

Implementasi Business Plan pada Usaha Rice Bowl 'Risebowl' untuk Meningkatkan Profitabilitas

Aldrick Brianto Putra¹, Edy Rahardja^{2*}

^{1,2}Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro

*Email: edyraharja@lecturer.undip.ac.id

Abstract

This aims on this research is to develop a business strategy for the rice bowl business 'Risebowl' in Semarang City, in order to capitalize on the increasing fast food market opportunities. Risebowl is focused on providing healthy, practical, and affordable fast food for consumers with the main target of urban communities, especially the younger generation. In achieving these objectives, this research identifies internal and external factors that influence the development of this business through SWOT analysis and Business Model Canvas approaches.

The research method used is a qualitative method with a descriptive approach. Data collection was conducted through direct observation, structured interviews with business owners, as well as literature studies and secondary data. SWOT analysis was used to evaluate the strengths, weaknesses, opportunities, and threats faced by Risebowl, while Business Model Canvas helped in designing a comprehensive business plan.

The results show that Risebowl has significant market opportunities in Semarang City, although there are some internal weaknesses that need to be improved, such as human resource management and operational capacity. Overall, the business feasibility is good with promising profitability potential. The business plan includes a social media-based marketing strategy, flexible human resource management, and realistic financial projections to support future expansion.

Keywords: *Environmental Analysis, Business Feasibility Analysis, Business Plan*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan strategi bisnis untuk usaha *rice bowl* "Risebowl" di Kota Semarang, guna memanfaatkan peluang pasar fast food yang semakin meningkat. Risebowl difokuskan pada penyediaan makanan cepat saji yang sehat, praktis, dan terjangkau bagi konsumen dengan target utama masyarakat perkotaan, khususnya generasi muda. Dalam mencapai tujuan tersebut, penelitian ini mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang memengaruhi pengembangan bisnis ini melalui pendekatan analisis SWOT dan *Business Model Canvas*.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung, wawancara terstruktur dengan pemilik usaha, serta studi literatur dan data sekunder. Analisis SWOT digunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi Risebowl, sedangkan *Business Model Canvas* membantu dalam merancang rencana bisnis yang komprehensif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Risebowl* memiliki peluang pasar yang signifikan di Kota Semarang, meskipun terdapat beberapa kelemahan internal yang perlu diperbaiki, seperti pengelolaan sumber daya manusia dan kapasitas operasional. Secara keseluruhan, kelayakan bisnis ini cukup baik dengan potensi profitabilitas yang menjanjikan. Business plan yang disusun mencakup strategi pemasaran berbasis media sosial, pengelolaan sumber daya manusia yang fleksibel, serta proyeksi keuangan yang realistis untuk mendukung ekspansi di masa depan.

Kata Kunci: *Analisis Lingkungan, Analisis Kelayakan Bisnis, Business Plan*

I. PENDAHULUAN

Revolusi industri berteknologi tinggi telah memicu pertumbuhan pesat dan persaingan ketat di berbagai sektor, termasuk industri makanan dan minuman yang kini menekankan kebahagiaan, efisiensi, dan kenikmatan konsumen sebagai poros utama. Tren ini tercermin dalam tingginya konsumsi makanan cepat saji di Indonesia, di mana 73,2% masyarakat mengonsumsi setidaknya sekali dalam seminggu (Katadata, 2023). Makanan cepat saji seperti *rice bowl* kini semakin populer karena praktis, terjangkau, dan mudah dikonsumsi, terutama di kalangan generasi muda dan pekerja urban. *Rice bowl*, yang terdiri dari makanan pokok dan lauk dalam satu kemasan, dianggap menarik berkat tampilan dan kemasannya yang efisien, menjadikannya salah satu pilihan *fast food* dengan pertumbuhan signifikan (Anggraeni & Magetanapuang, 2020; Phan, 2020).

Di Kota Semarang, tren pencarian terkait *rice bowl* meningkat selama lima tahun terakhir, dengan *Google Trends* menunjukkan bahwa makanan ini menjadi salah satu yang paling dicari, bahkan mencapai urutan ke-14 di Jawa Tengah. Sebanyak 170 pencarian kata kunci "*Rice bowl* Semarang" dalam tujuh bulan terakhir menunjukkan peluang besar bagi bisnis ini di Semarang, terutama dengan tingkat kesulitan SEO yang rendah, sehingga mudah dioptimalkan untuk pemasaran digital

(*Google Trends*, 2024; *Ubersuggest*, 2024). Namun, data pencarian ini tetap perlu dilengkapi dengan analisis tambahan mengenai persaingan pasar lokal untuk memperoleh gambaran yang lebih menyeluruh.

Risebowl, yang memfokuskan segmen pasar pada generasi muda dan pekerja urban di Semarang, menghadirkan menu inovatif seperti saus black pepper dan teriyaki serta kemasan menarik untuk menonjol di pasar makanan cepat saji. Dengan strategi pemasaran berbasis media sosial, Risebowl berhasil menarik perhatian konsumen, meskipun masih menghadapi tantangan dalam pengelolaan sumber daya manusia, kapasitas operasional, dan ketergantungan pada saluran digital. Di sisi lain, peluang yang dapat dimanfaatkan mencakup tren konsumsi makanan cepat saji yang terus meningkat, serta kolaborasi dengan influencer lokal untuk memperluas jangkauan pemasaran (Benzaghta et al., 2021; Puyt et al., 2023). Namun, ancaman seperti persaingan ketat, ketidakpastian ekonomi, dan fluktuasi harga bahan baku tetap menjadi tantangan utama yang harus diantisipasi. Melalui analisis SWOT, Risebowl dapat memanfaatkan keunggulan internalnya, seperti efisiensi operasional dan inovasi menu, untuk mengoptimalkan peluang pasar. Dengan populasi Kota Semarang yang mencapai 1,6 juta jiwa dan didominasi oleh konsumen muda yang dinamis, strategi positioning Risebowl sebagai makanan cepat saji yang praktis dan sehat dapat menjadi kunci keberhasilan. Penelitian dan strategi lanjutan, seperti analisis lingkungan bisnis dan business plan yang komprehensif, akan sangat penting untuk memastikan pertumbuhan bisnis Risebowl yang berkelanjutan (Anggraeni & Magetanapuang, 2020; Katadata, 2023).

