

ANALISIS MODEL BISNIS KANVAS RESTO RUMAH SOTO PADANG DI BUKITTINGGI

ANALYSIS OF *BUSINESS MODEL CANVAS* AT RESTO RUMAH SOTO PADANG IN BUKITTINGGI

Siska Martha, Aditya Wardhana, SE.,Msi.,MM

Prodi S1 Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom

Email: siscamartha23@gmail.com, aditya.telkomuniversity@gmail.com

ABSTRAK

Kota Bukittinggi dikenal dengan industri pariwisatanya. Industri pariwisata tidak akan lepas dari kuliner khas suatu daerah termasuk kota Bukittinggi di Sumatera Barat. Resto Rumah Soto Padang merupakan salah satu tempat kuliner yang khusus menyediakan soto khas daerah yang berdiri pada tahun 2013. Resto Rumah Soto Padang memberikan penawaran berbeda kepada pelanggan dengan menyediakan kuliner khusus soto dengan berbagai macam pilihan daging. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi, menganalisa dan mengembangkan model bisnis pada Resto Rumah Soto Padang dengan menggunakan evaluasi *Business Model Canvas*.

Pada penelitian ini, metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan cara observasi, wawancara, dokumentasi dan triangulasi dimana data-data tersebut diperoleh dari situasi sosial pada penelitian ini yaitu Resto Rumah Soto Padang. Data tersebut lalu akan diolah oleh peneliti sebagai bahan untuk menggambarkan *Business Model Canvas* Resto Rumah Soto Padang.

Hasil dari analisa *Business Model Canvas customer segments*, Resto Rumah Soto Padang memiliki target pelanggan dari anak-anak, hingga orang dewasa dari kelas bawah hingga atas. *Value propositions* dengan makanan yang menggunakan bahan-bahan makanan yang berkualitas bagus dan dijual dengan harga yang terjangkau dengan *channel* penjualan langsung. Resto Rumah Soto Padang mampu membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dengan pelanggan menggunakan *personal assistance* dan *delivery order*. *Key activities* Resto Rumah Soto Padang terletak pada proses produksi hingga penjualan dengan *Key resources* yang dimiliki yaitu karyawan dan bukti fisik. Untuk *key partnership* resto bekerjasama dengan berbagai supplier bahan baku yang berpengaruh dengan *Cost structure* resto berupa biaya produksi hingga penjualan. Untuk *revenue streams* pendapatan diterima melalui penjualan. Dalam penelitian ini peneliti melihat bahwa perlunya tambahan beberapa cara dari kegiatan dalam kesembilan blok bangunan *Business Model Canvas* dari Resto Rumah Soto Padang saat ini yang akan dibahas penulis dalam skripsi berikut.

Kata Kunci : *Business Model Canvas*, Bisnis Restoran, Resto Rumah Soto Padang

ABSTRACT

Bukittinggi popular with the industry of tourism. We all know that the tourism industry will not escape from the typical cuisine of a region including the Bukittinggi in West Sumatera. Resto Rumah Soto Padang is one of the culinary specialized in providing soup typical of the region, established in 2013. The Resto Rumah Soto Padang different offers to its customers by providing special culinary soup with a variety of choices of meat. This study aims to identify,

analyze and develop business models in Resto Rumah Soto Padang by using evaluation Business Model Canvas.

In this study, the research method used is qualitative method with the type of research is descriptive. The technique of data collection in this research done by observation, interviews, documentation and triangulation in wich the data isobtained from the social situation on the research that was Resto Rumah Soto Padang. The data will be processed by the author as materials to describe the existing Business Model Canvas of Resto Rumah Soto Padang.

