

STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS RM DAILY RAMES DI KOTA BANDUNG

Tasya Ayu Sonia¹; Meriza Hendri²

Program Studi Magister Manajemen Sekolah Pascasarjana, Universitas Widyatama,
Bandung^{1,2}

Email : tasya.sonia@widyatama.ac.id¹; meriza.hendri@widyatama.ac.id²

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi pengembangan serta menyusun rencana bisnis bagi RM Daily Rames sekaligus mengevaluasi kelayakan usahanya. RM Daily Rames merupakan usaha kuliner dengan konsep warung nasi rames modern yang hadir untuk menjawab kesenjangan antara keterjangkauan harga dan standar kualitas pada pasar kuliner Kota Bandung. Penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus tunggal terhadap RM Daily Rames. Analisis dilakukan melalui integrasi Design Thinking, Business Model Canvas, analisis lingkungan internal dan eksternal, SWOT-TOWS, serta evaluasi kelayakan finansial dan nonfinansial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kota Bandung memiliki lebih dari 1,57 juta jiwa yang termasuk dalam kategori *underserved market* dengan rata-rata anggaran makan harian sebesar Rp22.500, sementara nilai industri nasi rames nasional diperkirakan mencapai ±Rp91,95 triliun per tahun. Hasil analisis IFAS dan EFAS masing-masing sebesar 2,38 dan 2,15 menempatkan RM Daily Rames pada Sel V Matriks IE (*hold and maintain*) dan Kuadran II SWOT yang menunjukkan perlunya strategi diversifikasi berbasis kekuatan internal. Evaluasi kelayakan bisnis menggunakan Timmons Model menunjukkan bahwa RM Daily Rames memiliki peluang pasar yang menarik, tim yang memadai, serta sumber daya yang cukup untuk mendukung pengembangan usaha. Selain itu, analisis finansial menghasilkan nilai NPV positif, IRR yang melebihi tingkat pengembalian yang disyaratkan, PI lebih besar dari satu, dan Payback Period yang relatif singkat, sehingga usaha dinilai layak untuk dikembangkan. Oleh karena itu, strategi prioritas yang direkomendasikan meliputi formalisasi SOP, penerapan teknologi digital, dan ekspansi usaha secara bertahap.

Kata kunci : business plan; strategi pengembangan bisnis; usaha kuliner; analisis SWOT; kelayakan bisnis.

ABSTRACT

This study aims to formulate a business development strategy, develop a business plan, and assess the feasibility of RM Daily Rames Restaurant. RM Daily Rames is a modern rice-meal restaurant concept designed to address the gap between affordability and quality standards in Bandung's culinary market. The research employed a qualitative descriptive approach using a single case study of RM Daily Rames. The analysis integrated several strategic and business planning frameworks, including Design Thinking, Business Model Canvas, internal and external environmental analysis, SWOT-TOWS, and both financial and non-financial feasibility assessments. The findings indicate that Bandung has an underserved market of more than 1.57 million people, with an average RM daily food expenditure of IDR 22,500, while the national rice-meal market is estimated to be worth approximately IDR 91.95 trillion annually. The IFAS and EFAS scores of 2.38 and 2.15 position RM Daily Rames in Cell V of the Internal-External (IE) Matrix (hold and maintain) and Quadrant II of the SWOT Matrix, suggesting that a diversification strategy supported by internal strengths is the most appropriate direction for business growth. Furthermore, the business feasibility evaluation based on the Timmons Model indicates that RM Daily Rames possesses attractive market opportunities, a capable management team, and sufficient resources to support future expansion. The financial analysis also demonstrates a positive Net Present Value (NPV), an Internal Rate

of Return (IRR) exceeding the required rate of return, a Profitability Index (PI) greater than one, and a relatively short Payback Period. These findings suggest that the business is financially and operationally feasible for further development. Therefore, the recommended strategic priorities include the formalization of standard operating procedures, the adoption of digital technologies, and a gradual multi-outlet expansion strategy.

