

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Persaingan dunia usaha yang semakin ketat, maka saat ini kita di tuntut untuk dapat mengembangkan usaha agar usaha kita dapat maju dan besar. Pengembangan usaha yang baik dimulai dari kita sendiri walaupun banyak menghadapi kendala-kendala dalam dunia usaha, salah satu cara agar bisa bersaing adalah membuat strategi-strategi baru sehingga mempunyai model bisnis yang baik serta tepat pada perusahaan, dalam menghadapi persaingan dunia usaha yang semakin ketat, maka saat ini kita dituntut untuk dapat mengembangkan usaha agar usaha kita dapat maju dan besar. Hal yang harus diperhatikan ketika menerapkan strategi bisnis yang baik adalah perusahaan harus memahami teknologi yang berkembang, proses dan pangsa pasar yang tepat, maka dari itu dibutuhkan strategi dalam pengembangan agar dapat bertahan lama dan tidak mengalami kebangkrutan.¹

Dalam bisnis, strategi menjadi kata kunci karena strategi adalah salah satu elemen paling penting dalam pengembangan bisnis agar bisnis mampu bertahan dan berkompetisi. Strategi berkaitan dengan keputusan “besar” yang dihadapi organisasi dalam melakukan bisnis, berkaitan dengan perilaku yang konsisten, dan seharusnya mampu menciptakan keunggulan kompetitif

¹ Anggraini, “Analisis Usaha Mikro Dengan Pendekatan *Business Model Canvas* (BMC),” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 6, no. 2 (2019): 139.

perusahaan.² Strategi memerlukan pemikiran berjangka, mulai jangka pendek hingga jangka panjang. Hal tersebut disebabkan karena bisnis bersifat dinamis, selalu berubah, ada untung dan rugi, ada ramai dan sepi pembeli, dan ada masanya pebisnis mengalami keuntungan yang berlimpah serta kerugian hingga mengalami pailit. Oleh karena itu pebisnis dituntut untuk memikirkan perencanaan strategi yang tepat agar bisnis yang digelutinya dapat meningkatkan keuntungan dan mampu bertahan di tengah persaingan.

Strategi bisnis berkaitan erat dengan model bisnis, sebuah strategi tidak akan berjalan jika tidak dikaji dan dirumuskan terlebih dahulu melalui model bisnis. Tanpa model bisnis yang baik maka strategi bisnis di perusahaan tidak dapat berjalan dengan optimal. Model bisnis adalah sebuah model bisnis yang menggambarkan tentang dasar pemikiran bagaimana suatu organisasi menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai suatu perusahaan.³ Model bisnis digunakan untuk mempermudah menggambarkan suatu konsep bisnis. Model bisnis juga di gunakan bukan hanya untuk perusahaan, tapi juga diterapkan untuk social enterprise. Pada zaman yang penuh dengan inovasi dan perkembangan yang begitu cepat, model bisnis sangat dibutuhkan oleh perusahaan untuk bisa mengetahui efesiensi dan melakukan evaluasi dengan cepat. Salah satu model bisnis yang berkembang saat ini adalah *Business Model Canvas* (BMC).

Pengembangan usaha itu sendiri terdiri dari sejumlah tugas dan proses yang pada umumnya bertujuan untuk mengembangkan dan

² Nataliningsih, "Manajemen Strategi Bisnis", (Bandung: Alfabeta, 2018), 1.