The results of the analysis of customer segments Business Model Canvas, Resto Rumah Soto Padang has a target customer of children and adults from the lower class to the top. Value propositions with meals using good quality food ingredients were and sold at affordable prices to the direct sales channel. Resto Rumah Soto Padang able to build and maintain good relationships with your customers with personal assistance and delivery order. Key activites Resto Rumah Soto Padang in the process of production to sales to key resources owned by employees and physical evidence. key partnership of Resto Rumah Soto Padang for cooperation with various suppliers of raw materials affecting the resto Cost structure in the form of production sales cost to sales . Revenue streams through sales. In this study, researchers saw that the added need some way of activity in the nine blocks Business Model Canvas Resto Rumah Soto Padang today which will be discussed author in the followin thesis.

Keywords: Business Model Canvas, Restaurant Business, Resto Rumah Soto Padang

I.PENDAHULUAN

Industri pariwisata tidak dapat lepas dari industri makanan karena seperti yang dikutip dari koran sindo (*Sumber: <http://www.koran-sindo.com> diakses pada 22 September 2016*) kuliner menjadi magnet penting bagi dunia pariwisata. Industri makanan merupakan industri yang menjanjikan, karena makanan merupakan kebutuhan pokok manusia untuk keberlangsungan hidupnya. Restoran waralaba merupakan restoran dengan menggunakan konsep waralaba yaitu perikatan dimana salah satu pihak diberikan hak memanfaatkan dan atau menggunakan Hak Intelektual (HAKI) atau penemuan dari ciri khas usaha yang dimiliki pihak lain dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan yang ditetapkan oleh pihak lain tersebut dalam rangka penyediaan dan atau penjualan barang dan jasa (*Sumber: Peraturan Pemerintah No16/1997 diakses pada 22 September 2016*).

Melihat pesatnya pertumbuhan bisnis makanan dari fenomena yang ada membuat para pebisnis dipaksa untuk melakukan inovasi dan perubahan demi keberlangsungan bisnisnya. Pengusaha sangat bergantung pada konsumen atau pelanggan, pemilik restoran maupun kafe berlomba lomba mencari tahu dan memenuhi keinginan pelanggan. Seiring dengan adanya perkembangan jaman, bisnis makanan sudah sangat berkembang pesat. Pada awalnya pemilik restoran hanya berfokus pada rasa, harga, dan menu makanannya, namun sekarang permintaan konsumen sangatlah beragam bukan hanya pada rasa, harga, dan menu makanan tapi tempat, fasilitas, keramahan karyawan, bahkan penampilan makanan juga memiliki nilai tersendiri bagi konsumen. Selain perubahan fokus dari pemilik restoran, pelanggan juga mengalami perubahan. Tujuan utama para pelanggan pergi ke restoran sudah bukan untuk makan tapi ingin duduk santai sambil berbincang dengan temannya, foto, dan lain lain. Karena adanya permintaan konsumen yang semakin beragam dan untuk keberlangsungan usahanya pemilik usaha perlu mengevaluasi model bisnisnya agar dapat sesuai dengan perkembangan yang terjadi.

Dalam mengembangkan suatu perusahaan, pengusaha harus memiliki pemahaman mengenai pentingnya model bisnis dalam bidang kewirausahaan. Dapat diketahui oleh pengusaha, menentukan produk maupun jasa yang ditawarkan, mengatur strategi dalam berbisnis, menentukan pasar, dan sebagainya merupakan tugas yang sangat kompleks, terutama bagi perusahaan yang berbasis pada teknologi baru, biasanya memerlukan investasi yang besar dan memiliki rentang waktu yang terbatas (menghindari produk usang). Untuk

mengubah ide menjadi sebuah usaha diperlukan waktu. Dalam keberlangsungan perusahaan, perusahaan perlu mengevaluasi proposisi nilai mereka untuk memastikan apa yang ditawarkan perusahaan sudah cocok dengan pelanggan. Dengan demikian, pengusaha perlu merancang model bisnis yang fleksibel yang dapat terus mengikuti permintaan pasar. Model bisnis telah mendapatkan perhatian yang besar bagi para pengusaha. Selain itu dengan memiliki model bisnis, peluang maupun ancaman yang akan datang dapat terprediksi dahulu oleh model bisnis. sehingga, model bisnis sangat membantu pengusaha dalam membuat keputusan yang lebih akurat serta dapat meningkatkan peluang keberhasilan (Silvana, Jasmina, 2012).

