendukung mengenai topik dari penelitian. Landasan teori bersumber dari teori dan literatur yang akan menjadi pedoman untuk penelitian dalam merancang dan mengevaluasi model bisnis.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab metodologi penelitian berisikan metode penyelesaian masalah dari penelitian yang sudah diringkas terlebih dahulu. Bab ini menjelaskan mengenai Langkah-langkah untuk menyelesaikan masalah penelitian untuk memenuhi tujuan dari penelitian yang dilakukan.

BAB IV PENGOLAHAN DATA

Pada bab pengolahan data berisikan proses yang dipraktikkan untuk merancang sesuai dengan tujuan dari permasalahan yang telah dibahas. Bab ini menjelaskan mengenai proses pengumpulan data yang akan digunakan untuk diolah dan diteliti untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bab analisis dan pembahasan berisikan analisis terhadap penelitian yang telah dilakukan terhadap data yang sudah diolah dan juga berisikan usulan perbaikan.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisikan dan menjelaskan kesimpulan dan saran terhadap penelitian yang sudah dilakukan.