³ Alexander Osterwalder dan Yves Pigneur, "Business Model Generation", (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2013), 14.

mengimplementasikan peluang pertumbuhan. Tetapi pada kenyataannya untuk mengembangkan usaha yang pada awalnya dimulai dari nol atau baru memulai usaha sangatlah sulit. Dalam bisnis, strategi menjadi kata kunci karena strategi adalah salah satu elemen paling penting dalam pengembangan bisnis agar bisnis mampu bertahan dan berkompetisi. Strategi berkaitan dengan keputusan “besar” yang dihadapi organisasi dalam melakukan bisnis, berkaitan dengan perilaku yang konsisten, dan seharusnya mampu menciptakan keunggulan kompetitif perusahaan.⁴

Pengembangan memerlukan pemikiran berjangka, mulai jangka pendek hingga jangka panjang. Hal tersebut disebabkan karena bisnis bersifat dinamis, selalu berubah, ada untung dan rugi, ada ramai dan sepi pembeli, dan ada masanya pebisnis mengalami keuntungan yang berlimpah serta kerugian hingga mengalami pailit. Oleh karena itu pebisnis dituntut untuk memikirkan perencanaan strategi yang tepat agar bisnis yang digelutinya dapat meningkatkan keuntungan dan mampu bertahan di tengah persaingan. Strategi bisnis berkaitan erat dengan model bisnis, sebuah strategi tidak akan berjalan jika tidak dikaji dan dirumuskan terlebih dahulu melalui model bisnis. Tanpa model bisnis yang baik maka strategi bisnis di perusahaan tidak dapat berjalan dengan optimal karena model bisnis menjadi sebuah model bisnis yang menggambarkan tentang dasar pemikiran bagaimana suatu organisasi menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai suatu perusahaan.⁵

⁴ Ningsih, *Manajemen Strategi Bisnis*, 1.

⁵ Alexander Osterwalder and Yves Pigneur, "Business Model Generation", (Jakarta: PT Elex Komputindo, 2013), 14.

Model bisnis digunakan untuk mempermudah menggambarkan suatu konsep bisnis, model bisnis juga digunakan bukan hanya untuk perusahaan, tapi juga diterapkan untuk *social enterprise*, di zaman yang penuh dengan inovasi dan perkembangan yang begitu cepat, model bisnis sangat dibutuhkan oleh perusahaan untuk bisa mengetahui efisiensi dan melakukan evaluasi dengan cepat. Salah satu model bisnis yang berkembang saat ini adalah *Business Model Canvas* (BMC). *Business Model Canvas* (BMC), dikembangkan oleh Osterwalder dan Pigneur adalah metode yang paling banyak digunakan oleh perusahaan yang mencari model bisnis yang berskala kecil, menguntungkan, dan berulang.⁶

Business Model Canvas adalah sebuah model bisnis yang mampu menggambarkan secara sederhana bagaimana suatu organisasi memberikan dan menangkap nilai dari aktivitas bisnis yang dilakukan untuk menghasilkan uang. *Business Model Canvas* dapat memberikan gambaran mengenai model bisnis perusahaan dan hubungan yang terjadi antar-blok dengan cara yang lebih atraktif. *Business Model Canvas* tidak hanya dapat digunakan untuk memotret model bisnis perusahaan saat ini, tetapi juga dapat digunakan sebagai alat untuk memberikan usulan rancangan model bisnis yang baru. *Business Model Canvas* terdiri dari sembilan blok bangunan,⁷ yakni *Customer Segments* (Segmen Pelanggan), *Value Propositions* (Proposisi Nilai), *Channels* (Saluran), *Customer Relationships* (Hubungan Pelanggan), *Revenue*

⁶ Ermaya dan Darna, "Strategi Pengembangan Bisnis Dengan Pendekatan *Business Model Canvas* (Studi Kasus: Industri Kecil Kerupuk)," *Journal Business Management and Entrepreneurship* 1, no. 3, 2019, 201–218.

⁷ Alexander Osterwalder and Yves Pigneur, "Business Model Generation", (Jakarta: PT Elex Komputindo, 2012), 16–17.

Streams (Arus Pendapatan), *Key Resources* (Sumber Daya Utama), *Key Activities* (Aktivitas Kunci), *Key Partnerships* (Kemitraan Utama), dan *Cost Structure* (Struktur Biaya) karena dalam ekonomi islam, mengembangkan usaha tidak hanya memerlukan skill, melainkan bagaimana pengusaha bisa menerapkan prinsip-prinsip yang terbaik dalam membangun dan mengembangkan usaha, serta memudahkan para pelaku untuk dapat membangun aktifitas ekonomi.