Salah satu metode yang tepat untuk diimplementasikan adalah Metode *Business Model Canvas* atau yang biasa disebut BMC. *Business model canvas* merupakan sebuah *framework* sederhana untuk mempresentasikan elemen-elemen penting yang terdapat dalam sebuah model bisnis, dengan menggunakan *Business model canvas* beberapa elemen tersebut dapat menjadi satu strategi bisnis yang utuh hanya dalam suatu tabel khusus. Desain tabel yang komprehensif menjadi salah satu keunggulan untuk memudahkan penggambaran dan memvisualisasikan komponen bisnis. *Business model canvas* dapat memberikan manfaat bagi perusahaan untuk mengenali apa yang menjadi *value propositions*, bagaimana membangun dan menjalankan *key activities* dan *key resources* dalam menciptakan *value proposition*, mendapatkan *revenue streams*, serta memahami bagaimana produk maupun jasa yang ditawarkan perusahaan dapat dikomunikasikan dengan baik kepada konsumen hingga sampai ketangan konsumen untuk dikonsumsi. Elemen-elemen penting pada *Business model canvas* antara lain: *customer segments*, *value propositions*, *channels*, *customer relationships*, *revenue streams*, *key resources*, *key activities*, *key partnerships*, *cost structure* (Osterwalder & Pigneur, 2010).

Didapat dari data BPS kota Bukittinggi tahun 2016 jumlah wisatawan mancanegara maupun wisatawan domestik yang datang ke kota Bukittinggi meningkat setiap tahunnya. Dengan dipicu oleh jumlah wisatawan yang tinggi, industri makanan tumbuh subur di kota Bukittinggi. Bukittinggi memiliki kuliner yang beragam mulai dari tradisional hingga yang modern. Banyak menu dan konsep unik yang tercipta di kota pariwisata ini. Kuliner soto bukanlah jenis kuliner baru yang hadir di kota Bukittinggi. Soto merupakan salah satu kuliner daerah yang berkembang dari dulu hingga saat ini. Hanya saja tampilan yang dijual oleh para pebisnis soto dapat dibilang cukup standar dan biasanya hanya dijual pada pagi hari untuk sarapan pagi. Melihat peluang yang cukup baik, pemilik Resto Rumah Soto Padang berinisiatif untuk menciptakan resto yang menyediakan olahan soto dari daging sapi dan ayam mengusung konsep *family gathering*. Jam operasional pun di buka mulai pagi pukul 08.00 WIB hingga malam hari pukul 22.00 WIB.

Resto Rumah Soto Padang merupakan satu-satunya resto di kota Bukittinggi yang benar-benar menyajikan menu utamanya berupa soto dengan berbagai olahan daging sapi dan ayam sesuai dengan nama yang diangkat yaitu "Resto Rumah Soto Padang". Resto ini pada awalnya hanya menyediakan 15 meja tamu. Melihat semakin meningkatnya jumlah wisatawan terutama disaat hari libur, maka pemilik berinisiatif untuk menambah jumlah meja dan memperluas resto ke bagian depan dan belakang resto. Melalui wawancara peneliti dengan pemilik resto, dengan perluasan dan renovasi tampilan resto, maka terjadi beberapa perubahan yang cukup signifikan terutama pada pendapatan, pada biaya operasional, alur proses bisnis dan segmen konsumen restoran.