II. LANDASAN TEORI

2.1 Analisis Lingkungan

Aspek pasar, pemasaran, sumber daya manusia, operasional, ekonomi, sosial, hukum, dan legalitas menjadi elemen penting dalam studi kelayakan bisnis. Pada aspek pasar, Risebowl memiliki peluang besar untuk menjangkau pasar di Kota Semarang yang didukung oleh tingginya permintaan masyarakat terhadap makanan cepat saji yang praktis dan sehat. Dengan populasi sekitar 1,6 juta jiwa, Risebowl menargetkan generasi muda dan pekerja sebagai pasar utama, dengan keunggulan kompetitif pada cita rasa dan variasi menu yang unik (Fauzi, 2023; Sulistyarso, 2022; Reza, 2022). Pada aspek pemasaran, strategi yang mencakup segmentasi berdasarkan geografis, demografis, dan psikografis membantu memahami preferensi pelanggan, sedangkan targeting dan positioning digunakan untuk memilih segmen pasar dan membangun identitas merek

yang khas. Pendekatan bauran pemasaran 7P (*product, price, promotion, place, process, people, dan physical evidence*) membuat Risebowl bersaing secara efektif di pasar (Schlegelmilch, 2022; Jain & Jain, 2022). Dalam aspek sumber daya manusia, manajemen yang efektif mencakup pelatihan, pengembangan, evaluasi kinerja, dan pemberian kompensasi yang adil untuk memaksimalkan potensi karyawan. Struktur organisasi yang efisien meningkatkan koordinasi dan efektivitas operasional, sementara pelatihan karyawan bertujuan memastikan kompetensi mereka dalam menjalankan tugas (Schermerhorn, 2020; Valeri, 2021; Joseph, 2020). Pada aspek operasional, perencanaan yang matang pada kapasitas produksi, lokasi, dan teknologi memastikan kelancaran proses bisnis dan efisiensi dalam memenuhi permintaan pasar. Teknologi yang digunakan dipilih berdasarkan kecocokan dengan bahan baku, karakteristik produksi, dan potensi perkembangan teknologi (Langoday, 2023).

Aspek ekonomi dan sosial mencakup profitabilitas bisnis dan dampaknya terhadap masyarakat. Aktivitas bisnis seperti produksi, distribusi, dan konsumsi melibatkan interaksi dengan berbagai pemangku kepentingan, sementara adaptasi terhadap budaya lokal dan pelaksanaan program tanggung jawab sosial perusahaan menunjukkan komitmen bisnis terhadap keberlanjutan jangka panjang (Logsdon & Wood, 1998; Ullman, 1985; Sianipar, 2019). Aspek hukum dan legalitas memastikan bisnis berjalan sesuai aturan, dengan dokumen seperti akta pendirian, Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP), Izin Pendirian, dan Nomor Induk Berusaha (NIB) yang menjadi dasar legitimasi operasi. Legalitas merek dagang memberikan perlindungan hukum, peluang bisnis, dan memperkuat branding perusahaan, membantu menciptakan identitas yang kuat dan mendukung pertumbuhan jangka panjang di pasar yang kompetitif (Satriyotomo & Ginanjar, 2023; Isnaini Harahap, 2022). Integrasi seluruh aspek ini mendukung keberlanjutan dan kesuksesan Risebowl dalam menjalankan operasinya.

2.2 Analisis Kelayakan Bisnis

Aspek operasional, sumber daya manusia, keuangan, pasar, dan pemasaran merupakan elemen penting dalam studi kelayakan bisnis yang saling mendukung untuk memastikan keberhasilan dan keberlanjutan bisnis. Dalam aspek operasional, efisiensi dapat dicapai melalui perencanaan yang matang, lokasi strategis, dan penggunaan teknologi yang tepat (Heizer, 2014). Pada bisnis Risebowl, lokasi produksi di kediaman pemilik memberikan efisiensi biaya, sementara peralatan yang sesuai kapasitas membantu menjaga kualitas produk. Aspek sumber daya manusia, menurut Mathis (2011), berperan penting dalam meningkatkan produktivitas dan kinerja perusahaan. Perekrutan karyawan yang tepat, penerapan upah yang adil, serta pelatihan dan pengembangan karyawan menjadi fokus utama Risebowl untuk memastikan kinerja optimal. Dari perspektif keuangan, analisis mendalam terhadap pendapatan dan pengeluaran dilakukan untuk menilai laba atau kerugian secara rinci. Lestari (2021) menyebutkan bahwa arus kas, termasuk arus awal, operasional, dan akhir, adalah komponen utama yang memastikan kelangsungan operasional bisnis, stabilitas keuangan, dan peluang ekspansi. Indikator seperti *Payback Period*, *Average Rate of Return (ARR)*, *Net Present Value (NPV)*, *Internal Rate of Return (IRR)*, dan *Profitability Index (PI)* digunakan untuk mengevaluasi kelayakan investasi. Analisis sensitivitas juga dilakukan untuk mengantisipasi risiko seperti peningkatan biaya, penurunan produktivitas, atau penundaan proyek, mendukung pengambilan keputusan preventif yang lebih baik. Aspek pasar menjadi kunci dalam memahami potensi permintaan, perilaku konsumen, dan analisis pesaing. Menurut Kotler (2012), pengetahuan mendalam tentang pasar sasaran memungkinkan pengembangan strategi yang efektif. Risebowl menilai preferensi konsumen di Kota Semarang untuk produk *rice bowl* dan mengidentifikasi segmen pasar potensial, terutama generasi muda. Dalam aspek pemasaran, strategi yang dirancang

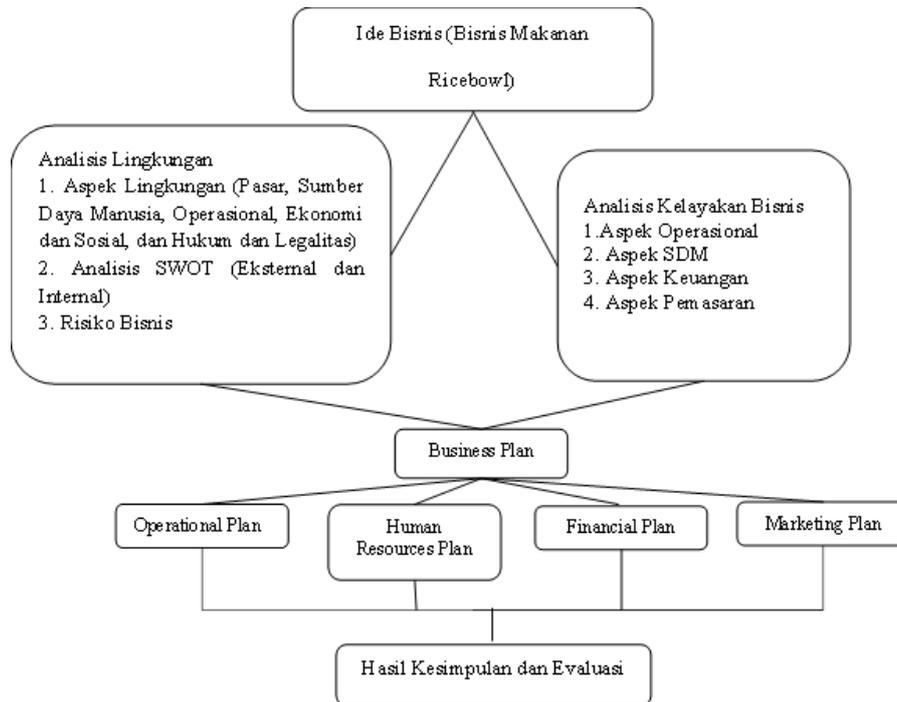
untuk memenuhi kebutuhan konsumen melibatkan kombinasi promosi, distribusi, penetapan harga, dan pengembangan produk (Kotler, 2003). Risebowl menggunakan media sosial seperti Instagram untuk meningkatkan kesadaran merek dan menarik minat konsumen muda, yang efektivitasnya diukur melalui pertumbuhan pelanggan dan peningkatan penjualan.