Indonesia merupakan negara yang kaya akan tradisi, budaya, dan kulinernya. Sumber daya alam yang kaya di Indonesia menjadikannya memiliki beragam jenis kuliner. Salah satunya adalah martabak. Martabak sendiri bukan merupakan makanan yang asli berasal dari Indonesia, namun martabak merupakan salah satu makanan yang akrab di lidah masyarakat Indonesia dari berbagai kalangan maupun segala usia.

Martabak tersebar di segala penjuru daerah di Indonesia, salah satunya adalah di pulau Madura. Baik itu pedagang kaki lima maupun kedai martabak terang bulan. Namun dari sekian banyak pedagang martabak di Madura, tidak semuanya dikenal dengan baik oleh masyarakat. Hal ini dikarenakan banyaknya kesamaan produk yang ditawarkan pedagang satu dengan yang lainnya. Dengan konsep dan pengenalan produk yang menarik, maka pedagang martabak bisa memiliki brand *awareness* yang kuat di mata masyarakat. Martabak Hawaii merupakan outlet martabak dan terang bulan yang berdiri sejak tahun 2013 dan sampai sekarang sudah memiliki lebih dari 100 *franchise* yang tersebar di Indonesia. Keunggulan yang dimiliki Martabak Hawaii adalah

menggunakan bahan-bahan premium dan alat-alat masak yang khusus dibanding dengan martabak dan terang bulan pada umumnya. Peralatan-peralatan yang digunakan dipesan khusus pada pembuat yang memang sudah ahli dalam bidang tersebut. Tidak mudah untuk membuat masyarakat tidak melirik Martabak Hawaii karena baik rasa, kualitas, konsep, desain kemasan, maupun media promosinya terbilang bagus. Apabila dibandingkan dengan Martabak dan Terang Bulan pada umumnya, maka akan terasa sekali perbedaannya, Martabak Hawaii tidak terlalu banyak mengandung minyak dan kulitnya sangat gurih, sedangkan terang bulan Hawaii kelembutan rotinya dapat bertahan selama 2 hari.

Martabak Hawaii juga harus dapat menyesuaikan dengan kondisi saat ini agar dapat bersaing dengan kompetitor sejenis guna terus memaksimalkan penjualan serta terus berkembang dalam penciptaan pertumbuhan di Kabupaten Sampang khususnya, maka dari itu untuk dapat bersaing dan berkembang salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan cara mengembangkan model bisnis agar dapat mempunyai strategi baru untuk meningkatkan penjualan dan pendapatan setiap bulannya. Dengan memahami model saat ini, dapat menemukan model bisnis untuk membantu bisnis tumbuh dan meningkatkan model bisnis masa depan yang dapat bersaing untuk menguasai pasar yang nantinya dapat meningkatkan pendapatan karena dengan mengetahui model saat ini memungkinkan perusahaan membuat model bisnis yang nantinya akan membantu meningkatkan dan menyempurnakannya di masa yang akan datang.

Untuk dapat bersaing dan mengoptimalkan pendapatan, *Business Model Canvas* mungkin menjadi pilihan yang layak untuk desain model bisnis.

Business Model Canvas menawarkan strategi bisnis modern untuk menghadapi permasalahan dalam bisnis, berdasarkan hasil penilaian tersebut akan didapatkan informasi seputar pedagang, dan dengan informasi tersebut pedagang akan dapat membuat strategi yang tepat guna, untuk memenangkan persaingan. Pada praktiknya *Business Model Canvas* bukan hanya di gunakan untuk perusahaan dan entrepreneur, bahkan digunakan untuk mengetahui strategi, nilai lebih dari suatu organisasi, komunitas pendidikan, bahkan ada yang digunakan untuk pengembangan suatu perpustakaan. Penerapan *Business Model Canvas* (BMC) bukan merupakan hal yang baru dalam dunia akademisi, dan sudah banyak praktisi yang menggunakan BMC karena relevan, praktis, dan mudah dipahami. Berdasarkan penulisan di atas, penulis tertarik untuk meneliti dan menganalisis lebih dalam tentang “Analisis Pengembangan Bisnis Melalui *Business Model Canvas* Pada *Franchise* Martabak Hawaii Kabupaten Sampang”.

