



DOI: <https://doi.org/10.38035/jemsi.v6i4>
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Perencanaan dan Pengembangan Bisnis Pada Usaha Sate Taichan Hokki Bandung

Keni Kaniawati¹, Ibnu Fadhil Makhraj Erhan²

¹Universitas Widyatama Bandung, Jawa Barat, Indonesia, keni.keniawati@widyatama.ac.id

²Universitas Widyatama Bandung, Jawa Barat, Indonesia, Ibnu.erhan@widyatama.ac.id

Corresponding Author: keni.keniawati@widyatama.ac.id¹

Abstract: *This study aims to determine how to analyze the Sate Taichan Hokki business carried out by the author in running a culinary business and to find out how to develop the Sate Taichan Hokki business in Pujasera Telkom, Bandung. In this study, the author limits the scope in various aspects discussed by the author, namely marketing aspects, human resource aspects, operational aspects and financial aspects and discusses the target market for the Sate Taichan Hokki business, namely the bojongsoang area, south Bandung. Data collection techniques are primary data and secondary data, such as observation, interviews, documentation, libraries, and the internet. This business planning is carried out using the SWOT method, EFAS and IFAS MATRIX, business canvas model analysis and other business feasibility analysis such as marketing mix analysis, operational analysis and human resource analysis to determine the feasibility of the Sate Taichan Hokki business. Based on the results of the NPV results were positive at Rp 523.183.065 and the return on capital or payback period which can be achieved within 4 months, and the IRR was 113% so that is concluded that the Sate Taichan Hokki business was feasible to run. Then the results of the development of the Sate Taichan Hokki business include menu adaptation, improving the quality of human resources in the field of customer service via WhatsApp so as not to wait too long, and conducting promotions on the instagram account "telufood".*

Keyword: *Taichan Satay, Business Plan, Business Development, SWOT Analysis. Business Model Canvas*

Abstrak: Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana menganalisis bisnis Sate Taichan Hokki yang dilakukan oleh penulis dalam menjalankan bisnis dibidang kuliner dan mengetahui bagaimana pengembangan bisnis Sate Taichan Hokki di Pujasera Telkom, Bandung. Pada penelitian ini penulis membatasi ruang lingkup dalam berbagai aspek yang dibahas penulis yaitu aspek pemasaran, aspek sumber daya manusia, aspek operasional dan aspek keuangan serta membahas sasaran pasar bisnis Sate Taichan Hokki yaitu untuk daerah Bojongsoang, Bandung Selatan. Teknik pengumpulan data adalah data primer dan data sekunder, seperti observasi, wawancara, dokumentasi, perpustakaan, dan internet. Perencanaan bisnis ini dilakukan dengan metode analisis SWOT, Matrix EFAS dan IFAS analisis model bisnis kanvas dan analisis kelayakan bisnis lainnya seperti analisis bauran pemasaran

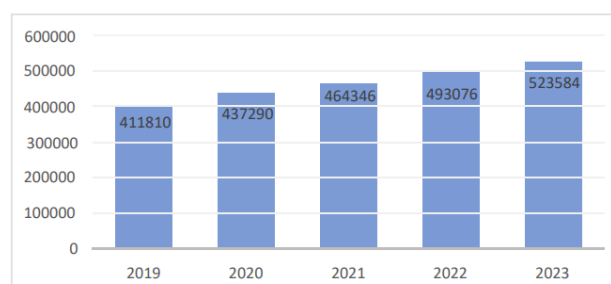
(*marketing mix*), analisis operasional, serta analisis sumber daya manusia untuk mengetahui kelayakan bisnis Sate Taichan Hokki. Berdasarkan hasil studi kelayakan didapatkan hasil NPV bernilai positif sebesar Rp 523.183.065 dan pengembalian modal atau *payback period* yang dapat dicapai dalam waktu 4 bulan, serta IRR sebesar 113 % sehingga memiliki kesimpulan bisnis Sate Taichan Hokki layak untuk dijalankan. Kemudian hasil pengembangan bisnis Sate Taichan Hokki diantaranya adalah: adaptasi menu, meningkatkan kualitas sumber daya manusia dari segi pelayanan konsumen melalui whatsapp agar tidak meunggu terlalu lama, serta melakukan promosi di akun instagramm “telufood”.

