

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

#### 1.1.1 Profil Perusahaan

Sagomak adalah bisnis kuliner yang berfokus pada pengolahan dan pemasaran mie gomak, yang merupakan salah satu makanan tradisional khas Sumatera Utara. Bisnis ini didirikan oleh Silvia Sari Gorat, mahasiswa Telkom University di Bandung pada tahun 2024. Nama “Sagomak” selain diambil dari mie gomak itu sendiri juga diambil dari bahasa daerah pesisir kabupaten Tapanuli Tengah, Provinsi Sumatera Utara yang artinya “segenggam”. Sagomak hadir sebagai bentuk inovasi dalam pelestarian kuliner lokal yang dikemas dengan konsep modern untuk menjangkau pasar yang lebih luas.



**Gambar 1. 1 Logo Sagomak**

*Sumber : Dokumentasi Peneliti (2025)*

Mie gomak, yang sering disebut "Spaghetti Batak", merupakan hidangan unik yang kaya rempah, khususnya andaliman, yang menjadi ciri khas kuliner Batak. Dengan makin tergerusnya popularitas makanan tradisional oleh kuliner global, Sagomak mencoba menghadirkan kembali cita rasa otentik dengan sentuhan modern untuk menarik generasi muda sekaligus mempertahankan nilai-nilai tradisi budaya.

#### 1.1.2 Visi dan Misi

Visi:

Menjadi pelopor makanan tradisional khas Indonesia yang dikemas secara modern dan dikenal luas oleh generasi muda sebagai pilihan kuliner praktis, berkualitas, dan bernilai budaya.



**Gambar 1. 2 Kemasan Sebelumnya**

*Sumber : Dokumentasi Peneliti (2020)*



**Gambar 1. 3 Kemasan Lebih Modern**

*Sumber : Dokumentasi Peneliti (2025)*

Misi:

1. Menyajikan mie gomak berkualitas tinggi dengan cita rasa autentik khas Sumatera Utara yang sesuai dengan selera generasi masa kini.
2. Mengembangkan inovasi produk berbahan dasar mie gomak yang beragam dan menarik tanpa menghilangkan identitas tradisional.
3. Memberikan layanan pemesanan makanan yang mudah, cepat, dan terpercaya melalui platform digital.
4. Meningkatkan kesadaran dan kecintaan masyarakat terhadap kuliner lokal melalui pendekatan branding dan edukasi.
5. Membangun kemitraan dengan pelaku UMKM lokal dan komunitas pangan untuk mendukung pertumbuhan ekosistem kuliner tradisional yang berkelanjutan.

### 1.1.3 Produk

Sagomak menghadirkan mie gomak dalam versi yang praktis dan siap santap, dikemas secara higienis dan cocok untuk konsumen yang aktif, seperti mahasiswa dan pekerja. Setiap porsi dibuat segar dengan bahan baku pilihan dan racikan yang otentik.

Harga per porsi mie gomak: Rp10.000.

Produk ini ditawarkan melalui sistem pre-order berbasis online, menjadikannya efisien dalam produksi dan minim risiko pemborosan.