B. Fokus Penelitian

1. Bagaimana penerapan bisnis pada usaha *franchise* Martabak Hawaii Sampang?
2. Bagaimana analisis *Business Model Canvas* pada pengembangan usaha *franchise* Martabak Hawaii Sampang?
3. Bagaimana peluang berkembangnya usaha *franchise* Martabak Hawaii Sampang?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis penerapan bisnis pada usaha *franchise* Martabak Hawaii Sampang.
2. Untuk menganalisis *Business Model Canvas* pada pengembangan usaha *franchise* Martabak Hawaii Sampang.
3. Untuk menganalisis peluang berkembangnya usaha *franchise* Martabak Hawaii Sampang.

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis
 - a. Bagi peneliti berguna untuk menambah wawasan dan pengetahuan peneliti tentang strategi pengembangan usaha.
 - b. Bagi masyarakat berguna untuk mengetahui pengembangan bisnis/usaha dengan pendekatan *Business Model Canvas*.
 - c. Bagi kampus IAIN Madura berguna untuk bahan referensi bagi mahasiswa program studi ekonomi syariah dalam meneliti tentang pengembangan bisnis/usaha berdasarkan pendekatan *Business Model Canvas*

2. Kegunaan Praktis

Adapun hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat diantaranya:

- a. Bagi Peneliti dapat memberikan wawasan baru kepada orang lain dalam ilmu bisnis, dan juga penelitian ini sebagai syarat kelulusan pascasarjana.

- b. Bagi pelaku usaha diharapkan dapat memberi manfaat agar bisa menerapkan pengembangan bisnisnya.
- c. Bagi Institut Agama Islam Negeri Madura, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu sumber acuan atau referensi khususnya di perpustakaan Pascasarjana IAIN Madura untuk meningkatkan daya pikir mahasiswa agar bisa mengetahui tentang analisis pengembangan bisnis dengan pendekatan *business model canvas*.

E. Definisi Istilah

1. Pengembangan bisnis merupakan sebuah rencana strategi dalam skala besar yang berorientasi masa depan untuk berinteraksi dengan lingkungan yang kompetitif agar dapat mencapai tujuan objektif perusahaan. Salah satu cara yang dapat digunakan untuk menciptakan nilai jangka panjang dan kemampuan beradaptasi dengan lingkungan bisnis yang kompetitif adalah dengan melakukan inovasi.
2. *Business model canvas* adalah kerangka kerja yang di kenal banyak untuk mendefinisikan model bisnis start up. *Business Model Canvas* terdiri dari sembilan blok bangunan, yakni *Customer Segments* (Segmen Pelanggan), *Value Propositions* (Proposisi Nilai), *Channels* (Saluran), *Customer Relationships* (Hubungan Pelanggan), *Revenue Streams* (Arus Pendapatan), *Key Resources* (Sumber Daya Utama), *Key Activities* (Aktivitas Kunci), *Key Partnerships* (Kemitraan Utama), dan *Cost Structure* (Struktur Biaya).

3. Analisis SWOT adalah usaha yang dilakukan berdasarkan logika yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang, dan pada saat yang sama dapat meminimalisir kelemahan dan ancaman.