Kata Kunci: Sate Taichan, *Business Plan*, Pengembangan Bisnis, Analisis SWOT, Bisnis Model Canvas

PENDAHULUAN

Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah dalam ekonomi merupakan masalah penting yang perlu dikembangkan dan ditingkatkan terus menerus. Karena ekonomi adalah salah satu taraf dan juga untuk kesejahteraan masyarakat. Jika dilihat dari segi jumlah penyerapan tenaga kerja dapat mengurangi angka pengangguran. Untuk dapat mencapai kesuksesan dalam menjalankan usahanya, seorang wirausahawan harus memiliki sikap percaya diri, tanggung jawab, dan juga kerja keras. UMKM dapat mengatasi masalah pengangguran dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Sunariani, et al. 2017). Ada banyak peluang usaha yang menunjang keberhasilan suatu usaha terutama UMKM yaitu adalah dengan membuat usaha UMKM yang bergerak dibidang makanan atau disebut sebagai usaha kuliner salah satunya yaitu usaha Sate Taichan.

Sate Taichan merupakan salah satu makanan yang pada saat ini sangat diminati oleh semua kalangan terutama kalangan muda. Karena keunikan dari sate taichan inilah yang membuat kalangan muda tertarik dan tidak lepas dengan sate taichan. Bisa dibilang sate taichan menggeser kepopuleran sate jenis lainnya pada saat ini. Sate taichan merupakan bentuk variasi daging ayam yang proses pengolahannya dibakar tanpa bersentuhan dengan arang dan tidak memakai bumbu kacang (Achmadi, et al. 2024). Usaha sate taichan juga sangat menjanjikan karena merupakan makanan yang tergolong konsisten peminat dan trennya. Oleh karena itu saya membuka usaha Sate Taichan “Hokki” yang berlokasi di Pujasera Universitas Telkom, Bandung.



Sumber: OpendataJabar.com

Gambar 1. Data UMKM di Kota Bandung Tahun 2019-2023

Berdasarkan informasi UMKM tahun 2019-2023 dapat dilihat pada Gambar 1. yang diperoleh dari website terbaru OpendataJabar.com, pada tahun 2023 jumlah UMKM di Kota Bandung telah meningkat menjadi 523.384 unit. Jumlah ini mengalami peningkatan signifikan dari data awal tahun 2019 yang sejumlah 411.810 unit UMKM, menunjukkan peningkatan sebesar 111.574 unit UMKM dalam kurun waktu 5 tahun. Persaingan bisnis UMKM seperti

Sate Taichan Hokki di Kabupaten Bandung menimbulkan tantangan tersendiri, di mana pelaku usaha harus siap bersaing dalam pasar yang ketat.

Sate Taichan Hokki adalah usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang mengkhususkan diri dalam penyajian sate taichan dengan cita rasa autentik dan berbeda yang berlokasi di Universitas Telkom, Kabupaten Bandung. Cakupan dari bisnis makanan Sate Taichan terbilang luas karena target pasar pada Sate Taichan Hokki yaitu orang-orang yang menyukai makanan pedas dan gurih. Sebab Sate Taichan Hokki memiliki rasa yang khas yaitu rasa pedas dan gurih dari bumbu taichan yang digunakan, rasa tersebut disukai oleh berbagai kalangan masyarakat khususnya pada mahasiswa Telkom dan sekitar Kabupaten Bandung. Sate Taichan Hokki menempatkan pentingnya hubungan dengan pelanggan sebagai prioritas utama. Namun bisnis ini masih terbatas dikarenakan saat ini belum memiliki cabang. Kemampuan untuk memperluas masih menjadi kelemahan yang perlu diatasi. Berikut ada beberapa pesaing Sate Taichan yang ada di Kabupaten Bandung dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Data Pesaing Sate Taichan di Kabupaten Bandung