Keywords : business pla;, business development strategy; culinary business; SWOT analysis; business feasibility.

PENDAHULUAN

Industri makanan dan minuman merupakan salah satu sektor yang terus mengalami pertumbuhan dan memiliki ketahanan yang relatif tinggi terhadap perubahan kondisi ekonomi. Secara global, nilai industri kuliner diproyeksikan mencapai USD 4,03 triliun pada tahun 2025 dengan tingkat pertumbuhan tahunan (Compound Annual Growth Rate/CAGR) sebesar 7,8% hingga tahun 2032 (Restroworks, 2025). Di Indonesia, perkembangan sektor ini tercermin dari meningkatnya jumlah usaha penyediaan makanan dan minuman menjadi 4,85 juta unit pada tahun 2023 atau tumbuh 21,13% dibandingkan tahun 2016. Provinsi Jawa Barat menjadi wilayah dengan jumlah usaha terbesar, yaitu sekitar 1,23 juta unit atau 25,36% dari total nasional, sehingga menjadikan Kota Bandung sebagai salah satu pusat pertumbuhan industri kuliner di Indonesia.

Potensi pasar pada segmen makanan harian, khususnya nasi campur atau nasi rames, juga menunjukkan prospek yang sangat besar. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik tahun 2025, nilai pasar tahunan untuk segmen nasi rames, nasi putih, dan gorengan diperkirakan mencapai ±Rp147,88 triliun, dengan kontribusi terbesar berasal dari produk nasi campur atau nasi rames sebesar ±Rp91,95 triliun. Di Kota Bandung, konsumsi nasi campur tercatat mencapai 658 porsi per kapita per minggu, lebih tinggi dibandingkan berbagai alternatif makanan sejenis. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa nasi rames masih menjadi pilihan utama masyarakat untuk memenuhi kebutuhan konsumsi harian.

Meskipun demikian, tingginya permintaan belum sepenuhnya diimbangi dengan ketersediaan layanan yang mampu mengakomodasi kebutuhan konsumen perkotaan. Kelompok pekerja dan mahasiswa sebagai segmen utama pasar memiliki keterbatasan anggaran konsumsi, dengan estimasi pengeluaran makanan siap saji sekitar Rp22.500 per hari. Pada praktiknya, warung makan tradisional memang menawarkan harga yang terjangkau, namun sering kali belum didukung oleh standar higienitas, profesionalisme pelayanan, dan integrasi layanan digital. Sebaliknya, warung makan modern telah mampu memberikan kualitas layanan yang lebih baik, tetapi umumnya dipasarkan pada kisaran harga di atas Rp40.000 per porsi. Kesenjangan tersebut menciptakan potensi pasar yang belum terlayani (*underserved market*) dengan jumlah lebih dari 1,57 juta jiwa di Kota Bandung.

Perancangan model bisnis yang mampu menjawab kondisi tersebut memerlukan pendekatan yang komprehensif. Design Thinking digunakan untuk memahami kebutuhan dan perilaku konsumen, Business Model Canvas dimanfaatkan untuk memvalidasi serta merancang model bisnis, sedangkan proses kewirausahaan dan analisis kelayakan finansial digunakan untuk mengevaluasi keberlangsungan usaha. Integrasi berbagai pendekatan tersebut diharapkan dapat menghasilkan strategi pengembangan bisnis yang adaptif terhadap perubahan perilaku konsumen dan dinamika persaingan industri.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa Design Thinking efektif digunakan dalam penyusunan business plan, sedangkan orientasi strategis berperan penting dalam membangun fondasi model bisnis yang berkelanjutan. Namun demikian, kajian yang mengintegrasikan Design Thinking, Business Model Canvas, analisis SWOT, dan evaluasi kelayakan bisnis dalam pengembangan usaha kuliner modern masih relatif terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi pengembangan dan menyusun business plan bagi RM Daily Rames melalui integrasi berbagai kerangka tersebut, sekaligus mengevaluasi kelayakan bisnisnya dari aspek finansial dan nonfinansial. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan kajian business plan berbasis inovasi serta menjadi referensi praktis bagi pelaku UMKM kuliner dalam menyusun strategi bisnis yang berkelanjutan.