F. Penelitian Terdahulu

1. Penelitian yang dilakukan oleh Narto dengan judul “Pengembangan Bisnis Model Kanvas untuk Meningkatkan Daya Saing Industri Batik Sumenep Madura” dengan metode penelitian analisa deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan usaha dengan bisnis model kanvas adalah memperluas segmentasi pasar untuk meningkatkan penjualan dengan channel penjualan melalui sistem online dan peningkatan sistem permodalan. Sedangkan hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa nilai IFAS 2,17 dan EFAS 1,81 maka industri batik Sumenep berada di kuadran 8 yaitu pertumbuhan dengan Diversifikasi Konglomerat, strategi yang digunakan yaitu 1) memperluas jaringan pemasaran di luar daerah, 2) perbaiki sistem permodalan dengan memanfaatkan bantuan finansial dari pemerintah untuk meningkatkan hasil produksi.⁸
2. Penelitian yang dilakukan oleh Vera Sylvia Saragi Sitio dengan judul Strategi Bisnis Model dengan Pendekatan *Business Model Canvas* (Studi Kasus di Industri Kecil dan Menengah (IKM) Bir Pletok Bu Lina di Kelurahan Ciracas, Jakarta Timur). Penelitian ini menggunakan pendekatan

⁸ Narto, “Pengembangan Bisnis Model Kanvas Untuk Meningkatkan Daya Saing Industri Batik Sumenep Madura.” *Jurnal Ilmiah* 1, no. 1, 2017, 110.

metodologi kualitatif melalui analisis SWOT dengan menggabungkan sembilan elemen model bisnis kanvas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa IKM memiliki kesempatan besar untuk mengembangkan pasar dengan mendaftarkan produksinya seperti PIRT dan Halal. Para IKM harus merubah kemasan produk serta merek sehingga dapat dipasarkan secara online dengan jaringan yang lebih luas serta melakukan differensiasi produk yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen.⁹

3. Penelitian yang dilakukan oleh Novy Anggraini dengan judul "Analisis Usaha Mikro dengan Metode Pendekatan *Business Model Canvas* (BMC)", dengan jenis penelitian yakni deskriptif kualitatif. Pengolahan metode analisis deskriptif ini dilakukan dengan menggunakan Bisnis Model Kanvas dan analisis faktor internal dan eksternal melalui analisis SWOT. Berdasarkan hasil analisis SWOT maka yang menjadi kekuatan yaitu kebaruan produk, pemasaran online melalui sosial media, dan penyediaan tester untuk pengunjung toko. Sedangkan kelemahan yang dapat diamati yaitu belum ada pelayanan untuk mempertahankan pelanggan, produk mudah ditiru, serta penggunaan mesin dan alat yang masih sederhana. Selain itu, peluang yang dapat tercipta antara lain belum ada pesaing di lini produk yang sama di dalam satu kota, membuat kemasan yang lebih menarik lagi, dan membuat website untuk memperluas pemasaran. Ancaman yang dapat muncul antara lain pelanggan yang mudah berpindah

⁹ Vera Sylvia Saragi Sitio, "Strategi Bisnis Model Dengan Pendekatan *Business Model Canvas* (Studi Kasus: Di Industri Kecil Dan Menengah (IKM) Bir Pletok Bulina Di Kelurahan Ciracas Jakarta Timur)." *Jurnal Bisnis* 2, no. 1, 2017, 48.

dan adanya produk buatan pabrik luar kota yang memproduksi dengan teknologi terbaru dan kemasan yang lebih menarik. Hasil pemetaan akhir BMK yang telah dianalisis dengan menggunakan SWOT menciptakan beberapa strategi baru yang terlihat melalui beberapa elemennya. Elemen BMK yang dapat diterapkan kedalam usaha yaitu elemen proposisi nilai, saluran, hubungan dengan pelanggan, sumber daya utama, dan struktur biaya. Hasil pemetaan jug memperlihatkan bahwa alternatif strategi yang muncul cenderung lebih banyak pada sisi kanan (sisi kreatif), artinya dalam menjalankan usaha pemilik juga harus melakukan inovasi dan membuat usaha menjadi lebih kreatif, terutama dalam pengenalan produk ke konsumen. Langkah-langkah promosi produk harus dilakukan dengan cara yang lebih inovatif agar melekat dalam ingatan konsumen.¹⁰