Berdasarkan survey pendahuluan dengan menggunakan peta empati pelanggan terhadap narasumber Resto Rumah Soto Padang, dapat dianalisis beberapa kaitan nilai yang terdapat pada Resto Rumah Soto Padang yang meliputi, Pertama segmen pelanggan dimana Resto Rumah Soto Padang menyajikan makanan berupa soto yang memiliki ciri khas di kota Bukittinggi. Kedua, melalui saluran pelanggan mengharapkan adanya Resto Rumah Soto Padang di berbagai area di Kota Bukittinggi. Ketiga, hubungan pelanggan yang dibangun melalui diskon yang diberikan oleh Resto Rumah Soto Padang bagi agen-agen travel yang bekerjasama dengan Resto Rumah Soto Padang. Keempat, aktifitas kunci yang dilakukan oleh

Resto Rumah Soto Padang melalui pelayanan. Kelima, Resto Rumah Soto Padang melakukan kemitraan dengan beberapa *supplier* bahan baku untuk menunjang aktivitas Resto Rumah Soto Padang. Dan yang keenam sumber daya utama (manusia) yang dimiliki oleh Resto Rumah Soto Padang berupa pelayanan yang ramah, menyediakan koki yang profesional dibidangnya, letak lokasi yang strategis di tengah kota Bukittinggi yang menjadi akses wisata dikota tersebut, serta atmosfir resto yang *homey* membuat pelanggan yang datang menjadi betah di Resto Rumah Soto Padang.

Berdasarkan hasil analisis peta empati pelanggan diatas, maka pada penelitian ini digambarkan, dijelaskan dan dianalisis secara rinci mengenai model bisnis Resto Rumah Soto Padang menggunakan model bisnis kanvas yang meliputi sembilan elemen penting dalam sebuah kegiatan bisnis meliputi nilai proposisi, segmen pelanggan, saluran, hubungan dengan pelanggan, aktivitas kunci, kemitraan, sumber daya utama, arus pendapatan dan struktur biaya dalam menciptakan, memberikan dan menangkap nilai.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian adalah kegiatan yang seseorang lakukan dalam rangka untuk mengetahui suatu hal dengan cara yang sistematis, sehingga mampu meningkatkan pengetahuan (Saunders, 2009:5). Menurut Coghlan & Brannick (2010), Collis & Hussey (2003), Leedy & Ormrod (2005) dalam Sarosa (2012:36) menjelaskan metode penelitian adalah cara yang akan ditempuh oleh peneliti untuk menjawab permasalahan penelitian atau rumusan masalah. Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif dengan teknik *purposive sampling*.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif. Data kualitatif adalah data yang tidak dinyatakan dalam bentuk angka atau bilangan melainkan berupa kalimat yang menjelaskan suatu peristiwa atau kegiatan.

Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Data Primer

Menurut Sugiyono (2014:62) data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Dilihat dari segi cara atau teknik pengumpulan data, maka pengumpulan data dapat dilakukan dengan cara observasi, wawancara, kuesioner, dokumentasi dan gabungan. Sumber data primer pada penelitian ini meliputi hasil dari observasi, wawancara dan dokumentasi.

2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2012:187) data sekunder merupakan sumber data yang secara tidak langsung dapat memberikan data kepada peneliti. Penggunaan data sekunder pada penelitian ini berupa:

- a. Data internal perusahaan
- b. Studi pustaka, pengumpulan data yang dilakukan dengan mempelajari literatur, jurnal atau hasil penelitian terdahulu yang mendukung penelitian dilakukan.
- c. Dari situs website dan internet.

Untuk membantu proses penelitian ini, maka pemilihan nara sumber dengan pertimbangan tertentu adalah yang memiliki pengetahuan mengenai informasi yang dibutuhkan yaitu pemilik Resto Rumah Soto Padang.

Dalam pengumpulan data primer pada penelitian ini akan dilakukan dengan teknik wawancara mendalam (semi terstruktur). Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya, kemudian diamati, dan dicatat untuk pertama kalinya (Kurniawan, 2012:19). Sedangkan, wawancara mendalam merupakan riset atau penelitian yang dilakukan dengan cara melakukan percakapan antara dua orang yang dimulai dari pewawancara dengan tujuan khusus untuk memperoleh keterangan yang sesuai dengan penelitian. (Kurniawan, 2012:20). Wawancara akan dilakukan pada pihak yang terlibat di perusahaan secara tatap muka, berhadapan dengan partisipan secara langsung, maupun melalui media sosial, telepon dan email, dimana setiap pertanyaan dan jawaban akan di dokumentasikan dengan alat perekam.