	Sate Taichan Bengawan	Sate Holic	Sate Taichan Buah Batu	Sate Taichan Larfaz
Lokasi	Buah Batu, Telkom Bandung	Telkom Bandung	Buah Batu Bandung	Telkom Bandung
Jenis Produk	Sate Ayam, Sate Kulit	Sate Ayam, Sate Daging	Sate Ayam, Sate Kulit, Sate Usus	Sate Ayam, Sate Kulit
Harga	Rp 18.000 – Rp 22.000	Rp 23.000 – Rp. 28.000	Rp 20.000 – Rp. 30.000	Rp 20.000 – Rp 25.000
Rating Online	3.7	5	4,2	4.3

Sumber: Diolah Peneliti, 2025

Sate Taichan Hokki telah menetapkan beberapa kekuatan dan kelebihan yang dapat diandalkan untuk meningkatkan bisnisnya di tengah persaingan yang ketat. Salah satu kekuatan utamanya adalah keahlian dalam penyajian sate taichan yang autentik dan berbeda, yang telah menarik perhatian pelanggan setia. Selain itu, Sate Taichan Hokki telah membangun hubungan yang baik dengan pelanggan melalui layanan pelanggan yang ramah dan responsif. Untuk mengatasi kendala dalam ekspansi pasar dan omset yang rendah, Sate Taichan Hokki perlu mengadopsi strategi baru dalam pemasaran dan ekspansi pasar. Salah satu solusinya adalah dengan menyusun rencana bisnis yang lebih terperinci dan matang, yang mencakup analisis pasar yang mendalam dan strategi pemasaran yang kreatif. Dengan demikian, Sate Taichan Hokki dapat mengidentifikasi peluang pasar yang baru dan mengembangkan strategi untuk menjangkau pelanggan potensial.

Namun terdapat beberapa kendala dalam proses produksinya yaitu harga daging ayam yang kurang stabil dan kulit ayam yang terbatas stok nya dipasaran, sate taichan hokki merasa sedikit rugi, karena tidak sesuai yang diharapkan. Harga ayam dan kulit ayam yang tidak sesuai yang diharapkan sangat mengganggu proses penyajian sate taichan, dimana modal yang sudah disiapkan harus dikeluarkan lebih banyak lagi padahal untuk menarik minat konsumen harus menawarkan yang baik. Tak hanya itu, terbatasnya tenaga kerja pada sate taichan hokki membuat kendala dalam proses penyajiannya. Banyaknya konsumen yang berdatangan, terkadang membuat sate taichan hokki kewalahan dalam menyelesaikan penyajian nya, mereka mau tidak mau harus mengerjakan dengan cepat.

Rencana bisnis Sate Taichan Hokki menerapkan model bisnis yang dimana penjualan Sate Taichan Hokki ini melalui platfrom media social seperti di Gofood, GrabFood, ShopeeFood, Instagram dan WhastApp, Sebab dengan penjualan melalui online dapat menjangkau target pasar yang lebih luas serta biaya operasional yang lebih rendah. Selain itu

juga dapat memanfaatkan media social untuk membuat konten yang menarik dan informatif tentang sate taichan. Adapun promosi offline juga yang dimana dapat digunakan untuk promosi offline, seperti membagikan brosur, memasang *banner*, *word of mouth* dan mengikuti bazar. Dengan adanya promosi *offline* ini dapat membantu bisnis taichan untuk memperkenalkan Sate Taichan Hokki kepada konsumen yang belum mengenalnya. Perencanaan bisnis yang matang dan efektif sangat penting dalam mengelola usaha. Perencanaan bisnis ini melibatkan analisis SWOT bisnis. Analisis SWOT bisnis digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang mempengaruhi Sate Taichan Hokki.