2.3 Business Plan

Perencanaan bisnis adalah strategi komprehensif yang bertujuan untuk mencapai tujuan bisnis melalui pemasaran, keuangan, dan operasional yang terencana dengan baik. Selain itu, perencanaan ini mencakup identifikasi peluang dan risiko bisnis, serta penyusunan rencana alternatif untuk mengatasi masalah potensial. Rencana bisnis yang baik tidak hanya membantu pemilik bisnis dalam mengelola dan mengembangkan usaha, tetapi juga memudahkan karyawan, investor, dan pemangku kepentingan lainnya memahami visi, tujuan, dan strategi perusahaan (Zhanna Belyaeva, 2020). Dalam *marketing plan*, Risebowl fokus pada strategi promosi melalui media sosial seperti Instagram untuk menarik target pasar, yaitu remaja dan dewasa muda berusia 16–28 tahun. Promosi dilakukan dengan konten visual yang menarik, kolaborasi dengan influencer lokal, dan pengoptimalan media sosial untuk meningkatkan kesadaran merek dan menjangkau pelanggan baru. Selanjutnya, *organizational plan* Risebowl melibatkan pengelolaan tenaga kerja secara fleksibel, dengan kombinasi karyawan tetap dan sementara. Sistem kompensasi yang adil diterapkan untuk menciptakan lingkungan kerja yang memotivasi, didukung oleh pelatihan untuk meningkatkan keterampilan karyawan dan kualitas layanan.

Dalam *financial plan*, Risebowl menyusun proyeksi pendapatan dan biaya operasional yang mencakup bahan baku, gaji karyawan, dan pemasaran. Lokasi produksi di kediaman pemilik membantu menekan biaya operasional, sehingga meningkatkan margin keuntungan. Sumber pembiayaan eksternal, seperti pinjaman atau investasi, dipertimbangkan untuk mendukung ekspansi bisnis. Rencana keuangan ini dirancang agar bisnis dapat beroperasi secara sehat secara finansial dan mencapai profitabilitas yang diinginkan. Risiko bisnis mencakup risiko produk, pasar, keuangan, dan operasional, yang dapat memengaruhi keberhasilan dan keberlanjutan bisnis. Risiko produk terkait dengan kualitas dan dampak produk terhadap konsumen, sedangkan risiko pasar melibatkan tantangan persaingan, fluktuasi harga, dan strategi pemasaran. Pengelolaan risiko dilakukan melalui identifikasi, mitigasi, dan evaluasi secara sistematis, sesuai dengan standar ISO 31000:2009, untuk melindungi bisnis dari kerugian dan memastikan kelangsungan operasional (Wulandari & Deliabilda, 2020; M Sajjad, 2020). *Business Model Canvas* (BMC) menjadi alat untuk merancang strategi bisnis melalui sembilan elemen utama: segmen pelanggan, proposisi nilai, saluran distribusi, hubungan pelanggan, sumber pendapatan, kegiatan utama, sumber daya utama, mitra kunci, dan struktur biaya. Segmen pelanggan Risebowl meliputi mahasiswa, pekerja kantoran, dan keluarga muda. Proposisi nilai Risebowl terletak pada penyediaan makanan cepat saji yang sehat dan lezat dengan harga terjangkau. Saluran distribusi mencakup media sosial dan mitra pengiriman, sementara hubungan pelanggan dibangun melalui interaksi aktif, program loyalitas, dan umpan balik. Sumber pendapatan berasal dari penjualan langsung, didukung oleh kegiatan utama seperti pengolahan bahan baku, pemasaran, dan pengiriman. Sumber daya utama mencakup infrastruktur, teknologi, dan sumber daya manusia, sementara mitra kunci melibatkan pemasok bahan baku dan layanan pengiriman. Struktur biaya mencakup biaya operasional, tetap, dan variabel yang mendukung keberlanjutan bisnis (Sparviero, 2019; Rizka Zulfikar, 2019).

2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Sumber: Data diolah (2024)

III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme atau interpretatif. Metode ini mempelajari objek dalam kondisi alaminya dengan peneliti sebagai instrumen utama dan menggunakan triangulasi untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif. Analisis data bersifat induktif, menekankan pada pemahaman makna daripada generalisasi (Sugiyono, 2013). Penelitian dilakukan di Kota Semarang sebagai lokasi operasional bisnis Risebowl, dengan fokus pada analisis lingkungan, kelayakan bisnis, dan penyusunan business plan. Data yang digunakan terdiri dari data primer, yaitu informasi langsung dari pemilik Risebowl, serta data sekunder berupa artikel, jurnal, buku, dan referensi lainnya. Metode pengumpulan data melibatkan observasi dan wawancara terstruktur. Observasi dilakukan dengan mengamati langsung proses operasional Risebowl di lokasi usaha untuk memahami manajemen operasional, kualitas layanan, dan interaksi dengan pelanggan. Tujuannya adalah mengidentifikasi efisiensi proses, hambatan operasional, dan respons pelanggan yang dapat digunakan sebagai dasar pengembangan strategi bisnis (Arikunto, 2010). Wawancara terstruktur dilakukan untuk menggali informasi mendalam dari pemilik usaha terkait latar belakang bisnis, visi dan misi, strategi pemasaran, kendala operasional, target pasar, pengelolaan sumber daya manusia, serta strategi finansial. Wawancara ini diharapkan memberikan wawasan komprehensif tentang kinerja dan peluang peningkatan dalam mendukung keberlanjutan bisnis Risebowl (Sugiyono, 2013).