4. Penelitian yang dilakukan oleh Hartatik dan Broto dengan judul “Strategi Pengembangan Bisnis dengan Metode *Business Model Canvas*” Dalam penelitian ini pengumpulan data dilakukan dengan cara mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman perusahaan. Selanjutnya dilakukan pembobotan faktor internal dan faktor eksternal. Hasil dari perhitungan pada faktor internal dan eksternal menunjukkan posisi UD. Cahaya saat ini berada pada kuadran I dengan nilai sebesar (0,264 ; 0,307). Serta analisa SWOT menghasilkan sepuluh alternatif strategi dengan prioritas strategi adalah meningkatkan pemasaran produk melalui media cetak maupun media elektronik dengan nilai bobot sebesar

¹⁰ Anggraini, “Analisis Usaha Mikro Dengan Pendekatan *Business Model Canvas* (BMC).” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 6, no. 2, 2019, 139.

0,22. Usulan prioritas perbaikan digunakan untuk meningkatkan proses bisnis perusahaan dapat dilakukan dengan mengaplikasikan konsep *Business Model Canvas* yang telah didapatkan dari perhitungan sebelumnya yaitu pada 5 blok bangunan *Business Model Canvas* diantaranya pada blok bangunan *Customer Relationships* (hubungan pelanggan), *Key Partners* (kemitraan utama), *Value Propositions* (proporsi nilai), *Customer Segments* (segmen pelanggan) dan *Channel* (saluran). Untuk penelitian selanjutnya sebaiknya melibatkan responden yang berasal dari lingkungan luar perusahaan yang tahu akan perusahaan dengan menggabungkan metode *Business Model Canvas* dengan *value propositions design* agar lebih mengetahui nilai pada perusahaan.¹¹

5. Penelitian yang dilakukan oleh Nursyahbani, R., dan Relawan, I. N, Analisis Bisnis pada Usaha Mikro Kecil Sablon Menggunakan Pendekatan *Business Model Canvas*: Studi pada Tio Kingdom Sablon di Kota Solo, dengan metode penelitian pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bisnis model kanvas dapat menggambarkan kondisi usaha Tio Kingdom Sablon dan terdapat aspek yang masih lemah pada Tio Kingdom Sablon yang perlu diperbaharui, yaitu dari aspek *Channel* yaitu kurangnya promosi menggunakan media sosial seperti instagram, facebook yang pada saat ini merupakan peluang yang sangat besar untuk meningkatkan penjualan dan mengenalkan Tio Kingdom Sablon pada masyarakat luas dan bekerja sama dengan *Event organizer*.

¹¹ Hartatik dan Broto, "Strategi Pengembangan Dengan Metode *Business Model Canvas*." *Jurnal Teknik industry* 18, no. 2, 2017, 119.

Aspek *Key Resource* yang masih lemah karena terbatasnya jumlah tenaga kerja dari Tio Kingdom Sablon. Aspek *Value Proposition* dengan menambah produk yang bisa di *custom* seperti souvenir. Serta aspek *Key Activity* dengan melakukan pencatatan data base pelanggan agar lebih terstruktur jumlah pengeluaran dan penjualan dari Tio Kingdom Sablon. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa Tio Kingdom Sablon sudah sesuai dengan konsep sembilan elemen dari *Business Model Canvas* yang saling berkaitan tetapi masih ada kelemahan pada beberapa elemennya.¹²