Salah satu kebutuhan pokok manusia adalah pangan. Dalam usaha memenuhi kebutuhan tersebut bisa dilakukan dengan penganekaragaman jenis makanan. Usaha kuliner melihat peluang tersebut, sehingga bermunculanlah kuliner-kuliner yang menarik (Hurdawaty, et al. 2017). Pada saat ini kuliner di pujasera Universitas Telkom semakin menghadapi persaingan yang sangat ketat, karena lokasi tersebut ramai dengan pengunjung salah satunya yaitu mahasiswa Universitas Telkom. Kemudian, satu per satu mulai bermunculan franchise dan kuliner-kuliner lainnya. Selain itu Sate Taichan merupakan salah satu usaha yang banyak digeluti pengusaha dengan pertimbangan bahwa sate taichan disukai oleh anak muda. Dengan demikian, Sate Taichan Hokki harus bisa mempertahankan diri dan sekaligus harus memenangkan persaingan, serta Sate Taichan Hokki memerlukan strategi yang tepat agar dapat terus bertahan dan berkembang. Oleh karena itu, Sate Taichan Hokki harus dapat menyusun strategi pengembangan usaha yang tepat dan rencana bisnis agar usaha tersebut dapat bersaing secara kompetitif. Berdasarkan latar belakang diatas penulis tertarik untuk meneliti tentang “Perencanaan dan Pengembangan Bisnis Pada Usaha Sate Taichan Hokki Bandung.”

METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Metode analisis deskriptif kualitatif adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan fenomena yang diamati secara obyektif tanpa menguji hipotesis atau menjelaskan hubungan sebabakibat, serta hasil dari suatu variable baru yang kemudian dibandingkan dengan kriteria Timmons (Ramdhan, 2021). Berikut penulis sajikan Tabel Kriteria Kelayakan menurut Timmon’s Model:

Tabel 2. Penilaian Kriteria Model Timmons

Variabel	Kriteria	Indikator	
		Potensi Tinggi	Potensi Rendah
Pasar dan hal yang terkait	Kebutuhan dan keinginan konsumen	Teridentifikasi	Tidak teridentifikasi
	Konsumen	Terjangkau dan menerima produk	Tidak atau sulit dijangkau
	Waktu kembali modal	< 1 Tahun	> 3 Tahun
	Nilai Tambah	IRR 40 % +	IRR < 20%
	Tingkat pertumbuhan pasar	20%	<20%
	Tingkat laba kotor	> 40%	<20%
Keunggulan kompetitif	Biaya tetap dan tidak tetap	Tinggi	rendah
	Tingkat pengembalian harga biaya	tinggi	Rendah
	Jaringan	Luas dan kuat	Sempit
Kreasi nilai dan isu-isu realisasi	Laba setelah pajak	10-15% atau lebih	< 5 %
	Waktu arus kas positif	< 2 Tahun	>3 Tahun
	Tingkat vpengembalian investasi	40-70% atau lebih	<20%

Sumber: Diolah Peneliti, 2025

Jenis dari sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terbagi menjadi dua jenis, yaitu: data primer dan data sekunder. Data primer terdiri dari pemilik usaha, sedangkan data sekunder terdiri dari jurnal ilmiah. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi dan studi literatur. Pada penelitian ini teknik analisis data menggunakan metode analisis SWOT. Teknik tersebut akan membantu mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman suatu bisnis. Selain itu teknik analisis data yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan tujuan untuk menggali informasi terkait situasi yang dapat diteliti agar kemudian dapat dijadikan sebagai sebuah acuan dalam merencanakan usaha meliputi penyusunan analisis tujuan dan strategi bisnis, lingkungan usaha, rencana produksi, rencana pemasaran, serta rencana SDM dan rencana keuangan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Lingkungan yang dihadapi oleh usaha Sate Taichan Hokki di Bandung terdiri dari lingkungan eksternal yang sulit dikendalikan. Termasuk didalamnya adalah adanya ancaman dan peluang usaha yang muncul dari pihak lain. Disamping itu kuliner ini juga mempunyai lingkungan internal yang dapat menghadapi ancaman tersebut, sekaligus dapat meraih peluang yang muncul. Lingkungan internal ini lebih dapat dikendalikan dibandingkan dengan lingkungan eksternal sebelumnya.