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Analisis Lingkungan

4.1.1 Aspek Pasar

Populasi Kota Semarang yang mencapai 1,6 juta jiwa (BPS, 2024) dan hasil pencarian "*rice bowl*" sebanyak 1.441 kali dalam setahun terakhir di Google Trends, terdapat indikasi minat yang cukup tinggi terhadap hidangan ini. Namun, cakupan pasar Risebowl saat ini masih terbatas pada wilayah Semarang atas, Tembalang, dan Banyumanik, memberikan keuntungan strategis dalam memahami preferensi pelanggan setempat. Dari sisi penawaran, Risebowl fokus menghadirkan makanan cepat saji yang terjangkau, mengenyangkan, dan praktis dengan rasa saus yang sesuai preferensi konsumen, membedakannya dari makanan sejenis di Kota Semarang. Analisis kompetitor menunjukkan bahwa jumlah pesaing *rice bowl* di Semarang masih relatif sedikit, dengan beberapa pemain utama memiliki ulasan yang tinggi, seperti Saerah *Rice bowl* (4,5/61 ulasan) dan Neda *Rice bowl & Coffee* (4,4/29 ulasan). Temuan ini menunjukkan bahwa persaingan di pasar *rice bowl* Semarang belum terlalu ketat, memberikan peluang bagi Risebowl untuk membangun merek yang kuat. Namun, untuk bersaing secara efektif, Risebowl perlu merancang strategi yang tepat untuk menarik perhatian pelanggan dan meningkatkan daya saing di industri ini. Hal ini termasuk mempertahankan kualitas produk, inovasi menu, serta strategi pemasaran yang terarah untuk memperluas jangkauan pasar.

4.1.2 Aspek Sumber Daya Manusia

Saat ini, Risebowl memiliki dua karyawan yang melayani berbagai aspek bisnis, yaitu owner operasional dan pemasaran, yang juga terlibat dalam kegiatan dapur. Struktur organisasi melibatkan owner yang bertanggung jawab atas operasional, keuangan, dan produksi, serta pemasaran yang menangani riset pasar, pengelolaan media sosial, customer service, dan produksi dapur. Keterbatasan tenaga kerja ini menjadi tantangan utama yang perlu diatasi untuk memastikan operasional tetap optimal, terutama dalam menghadapi permintaan yang fluktuatif. Untuk meningkatkan keterampilan dan kontribusi karyawan, Risebowl menerapkan program pelatihan yang berfokus pada pengembangan keterampilan strategis dan operasional. Program ini meliputi pelatihan manajemen strategis dan komunikasi efektif untuk owner, analisis keuangan dan perencanaan untuk keuangan, strategi pemasaran digital dan analisis pesaing untuk pemasaran, serta pengelolaan bahan baku dan produksi untuk kitchen officer. Metode pelatihan dilakukan melalui diskusi bersama untuk memastikan pemahaman yang mendalam dan relevansi terhadap peran masing-masing karyawan. Pelatihan ini bertujuan untuk mengoptimalkan kemampuan sumber daya manusia Risebowl, meningkatkan efisiensi operasional, serta mendukung pertumbuhan dan keunggulan kompetitif bisnis di pasar kuliner.

4.1.3 Aspek Operasional

Kapasitas produksi ditentukan berdasarkan keterampilan karyawan dan peralatan yang digunakan, dengan pemantauan rutin terhadap permintaan pasar untuk mengantisipasi kebutuhan peningkatan kapasitas di masa depan. Fleksibilitas operasional juga diterapkan, seperti merekrut staf tambahan atau memperluas area produksi jika diperlukan. Lokasi usaha dipilih di kediaman pribadi pemilik untuk menekan biaya operasional, setelah melalui analisis kelayakan yang mempertimbangkan demografi, aksesibilitas, dan persaingan lokal. Selain itu, Risebowl memanfaatkan acara seperti *car free day* untuk berinteraksi dengan pelanggan langsung dan menggunakan sistem *pre-order online* serta promosi melalui Instagram dan WhatsApp untuk menjangkau konsumen. Dalam hal teknologi, Risebowl menggunakan peralatan yang dirancang untuk

mendukung efisiensi operasional dan menjaga standar kebersihan serta keamanan pangan. Peralatan seperti wajan, *rice cooker*, dan kompor gas digunakan dalam produksi, didukung oleh fasilitas seperti dapur produksi, kendaraan distribusi, dan jaringan internet untuk operasional yang optimal. Pemeliharaan rutin juga dilakukan untuk memastikan peralatan tetap dalam kondisi baik, sehingga gangguan operasional dapat diminimalkan. Dengan pendekatan ini, Risebowl berupaya meningkatkan produktivitas, efisiensi, dan kepuasan pelanggan dalam menjalankan bisnisnya.

4.1.4 Aspek Ekonomi dan Sosial Budaya

Risebowl menunjukkan komitmen terhadap aspek ekonomi dan sosial budaya melalui berbagai inisiatif yang berdampak positif bagi masyarakat. Salah satunya adalah program "Jumat Berkah," di mana Risebowl mendistribusikan makanan kepada mereka yang kurang beruntung, menciptakan hubungan yang baik dengan masyarakat sekitar dan memperkuat integrasi bisnis ke dalam komunitas lokal. Partisipasi aktif dalam kegiatan ini memungkinkan Risebowl untuk lebih memahami kebutuhan masyarakat sekaligus memberikan manfaat langsung. Selain itu, keterlibatan Risebowl dalam kegiatan *Car Free Day* tidak hanya berfungsi sebagai sarana promosi, tetapi juga sebagai upaya mendukung sektor UMKM, memperluas jaringan bisnis, meningkatkan kesadaran merek, dan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Melalui pendekatan ini, Risebowl berkontribusi pada penguatan hubungan sosial budaya dengan masyarakat serta membina kemitraan jangka panjang yang mendukung perkembangan bisnis dan komunitas secara berkelanjutan.

4.1.5 Aspek Legalitas

Sesuai dengan peraturan perundang-undangan komersial yang berlaku saat ini, Risebowl sedang dalam proses memperoleh Nomor Induk Berusaha (NIB) sebagai pengakuan resmi atas aktivitas komersialnya, selain itu Pendaftaran Izin Usaha Sektor Dalam Negeri (P-IRT) juga sedang diajukan. Tetapi pengobatan P-IRT ditunda karena tidak dianggap sebagai prioritas. Saat ini, bisnis inti Risebowl berfokus pada pengembangan bisnis dan peningkatan kualitas produk untuk mengoptimalkan pengalaman pelanggan. Penerbitan NIB ini merupakan bagian dari komitmen untuk mematuhi peraturan perundang-undangan yang berlaku, dan sertifikat P-IRT akan diproses selanjutnya jika diperlukan untuk pengembangan usaha di masa depan.