TINJAUAN PUSTAKA DAN FOKUS STUDI

Pengembangan model bisnis pada era persaingan yang semakin dinamis memerlukan pendekatan yang tidak hanya berorientasi pada penciptaan produk, tetapi juga pada pemahaman mendalam terhadap kebutuhan pelanggan dan kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai yang berkelanjutan. Salah satu pendekatan yang banyak digunakan dalam proses inovasi adalah *Design Thinking*, yaitu metode yang menempatkan manusia sebagai pusat proses perancangan solusi melalui tahapan memahami kebutuhan pengguna, mendefinisikan masalah, menghasilkan ide, membangun prototipe, dan melakukan pengujian (Brown, 2009). Dalam Design Thinking, pemahaman terhadap pelanggan tidak hanya dilakukan melalui pengamatan terhadap kebutuhan yang terlihat, tetapi juga melalui upaya memahami pengalaman dan harapan pelanggan secara menyeluruh. Pendekatan ini memungkinkan pelaku usaha menemukan peluang perbaikan layanan dan mengembangkan solusi yang lebih sesuai dengan kebutuhan pasar sehingga dapat meningkatkan nilai yang dirasakan oleh konsumen (Micheli et al., 2019). Pendekatan ini dinilai mampu membantu organisasi mengembangkan solusi yang lebih relevan dengan kebutuhan pasar.

Dalam proses perancangan dan pengembangan model bisnis, Business Model Canvas (BMC) menjadi salah satu kerangka yang banyak digunakan karena mampu menggambarkan bagaimana organisasi menciptakan, menyampaikan, dan memperoleh nilai melalui sembilan

elemen utama yang saling terintegrasi. Kerangka ini membantu pelaku usaha memahami hubungan antara segmen pelanggan, proposisi nilai, sumber daya utama, aktivitas utama, mitra utama, saluran distribusi, hubungan pelanggan, struktur biaya, dan sumber pendapatan. Dengan demikian, BMC tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk memetakan model bisnis secara menyeluruh, tetapi juga membantu proses perencanaan dan pengembangan bisnis secara lebih sistematis serta memudahkan identifikasi peluang perbaikan dalam model bisnis yang dijalankan (Osterwalder & Pigneur, 2010).

Selain perancangan model bisnis, penyusunan strategi bisnis juga memerlukan pemahaman yang menyeluruh terhadap kondisi internal maupun eksternal perusahaan. Analisis tersebut membantu pelaku usaha mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan yang dimiliki, sekaligus mengenali peluang dan ancaman yang dapat memengaruhi keberlangsungan usaha. Pemahaman terhadap faktor-faktor tersebut menjadi dasar dalam merumuskan strategi yang lebih tepat dan adaptif terhadap perubahan lingkungan bisnis (Wheelen et al., 2018). Dalam proses perencanaan bisnis, analisis SWOT membantu pelaku usaha memahami faktor-faktor internal maupun eksternal yang dapat memengaruhi keberhasilan usaha. Dengan mengenali keunggulan yang dimiliki, keterbatasan yang perlu diperbaiki, peluang pasar yang tersedia, serta berbagai risiko yang mungkin dihadapi, perusahaan dapat menyusun strategi pengembangan yang lebih terarah dan realistis (Mashuri & Nurjannah, 2020).