Analisis SWOT

Analisis SWOT menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahannya. Analisis SWOT Sate Taichan Hokki digambarkan melalui Tabel 2.

Tabel 3. Analisis SWOT Sate Taichan Hokki

FAKTOR INTERNAL	Kekuatan	Kelemahan
	Pelayanan yang responsif dan ramah	Rasa terkadang tidak konsisten
	Pilihan menu yang beragam	Keterbatasan tempat
	Harga yang murah	Kondisi fasilitas yang tidak memadai
	Pengetahuan dan pengalaman pemilik dalam mengelola usaha di bidang kuliner	Kurangnya pengetahuan tentang pemasaran digital
	<i>Brand awareness</i> yang tinggi	Keterbatasan SDM
FAKTOR EKSTERNAL	Peluang	Ancaman
	Target pasar yang luas	Fluktuasi bahan baku
	Lokasi usaha yang strategis	Persaingan ketat
	Permintaan meningkat pada awal pergantian mahasiswa baru	Kualitas layanan pengantaran
	Modal awal yang rendah	Perubahan iklim
	Penggunaan platform digital untuk pesan melalui online seperti GoFood, ShopeFood, GrabFood	Perubahan selera konsumen

Sumber: Diolah Peneliti, 2025

Matriks IFAS-EFAS

Penelitian menggunakan analisis SWOT untuk menganalisis data yang telah diperoleh dari hasil penelitian. Analisis dalam penelitian ini mencakup analisis tentang faktor-faktor internal dan eksternal yang mempunyai pengaruh dalam penyusunan staretegi untuk Sate Taichan Hokki. Analisis lingkungan internal menggunakan tabel IFAS seperti pada tabel 4.

Tabel 4. Analisis Faktor Internal Matriks IFAS

No	Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Score
A KEKUATAN				
1	Pelayanan yang responsif dan ramah	0.11	4	0.43
2	Pilihan menu yang beragam	0.08	3	0.26
3	Harga yang murah	0.13	5	0.65
4	Pengetahuan dan pengalaman pemilik dalam mengelola usaha di bidang kuliner	0.11	4	0.43
5	Brand awareness yang tinggi	0.08	3.5	0.30
	Sub Total	0.52		2.08
B KELEMAHAN				
1	Rasa terkadang tidak konsisten	0.10	2	0.22
2	Keterbatasan tempat	0.13	2	0.26
3	Kondisi fasilitas yang tidak memadai	0.06	2	0.13
4	Kurangnya pengetahuan tentang pemasaran digital	0.08	2.5	0.22
5	Keterbatasan SDM	0.08	1.5	0.13
	Sub Total	0.47		0.95
	JUMLAH	1.00		3.04

Matriks EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*) yang terdiri dari faktor-faktor eksternal terdiri dari (*Opportunities*) dan ancaman (*Threats*) yang berasal dari lingkungan makro dan mikro system organisasi Sate Taichan Hokki dalam merumuskan strategi yang sesuai dengan situasi dan kondisi yang ada. Berikut analisis matriks EFAS:

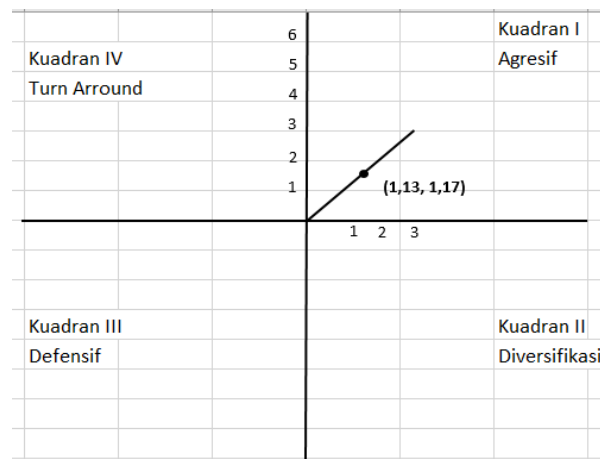
Tabel 5. Analisis Faktor Internal Matriks EFAS