Pengujian keabsahan data digunakan untuk memeriksa apakah data yang didapat valid/kredibel. Metode yang akan digunakan adalah:

a. Ketekunan pengamatan

Mencari secara konsisten interpretasi dengan berbagai cara dalam kaitan dengan proses analisis yang konstan atau tenatif. Peneliti hendaknya melakukan pengamatan dengan teliti dan rinci secara berkesinambungan. (Moleong, 2014:329)

b. Teknik Triangulasi

Mengumpulkan data dari berbagai sumber (orang, waktu, dan tempat) yang berbeda serta memeriksa keakuratan data dari sumber data yang berbeda tersebut. Data yang telah didapat dideskripsikan, dikategorisasikan, dan dianalisis sehingga menghasilkan suatu kesimpulan. Triangulasi data akan dilakukan dengan pengecekan dan pemeriksaan jawaban antara pemilik perusahaan dengan informan lainnya yaitu pelanggan dari Resto Rumah Soto Padang.

III. HASIL PENELITIAN

1. Existing Business Model Canvas Resto Rumah Soto Padang

Key Partnerships	Key Activity	Value Propositions	Customer Relationship	Customer Segments
Supplier daging	Produksi	Harga terjangkau	Paket makanan	Anak-anak hingga dewasa
Supplier beras	Pemasaran	Delivery order	Personal assistance	Kalangan bawah hingga atas
Supplier kebutuhan pokok	Penjualan	Ciri khas rasa	Channel Offline (toko)	Wisatawan lokal dan mancanegara
Supplier Galon	Key Resources			
Supplier Bumbu	SDM			
Supplier Gas	Fisik Chef ahli			
Cost Structure		Revenue Streams		
Biaya produksi	Biaya pemasaran	 Penjualan Produk		
Beban gaji karyawan	beban sewa tempat			
Biaya operasional				

2. New Business Model Canvas Resto Rumah Soto Padang

Key Partnerships	Key Activity	Value Propositions	Customer Relationship	Customer Segments
Supplier daging	Produksi	Harga terjangkau	Paket makanan	Anak-anak hingga dewasa
Supplier beras	Pemasaran	Delivery order	Personal assistance	Kalangan bawah hingga atas
Supplier kebutuhan pokok	Penjualan	Ciri khas rasa enak	Membership	Wisatawan lokal dan mancanegara
Supplier Galon	Key Resources	Variasi menu	Channel Offline (toko) Online (website, Facebook, instagram)	
Supplier Bumbu	SDM			
Supplier Gas	Fisik Chef ahli			
Cost Structure		Revenue Streams		
Biaya produksi	Biaya pemasaran	 Penjualan Produk Frenchies		
Beban gaji karyawan	Beban sewa tempat			
Biaya operasional	Biaya tambahan frenchise			

Melalui analisis yang dilakukan peneliti, pada gambar diatas dapat dilihat *New Business Model Canvas* Resto Rumah Soto Padang yang tujuannya agar dapat meningkatkan kualitas pelayanan Resto Rumah Soto Padang yang akan meningkatkan *revenue streams*. Saat

ini *channel* Resto Rumah Soto Padang masih memanfaatkan penjualan langsung kepada konsumen, diharapkan dengan di perluasnya jaringan dengan melakukan pemasaran melalui media online dapat meningkatkan *brand awareness* konsumen. Selanjutnya Resto Rumah Soto Padang dapat meningkatkan value yang ditawarkan dengan memberikan variasi menu yang lebih beragam untuk menarik perhatian konsumen yang akan menikmatinya.