Keberhasilan pengembangan usaha tidak hanya ditentukan oleh strategi bisnis yang dirumuskan, tetapi juga oleh kemampuan perusahaan dalam mengenali peluang, membangun tim yang tepat, serta mengelola sumber daya yang dimiliki secara efektif. Timmons dan Spinelli (2009) menyatakan bahwa keseimbangan antara opportunity, team, dan resources merupakan fondasi utama dalam proses kewirausahaan. Ketiga elemen tersebut perlu berjalan secara selaras agar peluang bisnis yang tersedia dapat dimanfaatkan secara optimal dan berkelanjutan. Selain aspek kewirausahaan, kelayakan finansial juga menjadi pertimbangan penting dalam pengambilan keputusan pengembangan usaha. Berk dan DeMarzo (2020) menjelaskan bahwa kelayakan investasi dapat dievaluasi melalui beberapa indikator, antara lain Net Present Value (NPV), Internal Rate of Return (IRR), Payback Period (PP), dan Profitability Index (PI).

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa pendekatan *Design Thinking* efektif digunakan sebagai dasar penyusunan business plan dan pengembangan model bisnis yang berorientasi pada kebutuhan pelanggan. Sabarine dan Hendri (2025) menunjukkan bahwa *Design Thinking* mampu membantu proses perancangan business plan secara lebih sistematis, sedangkan Osterwalder dan Pigneur (2010) menjelaskan bahwa keberhasilan model bisnis bergantung pada kemampuan perusahaan dalam menciptakan, menyampaikan, dan menangkap nilai secara berkelanjutan. Namun demikian, sebagian besar penelitian sebelumnya cenderung

berfokus pada perancangan model bisnis atau analisis kelayakan usaha secara terpisah. Penelitian yang mengintegrasikan pendekatan Design Thinking, Business Model Canvas, analisis SWOT, serta evaluasi kelayakan bisnis dalam penyusunan business plan pada usaha kuliner masih relatif terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya menggabungkan berbagai pendekatan tersebut untuk menghasilkan perencanaan bisnis yang lebih komprehensif dan sesuai dengan kondisi usaha yang diteliti.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode studi kasus tunggal (*single case study*) pada RM Daily Rames. Pendekatan ini dipilih karena mampu memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai kondisi pasar, kebutuhan konsumen, serta berbagai faktor yang memengaruhi penyusunan strategi pengembangan bisnis pada usaha kuliner. Melalui pendekatan tersebut, penelitian tidak hanya berfokus pada penggambaran fenomena yang terjadi, tetapi juga pada penyusunan solusi bisnis yang sesuai dengan kondisi aktual di lapangan (Yin, 2018; Creswell & Creswell, 2018).

RM Daily Rames dipilih sebagai objek dalam studi kasus tunggal karena merupakan usaha kuliner yang masih berada pada tahap penyusunan *business plan*. Kondisi ini memberikan peluang bagi peneliti untuk mengkaji proses perencanaan bisnis secara utuh sebelum usaha diimplementasikan. Menurut Yin (2018), studi kasus tunggal digunakan untuk memperoleh pemahaman yang mendalam terhadap suatu fenomena dalam konteks kehidupan nyata (*real-life context*). Oleh karena itu, RM Daily Rames dinilai sesuai sebagai objek penelitian karena memberikan konteks yang relevan untuk mengkaji penyusunan *business plan* pada usaha kuliner modern yang mengintegrasikan pendekatan *Design Thinking*, *Business Model Canvas*, analisis strategis, dan analisis kelayakan bisnis.

Batasan (*case boundary*) penelitian ini difokuskan pada penyusunan *business plan* RM Daily Rames di Kota Bandung. Penelitian mencakup identifikasi kebutuhan pasar, perancangan model bisnis, analisis lingkungan internal dan eksternal, penyusunan strategi pengembangan, serta evaluasi kelayakan finansial dan nonfinansial. Pembahasan tidak mencakup tahap implementasi operasional maupun evaluasi kinerja usaha setelah bisnis dijalankan, karena penelitian difokuskan pada tahap perencanaan sebagai dasar penyusunan strategi pengembangan bisnis.