No	Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Score
A PELUANG				
1	Target pasar yang luas	0.09	4	0.34
2	Lokasi usaha yang strategis	0.13	5	0.65
3	Ketersediaan bahan baku	0.09	4	0.35
4	Modal awal yang rendah	0.11	5	0.54
5	Penggunaan platform digital untuk pesan melalui online seperti GoFood, ShoppeFood GrabFood	0.09	3	0.26
	Sub Total	0.5		2.15
B ANCAMAN				
1	Fuktuasi bahan baku	0.13	2	0.26
2	Persaingan ketat	0.11	1.5	0.16
3	Kualitas layanan pengantaran	0.08	2.5	0.22
4	Perubahan iklim	0.11	2	0.22
5	Perubahan selera konsumen	0.06	2	0.13
	Sub Total	0.5		0.98
	JUMLAH	1.00		3.14

Sumber: Diolah Peneliti, 2025

Matrix Space Analisis SWOT

Hasil penelitian IFAS dan EFAS ini kemudian diikutsertakan kedalam diagram matriks SWOT sebagai berikut:



Sumber: Diolah Peneliti, 2025

Gambar 2. Diagram Analisis SWOT

Berdasarkan Gambar 2 Matrik SPACE Sate Taichan Hokki di atas, dapat diketahui bahwa koordinat vektor arah pada sumbu x sebesar 1,13 dan pada sumbu y sebesar 1,17. Dari hasil ini didapati bahwa hasil perhitungan SWOT secara kuantitatif menunjukkan pada posisi kuadran I. Maka artinya, Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif. Pada kuadran ini, berada pada posisi yang baik untuk menggunakan kekuatan internalnya. Selanjutnya SWOT Matrix Bisnis Sate Taichan Hokki disajikan pada Tabel 5.

Tabel 6. SWOT Matrix Sate Taichan Hokki

Faktor eksternal Faktor internal	<i>Opportunities (O)</i>	<i>Threats</i>
	Target pasar yang luas (O1) Lokasi usaha yang strategis (O2) Permintaan meningkat pada awal pergantian mahasiswa baru (O3) Modal awal yang rendah (O4) Penggunaan platform digital untuk pesan melalui online (O5)	Fluktuasi bahan baku (T1) Perubahan iklim (T2) Persaingan ketat (T3) Kualitas layanan pemasok (T4) perubahan selera konsumen (T5)
Kekuatan Pelayanan yang responsif & ramah (S1) Pilihan menu yang beragam (S2) Harga yang murah (S3) Pengetahuan dan pengalaman pemilik di bidang kuliner (S4) <i>Brand awareness</i> yang tinggi (S5)	Strategi SO Melakukan inovasi menu yang lebih beragam untuk memenuhi minat konsumen (S4, O1) Memanfaatkan potensi pengembangan menjadi franchise untuk menyebarkan Sate Taichan Hokki (S5, O1, O4)	Strategi ST Mempertahankan harga yang murah agar dapat meningkatkan minat masyarakat untuk mau membeli Sate Taichan Hokki (S3, T5)
Kelemahan Rasa terkadang tidak konsisten (W1) Keterbatasan tempat (W2) Kondisi fasilitas yang tidak memadai (W3) Kurangnya pengetahuan tentang pemasaran digital (W4) Keterbatasan SDM (W5)	Memulai untuk membuat strategi pemasaran digital yang jelas agar Sate Taichan Hokki dapat mengembangkan lagi usahanya sehingga dapat meningkatkan penjualan terhadap Sate Taichan Hokki (W4, O1)	Membuat program loyalitas atau promosi khusus untuk mendorong pelanggan kembali membeli. Strategi ini membantu mempertahankan pelanggan di tengah persaingan ketat, meskipun memiliki SDM yang terbatas (W5, W4, T3)