Pelanggan mengharapkan adanya *frenchise* dari Resto Rumah Soto Padang, tujuannya agar para pelanggan yang ingin menikmati makanan dari Resto Rumah Soto Padang ditempat berbeda atau yang lebih terdekat dari mereka. Dengan *frenchise* yang dilakukan ini akan mempengaruhi beberapa aspek model bisnis seperti *cost structure*, Resto Rumah Soto Padang harus mengeluarkan biaya lebih untuk melakukan *frenchise* baik itu menyediakan tempat, bumbu, ataupun karyawan yang profesional dibidangnya agar tidak merubah rasa khas yang dimilikinya. Aspek lain yang dipengaruhi apabila *frenchise* dilakukan yaitu *revenue streams*, pendapatan Resto Rumah Soto Padang tidak lagi hanya bergantung pada penjualan langsung namun dapat diperoleh dari hasil *frenchise*.

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kesimpulan berupa gambaran mengenai 9 blok bangunan atau disebut juga model bisnis kanvas pada bisnis Resto Rumah Soto Padang yang diantaranya :

1. Identifikasi model bisnis yang dijalankan pada elemen pertama, *customer segments*, Resto Rumah Soto Padang memiliki target pelanggan dari anak-anak, hingga orang dewasa (*all segment*) dengan ekonomi dari bawah ke atas.
2. Identifikasi dari elemen kedua, *value propositions* Resto Rumah Soto Padang adalah produk makanan yang menggunakan bahan-bahan makanan yang berkualitas bagus dan dijual dengan harga yang terjangkau serta kecepatan dalam menyajikan makanan kepada pelanggan. Untuk meningkatkan pendapatan dari penjualan Resto Rumah Soto Padang dapat menambahkan variasi menu.
3. *Channel* Resto Rumah Soto Padang menggunakan saluran sendiri dalam menyampaikan produknya kepada pelanggan yaitu melalui karyawan Resto Rumah Soto Padang dan menu makanan Resto Rumah Soto Padang. Untuk meningkatkan pendapatan Resto Rumah Soto Padang dapat juga memasarkan produknya melalui media *online* seperti halnya banyak yang dilakukan restoran saat ini.
4. Dalam elemen *customer relationship*, Resto Rumah Soto Padang mampu membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dengan pelanggan menggunakan *personal assistance*.
5. Mengenai *revenue stream* Resto Rumah Soto Padang, saat ini pendapatan yang diterima berasal dari penjualan produk makanan dan minuman resto. Namun pendapatan dapat ditingkatkan dengan melakukan *frenchise*. Tidak hanya pendapatan, *frenchise* yang dilakukan dapat membantu konsumen untuk kemudahannya dalam mencari produk yang diinginkan ditempat yang berbeda.
6. Untuk *Key resources* yang dimiliki Resto Rumah Soto Padang, Resto Rumah Soto Padang memiliki karyawan (*human*) yang menjadi sumber daya/aset (*resource*) yang paling penting dalam mengelola resto.
7. *Key activities* Resto Rumah Soto Padang terletak pada proses pembuatan makanan (produksi), proses penghangatan makanan yang sudah setengah jadi, penyajian makanan di Resto Rumah Soto Padang, dan proses mempersiapkan tempat makan yang berupa membersihkan meja dan kursi yang telah dipakai untuk pelanggan berikutnya yang akan datang.
8. *Key Partnership*, Resto Rumah Soto Padang memiliki mitra *supplier* untuk membantu resto dengan tujuan mendapatkan sumber daya yang tidak dimiliki dan optimasi operasi, sedangkan motivasi perusahaan dalam menjalin kemitraan adalah

untuk optimasi dan skala ekonomis dimana kemitraan dirancang untuk mengoptimalkan alokasi sumber daya dan aktivitas.