4.1.6 Analisis SWOT

Analisis SWOT Risebowl melibatkan evaluasi aspek internal, meliputi pemasaran, keuangan, sumber daya manusia, legalitas, dan operasional, serta aspek eksternal, meliputi konsumen, pesaing, pemasok, dan dukungan pemerintah. Berdasarkan hasil analisis, aspek internal memiliki skor total 20, menunjukkan bahwa bisnis ini memerlukan perbaikan untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas, terutama pada aspek keuangan dan legalitas yang masih memiliki kekurangan. Sementara itu, aspek eksternal memperoleh skor total 34, yang mencerminkan peluang besar yang tersedia, seperti kualitas rasa produk yang unggul, variasi menu yang menarik, kecepatan layanan, dan potensi kolaborasi dengan pemasok bahan berkualitas. Namun, hasil analisis SWOT menempatkan Risebowl pada kuadran III, yang menunjukkan situasi di mana kelemahan internal menjadi hambatan utama untuk memanfaatkan peluang eksternal secara optimal. Faktor kelemahan internal, seperti keterbatasan tenaga kerja, kurangnya legalitas usaha, serta manajemen keuangan yang belum optimal, perlu segera diatasi untuk meningkatkan daya saing bisnis. Strategi yang disarankan adalah memperbaiki kelemahan internal melalui pengelolaan sumber daya manusia yang lebih baik, pengelolaan keuangan yang terintegrasi, serta pemenuhan legalitas usaha. Dengan

demikian, Risebowl dapat lebih efektif memanfaatkan peluang eksternal, seperti meningkatnya permintaan konsumen dan dukungan pasar yang tersedia, untuk mendorong pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan (Benzaghta et al., 2021; Puyt et al., 2023).

4.1.7 Risiko Bisnis

Risiko bisnis adalah konsekuensi yang harus dihadapi dalam pelaksanaan kegiatan usaha, termasuk bisnis Risebowl. Risiko eksternal meliputi peningkatan persaingan dari bisnis serupa, perubahan preferensi konsumen, fluktuasi harga bahan baku, perubahan regulasi, dan kondisi ekonomi yang tidak stabil. Untuk mengatasi hal ini, mitigasi risiko mencakup inovasi produk dan layanan, riset pasar berkala, diversifikasi menu, kemitraan jangka panjang dengan pemasok, efisiensi operasional, serta memantau regulasi secara aktif. Langkah ini memastikan bisnis dapat beradaptasi dengan perubahan lingkungan eksternal yang dinamis. Sementara itu, risiko internal mencakup keterbatasan sumber daya manusia, ketidakstabilan kualitas produk, kapasitas produksi yang terbatas, ketergantungan tinggi pada pemilik, dan manajemen keuangan yang tidak efektif. Mitigasi risiko ini mencakup pelatihan karyawan secara berkala, penerapan standar kualitas yang ketat, perencanaan ekspansi kapasitas, pendelegasian tanggung jawab, pengembangan sistem manajemen yang terstruktur, serta penggunaan aplikasi manajemen keuangan dan audit internal. Dengan langkah mitigasi ini, Risebowl dapat mengatasi potensi risiko yang ada, baik secara eksternal maupun internal, untuk menjaga stabilitas dan pertumbuhan bisnis di masa depan.

4.2. Analisis Kelayakan Bisnis

4.2.1 Aspek Operasional

Kapasitas produksi direncanakan dengan mempertimbangkan permintaan pasar dan kemampuan teknis, memungkinkan Risebowl mengoptimalkan produksinya sesuai kebutuhan tanpa membebani sumber daya yang ada. Lokasi operasional di kediaman pemilik memberikan efisiensi biaya dengan mengurangi pengeluaran untuk sewa atau pembelian properti komersial, sekaligus memaksimalkan penggunaan ruang yang tersedia untuk kebutuhan produksi. Teknologi dasar telah diimplementasikan untuk mendukung kelancaran operasional dan menjaga kualitas produk secara konsisten. Manajemen rantai pasokan juga menjadi fokus utama, dengan kemitraan strategis bersama pemasok utama dan cadangan untuk menjamin ketersediaan bahan baku berkualitas meskipun terjadi gangguan pasokan atau fluktuasi permintaan. Selain itu, Risebowl bekerja sama dengan mitra pengiriman eksternal untuk meningkatkan fleksibilitas distribusi dan memperluas aksesibilitas produk kepada konsumen. Langkah-langkah ini tidak hanya memperkuat operasional bisnis tetapi juga membantu menjaga hubungan baik dengan pelanggan, sekaligus meningkatkan daya saing Risebowl di pasar makanan cepat saji.

4.2.2 Aspek Sumber Daya Manusia

Aspek sumber daya manusia menjadi elemen penting dalam analisis kelayakan bisnis Risebowl. Dalam rekrutmen, perusahaan berfokus pada pemilihan karyawan dengan keterampilan dan pengalaman yang relevan untuk memenuhi kebutuhan operasional dan menjaga kualitas produk. Proses ini dirancang untuk memastikan efektivitas operasional dengan meminimalkan kesalahan dan meningkatkan efisiensi produksi. Pelatihan dan pengembangan juga menjadi prioritas, di mana program pelatihan rutin diselenggarakan untuk memastikan karyawan memahami standar operasional dan mampu menjaga konsistensi kualitas produk. Pengembangan keterampilan ini juga mencakup pelatihan teknologi baru, yang tidak hanya

meningkatkan efisiensi tetapi juga memberikan peluang pengembangan karir bagi karyawan, sehingga meningkatkan loyalitas mereka terhadap perusahaan. Selain itu, Risebowl menerapkan struktur kompensasi dan insentif yang kompetitif untuk memotivasi karyawan dan meningkatkan komitmen mereka. Penilaian kinerja rutin dilakukan untuk memberikan umpan balik konstruktif dan merancang strategi peningkatan performa. Dengan komunikasi yang terbuka dan hubungan kerja yang sehat, Risebowl menciptakan budaya kerja positif di mana setiap karyawan merasa dihargai dan termotivasi untuk berkontribusi pada keberhasilan perusahaan.