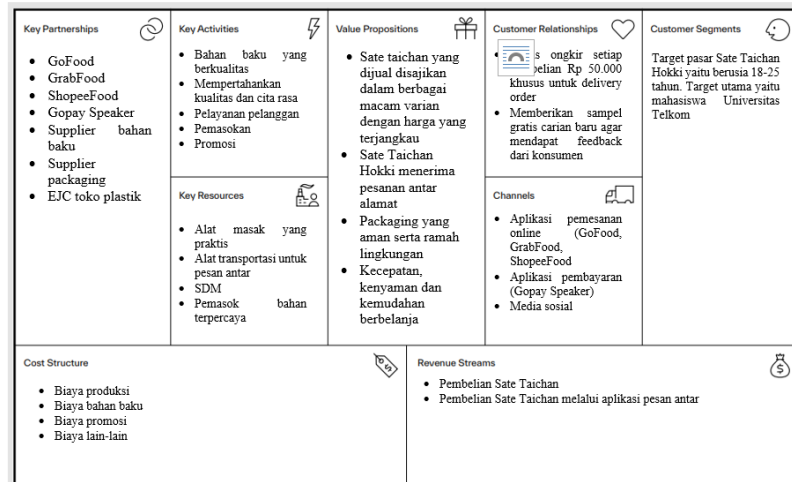
Sumber: Diolah Peneliti, 2025

Pada Tabel 6 dengan panduan strategi usaha diatas, Sate Taichan Hokki diharapkan mampu mengantongi berbagai peluang yang ada serta mempersempit intensitas dari setiap kerugian dan ancaman yang muncul. Namun Sate Taichan Hokki diharuskan tetap inovatif dan selalu menjaga kualitas produk serta pelayanannya sehingga kepuasan konsumen tetap terjaga dengan baik. Agar usaha bisnis yang dijalankan bisa berjalan dengan baik, tentunya memerlukan strategi perencanaan yang baik di segala aspek seperti perencanaan pemasaran, operasional, sumber daya manusia dan keuangan.

Mengacu pada tabel di atas, dapat dilihat bahwa untuk mengoperasikan usaha Sate Taichan Hokki dapat diklasifikasikan sebagai bentuk investasi yang sangat berpotensi mewujudkan profit karena *Net Present Value* lebih dari Nol ($NPV > 0$) yaitu sebesar Rp 523.183.065. Sedangkan *Internal Rate of Return* yang dihasilkan melebihi *discount factor*

dimana hasilnya sebesar 131%. Jadi bisa diartikan tingkat pengembaliannya melebihi beban bunga yang harus dibayar ($IRR > 12\%$). Selain itu *Payback Period* yang didapat dalam usaha Sate Taichan Hokki ialah selama 4 bulan.

Business Model Canvas (BMC)



Sumber: Diolah Peneliti, 2025

Gambar 3. Business Model Canvas Sate Taichan Hokki

Pengembangan Bisnis

Pengembangan bisnis Sate Taichan melibatkan berbagai strategi untuk meningkatkan daya saing dan menarik minat konsumen. Kreativitas membantu dalam menghasilkan ide-ide baru yang dapat mengarah pada pengembangan produk dan layanan inovatif. Berikut dapat dilihat pada Tabel 6 yang menunjukkan hasil pengembangan bisnis Sate Taichan Hokki yang terbaru.

