

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri pariwisata dapat diartikan sebagai sehimpunan bidang usaha yang menghasilkan berbagai jasa dan barang yang dibutuhkan oleh mereka yang melakukan perjalanan wisata. Bangkalan merupakan salah satu daerah tujuan wisata yang banyak diminati. Objek wisata Bangkalan menawarkan berbagai macam jenis wisata, diantaranya adalah wisata alam, wisata budaya, wisata religi dan wisata kuliner.

Jembatan Suramadu juga menjadi objek wisata dan menambah jumlah wisatawan yang berkunjung ke Bangkalan. Jembatan Suramadu diresmikan pada tanggal 10 Juni 2009. Data dari BPS Bangkalan tahun 2008 menunjukkan peningkatan jumlah wisatawan setelah adanya Jembatan Suramadu yaitu, jumlah wisatawan yang mengunjungi Bangkalan pada tahun 2007 sebanyak 788.119 wisatawan domestik dan 593 wisatawan mancanegara. Tahun 2008 wisatawan yang berkunjung ke Bangkalan sebanyak 768.085 wisatawan domestik dan tidak ada wisatawan mancanegara. Berdasarkan data dari BPS Bangkalan tahun 2018 menunjukkan bahwa tahun 2016 wisatawan domestik yang berkunjung ke Bangkalan sebanyak 1.349.141 dan 281 wisatawan mancanegara. Dinas Perhubungan Kabupaten Bangkalan mencatat jumlah kendaraan yang melalui Jembatan Suramadu pada tahun 2016 mencapai lebih dari 7,5 juta kendaraan yang terdiri dari kendaraan roda dua sebanyak 5.491.933 kendaraan dan 2.219.109 kendaraan roda empat atau lebih.

Jembatan Suramadu sebagai objek wisata dan akses jalan menimbulkan kebutuhan akan penunjang wisata seperti angkutan umum, penginapan, pusat oleh-oleh dan rumah makan atau restoran. Kebutuhan akan penunjang wisata tersebut menjadi peluang berwirausaha bagi masyarakat di sekitar Jembatan Suramadu, khususnya Bangkalan. Salah satu peluang usaha yang dapat dikembangkan yaitu usaha restoran atau rumah makan. Saat ini restoran atau rumah makan sudah banyak yang berdiri di wilayah sekitar Jembatan Suramadu. Berdasarkan data dari BPS Bangkalan Tahun 2014, 2017 dan 2018 menunjukkan bahwa jumlah restoran atau rumah makan yang ada di Kabupaten Bangkalan pada tahun 2011-2013 sebanyak 118 restoran, sedangkan pada

tahun 2014-2016 meningkat menjadi 129 restoran. Penyedia akomodasi dan makanan minuman pada tahun 2016 menyumbang PDRB sebesar 8,54%. Selain menambah pendapatan daerah, bisnis restoran atau rumah makan juga dapat menyerap tenaga kerja sehingga dapat mengurangi angka pengangguran.

Beberapa restoran atau rumah makan yang berada di sekitar Jembatan Suramadu yaitu Restoran Tera' Bulan, Rumah Makan Bebek Sinjay, Kenanga, Bebek Songkem Pak Salim, Ole Olang Resto dan lain-lain. Restoran yang sangat kental dengan budaya Madura adalah "Ole Olang Resto". Ole Olang Resto berlokasi di Jl. Raya Ketengan KM. 3 No. 50 Junok, Tunjung, Kecamatan Burneh, Kabupaten Bangkalan, Jawa Timur. Ole Olang Resto telah mendapatkan Sertifikat Halal dari MUI yang dapat menjamin kualitas produk Ole Olang Resto. Bahan baku yang digunakan adalah bebek organik. Selain itu, Ole Olang Resto juga menggunakan bumbu dan rempah yang diracik sendiri oleh Pemilik Ole Olang Resto sehingga menghasilkan cita rasa berselera tinggi, unik dan khas Ole Olang Resto. Saat ini menu makan andalan yang disediakan Ole Olang Resto adalah menu Bebek Cetar Ole Olang dan Bebek Bancakan. Selain menyediakan menu makanan dan minuman, Ole Olang Resto juga menyediakan oleh-oleh dan camilan khas Madura. Tidak hanya memanjakan lidah, Ole Olang Resto juga memanjakan pemandangan tamu yang datang dengan *design* dan interior yang khas Madura serta musik yang diputar juga merupakan lagu daerah Madura.

Bertambah banyaknya pesaing dalam melakukan bisnis restoran atau rumah makan, maka bertambah sulit pula bagi Ole Olang Resto untuk mempertahankan bisnis tersebut. Cara untuk mempertahankan bisnisnya, Ole Olang Resto telah bekerja sama dengan travel yang ada di beberapa wilayah di Indonesia serta beberapa upaya lain yang telah dilakukan. Namun konsumen Ole Olang Resto kebanyakan berasal dari luar Bangkalan, sedangkan yang berasal dari Bangkalan jarang berkunjung ke Ole Olang Resto. Pengembangan bisnis Ole Olang Resto dapat dilakukan dengan cara menyusun strategi bisnis yang sesuai dengan faktor internal dan eksternal restoran serta penyusunan *business model* cawas Ole Olang Resto. Pemaparan diatas mendorong peneliti untuk meneliti "Strategi Bisnis Ole Olang Resto di Bangkalan, Madura".

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana tahapan strategi pengembangan usaha Ole Olang Resto?
2. Bagaimana *Business Model Canvas* yang ada di Ole Olang Resto?

1.3 Tujuan

1. Mengetahui tahapan strategi pengembangan usaha Ole Olang Resto
2. Mengetahui *Business Model Canvas* yang ada di Ole Olang Resto

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat bagi Pembaca

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi dan acuan dalam penelitian selanjutnya tentang strategi bisnis restoran atau rumah makan.

2. Manfaat bagi Pelaku Usaha

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai informasi untuk mengembangkan usaha dan dapat menjadi referensi dalam pengambilan keputusan atau kebijakan pengembangan usaha.

3. Manfaat bagi Penulis

Hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan dalam menganalisis strategi bisnis restoran atau rumah makan.