Tabel 1.1: Kajian Penelitian Terdahulu

No	Nama penulis	Judul	Persamaan	Perbedaan
1.	Narto (2017).	“Pengembangan Bisnis Model Kanvas untuk Meningkatkan Daya Saing Industri Batik Sumenep Madura”	Sama-sama meneliti mengenai pengembangan bisnis melalui <i>Business Model Canvas</i>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Pada kajian terdahulu fokus penelitiannya pada pengembangan bisnis model serta perumusan strategi yang tepat untuk meningkatkan daya saing industri batik. Sedangkan dalam penelitian yang akan diteliti peneliti akan menganalisis penerapan faktor eskternal dan internal pada usaha Martabak Hawaii. ➤ Pada penelitian terdahulu berlokasi di Kabupaten Sumenep. Sedangkan penelitian yang akan diteliti berlokasi di Kabupaten Sampang.
2.	Vera Sylvia Saragi Sitio (2017)	“Strategi Bisnis Model dengan Pendekatan	Sama-sama meneliti mengenai	➤ Pada kajian terdahulu selain menggunakan metode penelitian

¹² Nursyahbani dan Relawan, “Analisis Bisnis Pada Usaha Mikro Kecil Sablon Menggunakan Pendekatan *Business Model Canvas* (Studi: Pada Tio Kingdom Sablon Di Kota Solo).”*Jurnal Manajemen* 2, no. 1, 2019, 5.

		<i>Business Model Canvas</i> (Studi Kasus di Industri Kecil dan Menengah (IKM) Bir Pletok Bu Lina di Kelurahan Cracas, Jakarta Timur)”	pengembangan bisnis melalui <i>Business Model Canvas</i>	kualitatif dan SWOT juga menggabungkan 9 elemen Business Model Canvas dengan analisis Blue Ocean Strategy sedangkan pada penelitian yang akan diteliti hanya menggunakan kualitatif melalui analisis SWOT
3.	Hartatik dan Teguh Baroto (2017)	“Strategi Pengembangan Bisnis dengan Metode <i>Business Model Canvas</i> ”	Sama-sama meneliti mengenai pengembangan bisnis dengan metode <i>Business Model Canvas</i>	➤ Pada kajian terdahulu selain menggunakan Business Model Canvas dan SWOT juga menggunakan Analitical Hierarchy Proses (AHP). Sedangkan dalam penelitian yang akan diteliti peneliti hanya menggunakan Business Model Canvas dan SWOT.
4.	Risya Nursyahbani dan Ida Nurnida Relawan (2019)	“Analisis Bisnis pada Usaha Mikro Kecil Sablon Menggunakan Pendekatan <i>Business Model Canvas</i> : Studi pada Tio Kingdom Sablon di Kota Solo”	Sama-sama meneliti mengenai pengembangan bisnis melalui <i>Business Model Canvas</i>	➤ Pada kajian terdahulu, objek penelitiannya pada usaha sablon. Sedangkan dalam penelitian yang akan diteliti peneliti memilih objek penelitian usaha kuliner yaitu Martabak Hawaii.
5.	Novy Aggraini (2020)	“Analisis Usaha Mikro Kecil dengan Metode Pendekatan <i>Business Model Canvas</i> (BMC)”	Sama-sama meneliti mengenai pengembangan bisnis melalui <i>Business Model Canvas</i>	➤ Pada kajian terdahulu, objek yang diteliti adalah usaha jual beli ikan. Sedangkan dalam penelitian ini objek yang akan diteliti peneliti adalah kuliner martabak dan terang bulan.

Berdasarkan uraian dan tabel penelitian terdahulu di atas menunjukkan bahwa lima penelitian terdahulu sama-sama telah membahas atau mengkaji tentang pengembangan bisnis dengan menggunakan pendekatan *business model canvas*. Hal ini menjadi ketertarikan peneliti untuk membahas tentang *Business Model Canvas* pada usaha kuliner yang ada di Kabupaten Sampang dan sudah memiliki banyak cabang *franchise* di berbagai kota di Indonesia yaitu kuliner Martabak Hawaii, karena belum ada yang membahas melalui metode *Business Model Canvas*. Acuan dari teori-teori ataupun temuan dari beberapa kajian terdahulu dalam penelitian ini merupakan hal yang sangat perlu dan dapat dijadikan sebagai data pendukung.