Tabel 7. Pembembangan Bisnis Sate Taichan Hokki

No	Lama	Pengembangan
1.	Menu Lama - Sate Taichan Ayam - Sate Taichan Kulit - Sate Taichan Mix - Sate Taichan Crispy	Membuat menu baru:  Sate Taichan Telur Gulung  Sate Taichan Manis Pedas
2.	Sambal tidak ada varian level	Membuat sambal untuk tingkat keveleran dari level 1-3
3.	Sambal hanya ada 1 varian	Membuat varian sambal ijo

4	Tidak menerima pesanan melalui whatsapp	Menerima pesanan melalui whatsapp agar konsumen tidak menunggu lama dan makanan langsung diterima.
5	Promosi hanya di akun instagram Sate Taichan Hokki	Melakukan promosi di akun instagram telufood dengan tujuan agar menjangkau pasar yang lebih luas khususnya mahasiswa Telkom University



Sumber: Diolah Peneliti, 2025

KESIMPULAN

Dari hasil analisis dan pengamatan mengenai perencanaan dan pengembangan Sate Taichan Hokki ini, maka dapat disimpulkan bahwa perencanaan bisnis Sate Taichan Hokki mempunyai potensi yang besar dan layak dijalankan sebagai implementasi bisnis karena telah melampaui dan berpotensi tinggi menurut kriteria-kriteria Timmons. Potensi tinggi tersebut tentunya tak luput dari pangsa pasar yang juga berpotensi. Namun, untuk bisa menjadi usaha makanan yang dipilih oleh masyarakat tentunya pasar tersebut harus memiliki keunikan dan inovasi. Hasil analisis lingkungan bisnis menggunakan matriks IFAS dan EFAS menunjukkan bahwa bisnis ini berada diposisi “agresif”, dimana usaha ini mempunyai peluang dan kekuatan sehingga dapat memaksimalkan potensi akan peluang yang ada. Strategi yang cocok untuk diaplikasikan pada situasi ini ialah dukungan terhadap kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented Strategy*). Sedangkan dari aspek keuangan, hasil NPV, IRR dan PP menunjukkan bahwa usaha layak untuk dijalankan.

REFERENSI

- Achmadi, P. C., Maku, N. K., & Perry, B. T. (2024). PELATIHAN PEMBUATAN SATE TAICHAN KREMES DI OMK PITAK DALAM MENGASAH INOVASI PENGOLAHAN DAGING AYAM. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 4922-4929.
- Handhini, U. N., & S, Y. E. (2023). Perencanaan Usaha Makanan Chick Me Up. *Jurnal Informatika Bisnis*, 69-76.
- Handhini, U. N., & S, Y. E. (2023). Perencanaan Usaha Makanan Chick Me Up. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 69-76.
- Hasmoro, D. A. (2023). Perencanaan Bisnis Pempek Tekwan Palembang Dapur Cindo. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 3390-3406.
- Hurdawaty, R., Maryetti, & Dewinda, S. A. (2017). PENGEMBANGAN KULINER SATE TAICHAN GORENG SEBAGAI ATRAKSI WISATA DI KOTA BEKASI . *Jurnal Sains Terapan Pariwisata*, 300-310.
- Keniawati, K., & Nuri, N. (2023). Coffee Business Development Model. *REVIEW OF INTERNATIONAL GEOGRAPHICAL EDUCATION*, 433-443.
- OpendataJabar. (2023). *Jumlah Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Bandung*. Retrieved from Opendata Jabar: <https://opendata.bandung.go.id/dataset/jumlah-usaha-mikro-kecil-dan-menengah-di-kota-bandung>
- Ramdhan, M. (Nusantara). *Metode Penelitian Bisnis*. Surabaya: Cipta Media.

- Ratnasari, W., & Setiadi, A. C. (2023). Perencanaan Bisnis Resto dan Katering Mei Kitchen Di Palu. *Jurnal Pendidik Tambusai*, 8056-8062.
- Sunariani, N. N., Gorda, A. S., & Mahaputra, I. R. (2017). PEMBERDAYAAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) MELALUI PROGRAM BINAAN DI PROVINSI BALI. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 2 (1).
- Timmons, J., & Spinelli, S. (2008). *New Venture Creation (Entrepreneurship for 21 st Century)* (Ahli Bahasa: Julianto Agung S, Maria Pampa K, dan Krisna Rumpak). Yogyakarta: Andi.