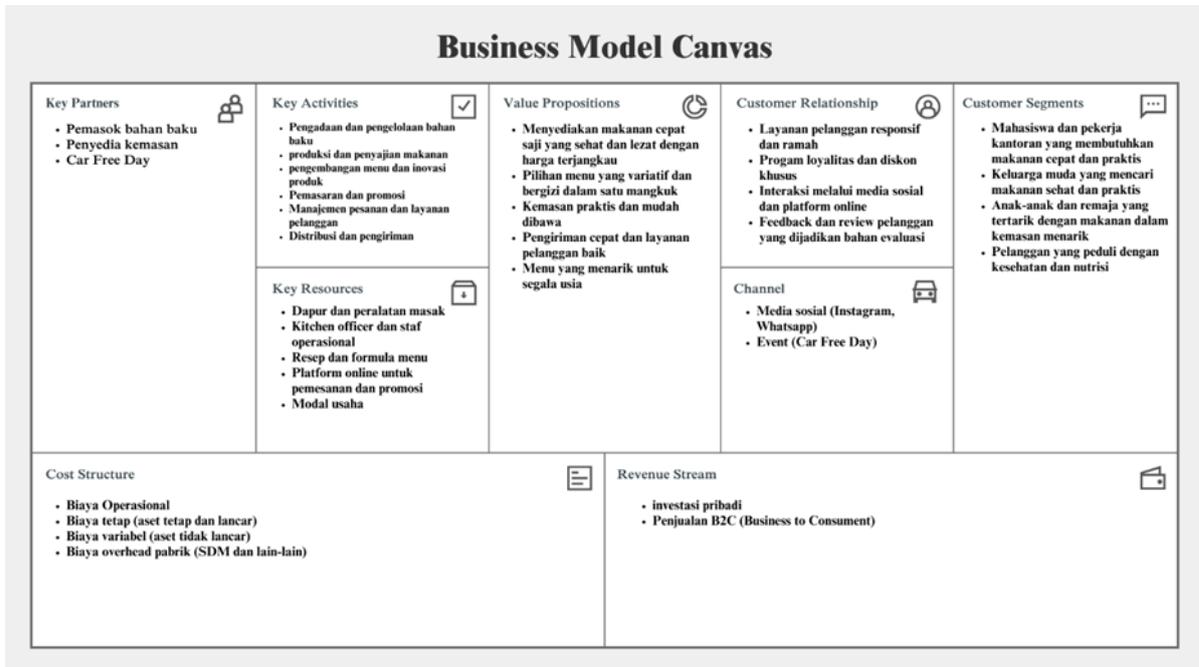
4.2.3 Aspek Pemasaran

Risebowl menargetkan seluruh masyarakat Kota Semarang, khususnya remaja hingga dewasa muda berusia 16-28 tahun yang menyukai makanan cepat saji yang sehat dan terjangkau. Dengan harga Rp20.000 per porsi, Risebowl menempatkan dirinya sebagai produk berkualitas tinggi dengan harga kompetitif. Produk ini menawarkan variasi menu menarik seperti saus black pepper dan teriyaki, menggunakan bahan baku segar untuk memastikan kualitas rasa yang konsisten. Promosi dijalankan secara intensif melalui Instagram sebagai alat utama untuk membangun kesadaran merek dengan konten visual yang menarik, sementara transaksi pemesanan difasilitasi melalui WhatsApp dan Instagram untuk efisiensi. Pada acara tertentu seperti *car free day*, Risebowl membuka gerai untuk memberikan pengalaman langsung kepada pelanggan sekaligus meningkatkan eksistensi merek. Proses operasionalnya melibatkan dua karyawan dengan peran ganda untuk memastikan efisiensi, sedangkan pengemasan menggunakan paper bowl berkapasitas 650 ml untuk menjaga kualitas produk selama pengiriman. Risebowl juga menunjukkan komitmen sosial melalui program "Jumat Berkah," mendistribusikan makanan kepada masyarakat yang membutuhkan. Upaya pemasaran ini diperkuat dengan penggunaan platform Instagram yang didesain menarik dan informatif untuk meningkatkan keterlibatan pelanggan dan memperluas jangkauan audiens. Berdasarkan analisis ini, aspek pemasaran Risebowl dinilai efektif dan memiliki potensi besar untuk dikembangkan lebih lanjut.

4.2.4 Aspek Keuangan

Dalam enam bulan tersebut, Risebowl mencatat total pendapatan sebesar Rp5.400.000 dengan rata-rata penjualan bulanan yang bervariasi. Namun, laporan arus kas menunjukkan saldo negatif sebesar Rp5.455.240, yang disebabkan oleh pengeluaran operasional seperti pembelian perlengkapan, peralatan, beban transportasi, internet, pemasaran, listrik, dan administrasi, yang secara keseluruhan melebihi pendapatan. Laporan laba rugi juga mencatat kerugian sebesar Rp3.840.240, dengan harga pokok penjualan (HPP) dan beban operasional yang tinggi sebagai faktor utama penyebabnya. Selain itu, neraca keuangan menunjukkan ketidakseimbangan antara aktiva dan pasiva, yang mengindikasikan perlunya peningkatan dalam pengelolaan keuangan. Salah satu kendala utama adalah ketidakteraturan dalam pencatatan transaksi, yang menyebabkan sulitnya melacak arus pengeluaran dan pendapatan secara memadai. Untuk mengatasi masalah ini, Risebowl perlu memperbaiki sistem pencatatan keuangan dengan menggunakan aplikasi akuntansi seperti BukuKas. Langkah ini akan membantu menciptakan transparansi dan akurasi dalam pelacakan transaksi, sekaligus memudahkan analisis keuangan yang lebih tepat. Selain itu, penyesuaian harga jual produk untuk mencerminkan HPP yang sebenarnya perlu dilakukan guna memastikan margin keuntungan yang memadai. Penerapan praktik pengelolaan keuangan yang lebih terstruktur dan profesional, Risebowl diharapkan dapat meningkatkan kestabilan finansialnya dan mencapai profitabilitas dalam jangka panjang.