**Gambar 1. 4 Produk Sagomak**

*Sumber : Dokumentasi Peneliti (2025)*

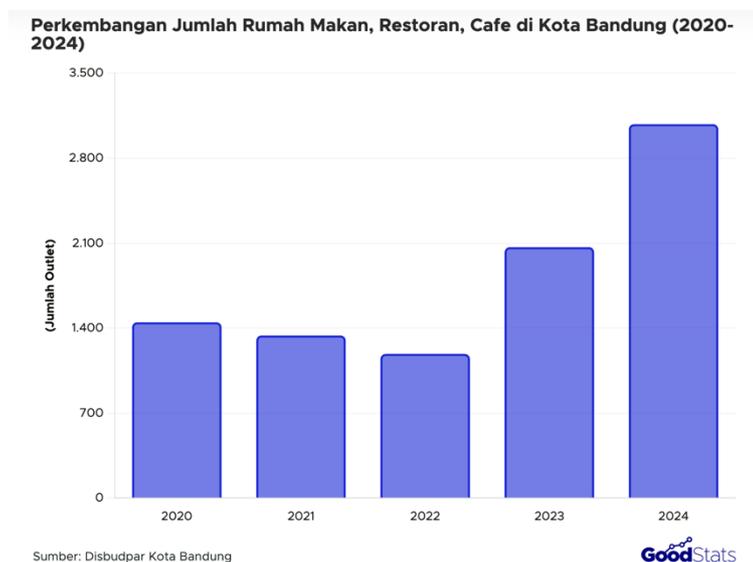
### 1.2 Latar Belakang Penelitian

Bisnis kuliner merupakan salah satu sektor yang terus berkembang di Indonesia. Selain menjadi kebutuhan pokok, makanan juga menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat. Indonesia, dengan keragaman budaya dan tradisi kulinernya, menawarkan berbagai pilihan makanan khas daerah yang dapat menjadi peluang besar bagi para pelaku usaha. Dalam beberapa tahun terakhir, sektor kuliner memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian, khususnya melalui usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Dukungan teknologi seperti layanan pesan antar berbasis aplikasi dan media sosial juga turut mendorong pertumbuhan bisnis ini. Kondisi ini menunjukkan bahwa masyarakat semakin terbuka terhadap inovasi makanan, baik yang berasal dari tradisi lokal maupun hasil kreasi baru.



**Gambar 1. 5 Data penyedia makanan dan minuman terbanyak di Indonesia**  
*Sumber: Goodstats.id (2022)*

Sebagai salah satu kota kreatif di Indonesia, Bandung juga dikenal sebagai salah satu pusat inovasi kuliner. Kota ini menjadi tempat berkembangnya berbagai usaha kuliner, mulai dari makanan tradisional hingga makanan modern yang sesuai dengan tren terkini. Bandung tidak hanya menjadi tempat lahirnya tren seperti seblak atau dessert kekinian, tetapi juga menawarkan konsep kuliner yang menarik perhatian generasi muda.



**Gambar 1. 6 Data Perkembangan Jumlah Rumah Makan, Restoran, Café di Kota Bandung**  
*Sumber : data.goodstats.id*

Tren kuliner di Bandung saat ini menunjukkan minat yang tinggi terhadap makanan tradisional yang dikemas dengan tampilan modern agar lebih menarik bagi pasar yang lebih luas. Selain itu, masyarakat juga mulai menggemari pilihan makanan yang lebih sehat dan ramah lingkungan, seperti yang menggunakan bahan organik atau alami. Inovasi dalam konsep penyajian

yang unik dan kreatif, baik dari sisi visual maupun narasi produk, turut menjadi strategi promosi yang efektif melalui media sosial. Dengan tingginya antusiasme masyarakat terhadap inovasi kuliner, Bandung menjadi tempat yang sangat potensial untuk memperkenalkan makanan khas daerah lainnya, termasuk mie gomak dari Sumatera Utara.

Mie adalah salah satu jenis makanan yang populer di berbagai kalangan masyarakat Indonesia. Keberagaman jenis mie, mulai dari mie ayam, mie Aceh, hingga ramen dan pasta, menunjukkan bahwa mie memiliki daya tarik universal. Hidangan berbasis mie juga fleksibel untuk diolah sesuai dengan cita rasa lokal maupun internasional, sehingga cocok untuk dijadikan peluang bisnis. Mie gomak, salah satu makanan tradisional khas Sumatera Utara, memiliki potensi besar untuk dikembangkan. Dengan bumbu andaliman yang khas, mie gomak menawarkan pengalaman rasa yang berbeda. Sayangnya, makanan ini belum banyak dikenal di luar daerah asalnya. Oleh karena itu, pengenalan dan pengemasan ulang mie gomak dalam konsep yang lebih modern dapat membuka peluang untuk menjangkau pasar yang lebih luas.

Dalam membangun dan mengembangkan bisnis, perencanaan yang matang menjadi hal penting. Salah satu metode yang dapat digunakan adalah *Business Model Canvas* (BMC), yang merupakan alat untuk menggambarkan dan menganalisis model bisnis secara sistematis. BMC mencakup sembilan elemen utama, seperti segmen pelanggan, proposisi nilai, saluran distribusi, dan struktur biaya. Dengan pendekatan visual, BMC memudahkan pelaku usaha dalam memahami model bisnis mereka secara menyeluruh. Selain itu, analisis SWOT juga sering digunakan untuk menilai kondisi internal dan eksternal bisnis. SWOT melibatkan empat aspek utama, yaitu kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*). Alat ini membantu pelaku usaha dalam merancang strategi yang tepat berdasarkan kondisi yang ada.