9. Sedangkan dalam elemen *cost structure*, Resto Rumah Soto Padang memiliki jenis struktur biaya *value driven* karena Resto Rumah Soto Padang lebih fokus pada penciptaan nilai dan kualitas serta menaruh biaya yang lebih kecil akan biaya yang terjadi. Dengan adanya peningkatan value yang ditawarkan maka diharapkan Resto Rumah Soto Padang mampu menekan biaya yang dikeluarkan agar keuntungan yang didapatkan maksimal.

Saran

Saran Bagi Resto Rumah Soto padang:

1. Meningkatkan jumlah konsumen dengan menambah variasi menu pada Resto Rumah Soto Padang dan memperluas channel pemasaran melalui media online.
2. Mengikuti penerapan sistem *membership* bagi para konsumen agar hubungan dengan konsumen semakin dekat dan menciptakan konsumen yang loyal terhadap Resto Rumah Soto Padang.
3. Menambah sumber daya manusia seperti karyawan *delivery order* agar lebih maksimal.

Saran Bagi Peneliti selanjutnya:

1. Melanjutkan penelitian lanjutan mengenai desain ulang dari model bisnis Resto Rumah Soto Padang saat ini dengan menggunakan teknik analisis data seperti SWOT.
2. Melakukan objek penelitian berbeda seperti pesaing yang ada agar penelitian selanjutnya bisa melakukan perbandingan model bisnis perusahaan secara keseluruhan.
3. Penelitian yang selanjutnya juga dapat membahas secara lebih detail dalam setiap elemen *BMC* yang ada, dan melakukan penelitian dalam pemasaran restoran, penelitian juga dapat membahas saluran distribusi (*channel*) dengan dikaitkan pada *supply chain management* untuk mengetahui bagaimana saluran distribusi yang efektif bagi perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. (2009). *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Budiarta, Kustoro. (2009). *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Mitra Wacana Media
- Bonazzi, F. L. Z., & Zilber, M. A. (2014). *Innovation and Business Model: a case study about integration of Innovation Funnel and Business Model Canvas. Organizational Strategy And Behavior*, Volume 16 No. 53, 616-637.
- Cooper, Donald R dan Shindler, Pamela. (2011). *Business Research Method 11th Edition*. Newyork: McGraw-Hill
- Griffin, Ricky w dan Ebert, Ronald j. (2007). *Bisnis* (8 Ed). Jakarta: Erlangga
- Ikbar, Yanuar (2012). *Metode penelitian sosial kualitatif*. Penerbit PT. Relika aditama.
- Kotler, Phillip dan Keller, Kevin Lane. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Pearson Education, Inc
- Osterwalder, Alexander & Pigneur, Yves (2010). *Business Model Generation*. Jakarta : PT. Elex Media Komputindo.
- Osterwalder, Alexander dan Pigneur, Yves. (2012). *Business Model Generation*. Jakarta: Elex Media Komputindo

- Sarosa, Samiaji. (2012). *Penelitian Kualitatif: Dasar-Dasar*. Jakarta: I
- Sekaran, Uma. (2006). *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat..
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (20 ed). Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Manajemen : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, Penelitian Tindakan, Penelitian Evaluasi* (2 ed.). Bandung: Alfabeta.
- Suharsaputra, Uhar. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Tindakan*. Bandung: PT. Refika Aditama
- Sugiyono. (2014). *Memahami Penelitian Kualitatif, Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tim PPM Manajemen. (2012). *Business Model Canvas: Penerapan di Indonesia*. Jakarta: PPM
- Wardhana, Aditya. (2014). *Business Model Canvas Penerapannya Pada Industri Jasa Pertambangan Batubara Di Indonesia*. Bandung: Karyamanunggal Lithomas
- Wheelen, Thomas L and Hunger, David J. (2010). *Concepts in Strategic Managment and Business Policy Achieving Sustainability* 12 th Edition. New Jersey: Pearson Education
- www.bukittinggiku (diakses pada 22 September 2016)
- www.koran-sindo.com (diakses pada 22 September 2016)
- www.startupbisnis.com (diakses pada 20 September 2016)