4.2.5 Business Model Canvas



Gambar 2. Business Model Canvas

Sumber: Data diolah (2024)

Business Model Canvas Risebowl menggambarkan strategi komprehensif untuk merencanakan dan mengembangkan usaha rintisan *rice bowl* di Kota Semarang. Sebagai bisnis makanan cepat saji yang sehat dan praktis, Risebowl menargetkan segmen pasar seperti mahasiswa, pekerja kantoran, keluarga muda, dan pelanggan yang peduli dengan kesehatan dan nutrisi. Proposisi nilai utama bisnis ini adalah menyediakan makanan cepat saji yang lezat, sehat, dan terjangkau, dengan fokus pada kepraktisan dan mobilitas, yang relevan dengan gaya hidup modern masyarakat perkotaan. Strategi pemasaran Risebowl menggunakan pendekatan multi-channel, memanfaatkan Instagram dan WhatsApp untuk menjangkau target pasar, serta berpartisipasi dalam kegiatan seperti *Car Free Day* untuk memperkuat hubungan dengan komunitas lokal. Pelanggan diberikan layanan yang responsif dan ramah, program loyalitas, serta kesempatan untuk memberikan umpan balik, yang menunjukkan komitmen terhadap perbaikan berkelanjutan. Dalam operasionalnya, Risebowl menjalin kemitraan strategis dengan pemasok bahan baku dan penyedia kemasan, mengelola aktivitas utama seperti produksi, pemasaran, dan pengiriman, serta fokus pada inovasi produk untuk menjaga daya saing. Sumber daya utama bisnis mencakup dapur, peralatan memasak, staf operasional, resep menu, dan platform teknologi untuk pemesanan dan promosi. Struktur biaya meliputi biaya operasional, biaya tetap seperti gaji dan sewa, serta biaya variabel terkait produksi. Pendapatan utama berasal dari penjualan langsung ke konsumen (B2C), dengan dukungan investasi pribadi yang mencerminkan komitmen pemilik terhadap pengembangan bisnis. *Business Model Canvas* ini menunjukkan strategi Risebowl yang matang dalam mengintegrasikan aspek operasional, pemasaran, keuangan, dan inovasi produk. Fokus pada kebutuhan konsumen, penggunaan teknologi, dan layanan pelanggan yang kuat menempatkan Risebowl pada posisi yang kompetitif di pasar makanan cepat saji yang sehat di Kota Semarang.

4.3. Business Plan

4.3.1 Marketing Plan

Rencana pemasaran Risebowl berfokus pada pemanfaatan potensi pasar di Kota Semarang, yang memiliki populasi sekitar 1,67 juta jiwa dengan segmen konsumen muda yang dinamis. Analisis pasar menunjukkan peningkatan minat terhadap makanan praktis seperti *rice bowl*, sebagaimana ditunjukkan oleh data Google Trends. Strategi pemasaran Risebowl mencakup promosi melalui media sosial, seperti Instagram dan WhatsApp, dengan konten visual yang menarik dan kolaborasi dengan *influencer* lokal untuk meningkatkan kesadaran merek dan keterlibatan konsumen. Selain itu, promosi tradisional seperti brosur dan banner juga dilakukan di lokasi strategis seperti kampus, pusat perbelanjaan, dan perkantoran untuk menjangkau konsumen offline. Risebowl juga memanfaatkan kegiatan *Car Free Day* dengan menyediakan booth untuk menawarkan sampel gratis, promosi diskon, dan interaksi langsung dengan konsumen, guna memperluas jangkauan pasar dan memperkuat hubungan dengan konsumen lokal. Dalam hal pengembangan produk, Risebowl menambah variasi menu secara berkala, memperbaiki desain kemasan berdasarkan masukan konsumen, serta melakukan uji coba produk untuk memastikan kesesuaian dengan preferensi pasar. Selain itu, tim R&D dibentuk untuk menganalisis tren dan mengidentifikasi peluang baru, menjaga inovasi dan daya saing produk. Risebowl berupaya memperluas jangkauan pasar, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan menciptakan keberlanjutan bisnis dengan memanfaatkan kombinasi promosi *online* dan *offline*, inovasi produk, serta pemahaman mendalam terhadap kebutuhan pasar.

4.3.2 Organizational Plan

Rencana organisasi Risebowl mencakup strategi manajemen, pengelolaan sumber daya manusia (SDM), efisiensi operasional, dan kepatuhan legalitas untuk mendukung keberlanjutan bisnis. Dalam aspek manajemen, Risebowl menyeimbangkan fleksibilitas dan stabilitas dengan menempatkan karyawan tetap di posisi strategis untuk memastikan konsistensi operasional, sambil merekrut karyawan sementara untuk mengakomodasi lonjakan permintaan. SDM menjadi fokus utama dengan sistem upah yang adil, pelatihan keterampilan secara berkala, pengelolaan jam kerja yang fleksibel, serta penyediaan alat bantu untuk mengurangi beban kerja. Kebijakan ini dirancang untuk meningkatkan motivasi, produktivitas, dan loyalitas karyawan. Pada aspek operasional, Risebowl memastikan ketersediaan bahan baku melalui kemitraan dengan pemasok utama dan cadangan, serta meningkatkan jangkauan distribusi dengan bermitra dengan penyedia jasa pengiriman. Sistem manajemen inventaris yang terkomputerisasi digunakan untuk mengelola stok bahan baku dan aset, sementara *quality control* dilakukan secara rutin untuk menjaga standar kualitas. Jam operasional diatur fleksibel sesuai kebutuhan pasar, dan lokasi usaha dipilih secara strategis untuk menekan biaya sekaligus memaksimalkan aksesibilitas konsumen. Dari segi legalitas, Risebowl mematuhi regulasi dengan memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB) melalui OSS, mendirikan badan usaha resmi seperti PT atau CV, serta memperoleh sertifikasi makanan dari BPOM atau Dinas Kesehatan. Langkah ini menunjukkan komitmen Risebowl untuk menjalankan bisnis secara profesional, legal, dan sesuai dengan standar keamanan pangan. Risebowl berupaya meningkatkan efisiensi operasional, kepuasan pelanggan, dan daya saing di pasar yang kompetitif.

4.3.3 Financial Plan

Rencana keuangan Risebowl menekankan pada kelayakan finansial, pengelolaan operasional, dan strategi pengembangan untuk mendukung keberlanjutan bisnis. Analisis kelayakan menunjukkan bahwa Risebowl memiliki potensi pendapatan yang besar

dengan memanfaatkan permintaan pasar yang tinggi, harga kompetitif, dan efisiensi biaya melalui lokasi produksi di kediaman pemilik. Strategi keuangan mencakup pengelolaan biaya operasional secara efektif, transisi ke sistem pencatatan digital, dan pembukaan rekening bisnis untuk meningkatkan transparansi keuangan. Risebowl juga berencana mencari pendanaan tambahan melalui investor atau pinjaman untuk mendukung ekspansi dan pengembangan produk baru. Proyeksi pendapatan Risebowl menunjukkan pertumbuhan laba bersih yang stabil dalam enam bulan pertama, dengan laba bersih (EAT) mencapai Rp3.346.541 pada bulan keenam dan proyeksi *profit margin* yang terus meningkat. Analisis sensitivitas menunjukkan kelayakan usaha meskipun terjadi penurunan pendapatan 10% atau kenaikan biaya variabel 10%, dengan NPV positif dan IRR yang tetap berada di atas 35%. *Break-even point* (BEP) juga menunjukkan stabilitas dalam penjualan produk untuk mencapai titik impas. Dalam aspek eksternal, strategi Risebowl mencakup fokus pada kualitas produk, variasi menu, layanan pelanggan melalui WhatsApp, dan sistem pengiriman yang andal untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Untuk menghadapi pesaing, Risebowl memantau harga, kelengkapan, dan kualitas produk kompetitor, serta mengembangkan strategi pemasaran yang kreatif. Hubungan dengan pemasok dikelola melalui kontrak jangka panjang untuk menjamin ketersediaan bahan baku berkualitas dengan harga terbaik, mempertimbangkan lokasi untuk efisiensi biaya dan waktu pengiriman. Risebowl dinilai memiliki kelayakan yang baik dan potensi untuk berkembang secara berkelanjutan di pasar kuliner yang kompetitif

V. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis yang dilakukan, bisnis Risebowl di Kota Semarang memiliki peluang signifikan untuk berkembang, didukung oleh tren konsumsi makanan sehat dan praktis serta kemajuan teknologi yang mempermudah akses pasar. Proyeksi keuangan menunjukkan potensi keuntungan yang menarik, didukung oleh infrastruktur yang memadai, strategi pemasaran yang efektif, dan efisiensi operasional. Business plan Risebowl mencakup strategi pemasaran melalui media sosial, pengelolaan sumber daya manusia yang baik, serta inovasi produk untuk menjaga daya saing. Namun, Risebowl menghadapi beberapa kendala, seperti pengelolaan sumber daya manusia, kapasitas operasional yang terbatas, serta kurangnya diversifikasi strategi pemasaran. Untuk mengatasi hal ini, disarankan agar Risebowl memperluas strategi pemasaran digital melalui berbagai platform dan kerjasama dengan influencer lokal, meningkatkan jumlah karyawan, memperoleh izin usaha dan sertifikasi makanan, serta mengadopsi sistem keuangan yang lebih modern dengan software akuntansi dan pemisahan rekening usaha dari rekening pribadi. Dengan mengimplementasikan strategi ini, Risebowl dapat memanfaatkan potensi pasar secara optimal dan mengatasi kendala internal, mendukung pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan di masa depan.

REFERENSI

- Anggraeni, N. S., & Magetanapuang, J. D. (2020). *Rice bowl Packaging Design Functionality as a Representation of the Urban Lifestyle*.
- Arikunto. (2010). *Metode penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Benzaghta, M. A., Elwalda, A., Mousa, M. M., & Erkan, I. (2021). SWOT analysis applications: An integr T analysis applications: An integrative liter e literature review. *Journal of Global Business Insights*, 6(1).
- Fauzi A. (2023). Pengaruh Permintaan Harga, Promosi, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Transportasi Online. *JAMAN (Jurnal Akuntansi dan Manajemen Bisnis)*, 3(1).

- Isnaini Harahap, M. R. (2022). Analysis of the Influence of Economic Growth Income Inequality and Poverty Reduction in North Sumatra. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 5(3).
- Jain, R., & Jain, S. (2022). Analyzing and exploring the effectiveness of each element of 7Ps of marketing mix. *International Journal of All Research Education and Scientific Methods*, 10(1), 243-251.
- Joseph, J. &. (2020). Organizational structure, information processing, and decision-making: A retrospective and road map for research. *Academy of Management Annals*, 14(1), 267-302.
- Langoday, T. O. (2023). Kewirausahaan Dan Etika Bisnis: Pengantar Untuk Mengubah Mindset Generasi Muda Menjadi Entrepreneur Success. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Lestari, S. (2021). Pengaruh Aspek Keuangan, Kompetensi Sumber Daya Manusia (SDM), dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Ponorogo [IAIN Ponorogo].
- Logsdon, J. M., & Wood, D. (1998). Reputation as an Emerging Construct in the Business and Society Field: An Introduction. *Sage Journals*, 41(4).
- M Sajjad, N. K. (2020). Worldwide role of women entrepreneurs in economic development. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 14(2).
- Mathis, R. L. (2011). Human Resource Management (13th Edition). *South Western, Cengage*.
- Phan. (2020). Meals and Snacks in Southeast and East Asia. *Handbook of Eating and Drinking: Interdisciplinary Perspectives*, 479-494.
- Phan, U. T. (2020). Meals and Snacks in Southeast and East Asia. *Handbook of Eating and Drinking: Interdisciplinary Perspectives*, 479-494.
- Puyt, R. W., Finn, B. L., & Wilderom, C. (2023). The origins of SWOT analysis. *Long Range Planning*, 56(3).
- Reza V., d. (2022). *Konsep Dasar Etika Bisnis*. Batam: Cendikia Mulia Mandiri.
- Rizka Zulfikar, d. (2019). Adopsi Teknik Penyusunan Business Plan Model Canvas Untuk Perencanaan Bisnis Umkm Kuliner Jalanan Di Kawasan Gatot Subroto Banjarmasin. *Jurnal Pengabdian Al-Ikhlas*, 4(2).
- Satriyotomo, W., & Ginanjar, S. (2023). Sosialisasi Kewirausahaan Dan Pentingnya Aspek Legalitas Pada UMKM di Lingkungan Kecamatan Rancasari Kota Bandung. *J-Abdi*, 2(9).
- Schermerhorn, J. R. (2020). *Management*. Toronto: Wiley.
- Schlegelmilch, B. B. (2022). Segmenting targeting and positioning in global markets. In *Global Marketing Strategy: An Executive Digest*, (pp. 129-159). Springer.
- Sianipar, G. J. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Ojek Online (Studi Pada Pelanggan GrabBike di Kota Medan). *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 19(2).
- Sparviero, S. (2019). The Case for a Socially Oriented Business Model Canvas: The Social Enterprise Model Canvas. *Journal of Social Entrepreneurship*, 10(2).
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistyarso H. B., d. (2022). *Wirausaha Bisnis*. Yogyakarta: LPPM UPNVY.
- Ullman, J. D. (1985). Implementation of logical query languages for databases. *ACM Journal*, 10(3).
- Valeri, M. (2021). *Organizational Studies*. United States: Springer.
- Wulandari, A., & Deliabilda, S. (2020). Keberanian Mengambil Risiko Bisnis pada Mahasiswa Ekonomi dan Bisnis. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 22(3).

Zhanna Belyaeva, d. (2020). Unpacking stakeholder relationship management in the public and private sectors: the comparative insights. *EuroMed Journal of Business*, 15(3).