### **1.3 Perumusan Masalah**

Berdasarkan gambaran umum yang telah disampaikan, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana analisis *Business Model Canvas* (BMC) dapat menggambarkan elemen-elemen utama dalam model bisnis Sagomak sebagai bisnis kuliner khas Sumatera Utara?
2. Bagaimana analisis SWOT dapat digunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam pengembangan bisnis Sagomak di pasar kuliner modern?
3. Bagaimana strategi pengembangan usaha Sagomak dapat dirumuskan melalui integrasi analisis SWOT dan *Business Model Canvas* menggunakan matriks TOWS?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menganalisis model bisnis Sagomak menggunakan *Business Model Canvas* (BMC) untuk memahami elemen-elemen penting yang mendukung operasional bisnis, seperti segmen pelanggan, nilai yang ditawarkan, saluran distribusi, struktur biaya, dan sumber pendapatan.
2. Melakukan analisis SWOT untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh Sagomak dalam mengembangkan bisnisnya.
3. Memberikan rekomendasi strategis untuk pengembangan bisnis Sagomak berdasarkan hasil analisis

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat baik secara akademis maupun praktis. Secara akademis, penelitian ini dapat menambah wawasan tentang penerapan analisis *Business model Canvas* (BMC) dan SWOT dalam bisnis kuliner, serta memberikan referensi bagi penelitian lebih lanjut dalam bidang manajemen bisnis kuliner dan sektor usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Secara praktis, hasil penelitian dapat memberikan wawasan dan strategi bagi pengelola Sagomak untuk mengembangkan bisnisnya, termasuk dalam menentukan segmen pasar, meningkatkan kualitas produk, dan inovasi dalam pelayanan. Selain itu, penelitian ini juga dapat membantu pelaku bisnis kuliner lainnya dalam merancang model bisnis yang berkelanjutan. Terakhir, dengan mempopulerkan mie gomak sebagai kuliner khas Sumatera Utara, penelitian ini diharapkan berkontribusi pada pelestarian kuliner tradisional Indonesia.

### **1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir**

Penulisan tugas akhir ini disusun secara sistematis agar pembahasan dapat tersaji dengan runtut dan mudah dipahami.

#### **BAB I PENDAHULUAN,**

Pada bab ini dipaparkan latar belakang yang menjelaskan urgensi dan alasan dilakukannya penelitian ini, diikuti dengan rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian secara teoritis dan praktis, batasan penelitian yang memperjelas ruang lingkup studi, serta penjelasan mengenai sistematika penulisan secara keseluruhan.

#### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisi pembahasan mengenai teori-teori yang relevan, hasil-hasil penelitian terdahulu, dan kerangka konseptual yang digunakan dalam penelitian ini. Tinjauan pustaka ini bertujuan untuk memberikan fondasi teoritis yang kuat dalam menganalisis strategi bisnis UMKM, khususnya melalui pendekatan *Business Model Canvas* (BMC) dan analisis SWOT.

#### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan secara rinci pendekatan penelitian yang digunakan, jenis dan metode penelitian, teknik pengumpulan data yang meliputi wawancara, observasi, dan studi pustaka, serta

metode analisis data yang menggabungkan model BMC dan SWOT untuk merumuskan strategi bisnis.

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menyajikan hasil temuan dari lapangan yang telah dianalisis menggunakan kerangka teori yang telah dibahas sebelumnya. Bab ini menjadi inti dari penelitian karena menjelaskan bagaimana model bisnis Sagomak dirumuskan serta kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi, yang kemudian diolah menjadi strategi pengembangan bisnis.

#### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisi ringkasan dari hasil analisis yang menjawab rumusan masalah dan tujuan penelitian, serta saran-saran yang ditujukan bagi pengembangan UMKM Sagomak maupun penelitian selanjutnya yang relevan dengan topik ini.