Objek penelitian difokuskan pada pengembangan model bisnis RM Daily Rames sebagai konsep warung nasi modern yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan segmen pekerja dan mahasiswa di Kota Bandung. Penelitian ini menggunakan dua jenis sumber data, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pendiri dan tiga orang karyawan RM Daily Rames, observasi langsung terhadap

aktivitas operasional dan perilaku konsumen, serta analisis *digital footprint* untuk memahami pola persaingan dan preferensi pasar pada industri kuliner. Sementara itu, data sekunder dikumpulkan dari publikasi resmi Badan Pusat Statistik (BPS), regulasi pemerintah, laporan industri makanan dan minuman, serta berbagai literatur ilmiah dan referensi manajemen strategis yang relevan dengan tujuan penelitian.

Untuk meningkatkan keabsahan data, proses triangulasi dilakukan melalui beberapa cara. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan hasil wawancara dengan pendiri dan karyawan RM Daily Rames mengenai aktivitas operasional, laporan omzet, pembelian bahan baku, resep, dan alur kerja dengan data sekunder yang berasal dari Badan Pusat Statistik (BPS), laporan industri, regulasi, serta literatur ilmiah yang relevan. Triangulasi teknik dilakukan melalui kombinasi wawancara mendalam, observasi, dokumentasi, dan analisis *digital footprint* sehingga setiap data yang diperoleh dapat saling melengkapi. Triangulasi waktu dilakukan melalui proses pengumpulan dan konfirmasi data secara bertahap selama penyusunan *business plan*. Selama proses tersebut, peneliti melakukan komunikasi dan klarifikasi kepada informan apabila terdapat informasi yang perlu dipastikan kembali sehingga konsistensi data tetap terjaga. Selain itu, hasil analisis didiskusikan secara berkala dengan dosen pembimbing melalui proses *peer debriefing* untuk memperoleh masukan terhadap hasil interpretasi sekaligus meminimalkan potensi bias peneliti.

Informan penelitian terdiri atas empat orang yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu pemilihan informan secara sengaja berdasarkan pertimbangan bahwa mereka memiliki pengetahuan dan keterlibatan langsung terhadap objek penelitian. Informan tersebut meliputi satu orang pendiri RM Daily Rames yang memberikan informasi mengenai konsep bisnis, strategi pengembangan, dan penyusunan *business plan*, dua orang karyawan bagian produksi yang menjelaskan proses produksi, resep, serta kebutuhan bahan baku, dan satu orang karyawan bagian operasional outlet yang memberikan informasi mengenai aktivitas operasional serta pencatatan omzet. Kriteria informan dalam penelitian ini meliputi individu yang terlibat secara langsung dalam proses penyusunan maupun operasional RM Daily Rames, memahami proses bisnis yang dijalankan, serta bersedia memberikan informasi sesuai dengan kebutuhan penelitian.

Instrumen utama dalam penelitian ini adalah peneliti (*human instrument*) yang didukung oleh pedoman wawancara semi-terstruktur, lembar observasi, dokumentasi, dan studi pustaka. Data yang telah diperoleh kemudian dianalisis menggunakan model interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña (2014), yang meliputi tahapan reduksi data, penyajian data, serta penarikan dan verifikasi kesimpulan. Proses analisis dilakukan secara berulang agar setiap

informasi yang diperoleh dapat diinterpretasikan secara utuh dan sesuai dengan konteks pengembangan bisnis RM Daily Rames.

Selanjutnya, hasil analisis kualitatif dianalisis lebih lanjut menggunakan beberapa kerangka pengembangan bisnis yang diterapkan secara bertahap dalam penyusunan *business plan*. Proses analisis diawali dengan penerapan *Design Thinking* untuk mengidentifikasi kebutuhan dan permasalahan konsumen. Hasil identifikasi tersebut menjadi dasar dalam penyusunan *Business Model Canvas* untuk memetakan elemen model bisnis. Model bisnis yang telah disusun kemudian dianalisis menggunakan pendekatan PESTEL, *Porter's Five Forces*, dan analisis 4C (*Customer, Competitor, Company, dan Collaborator*) guna memperoleh gambaran mengenai kondisi lingkungan internal dan eksternal perusahaan. Selanjutnya, hasil analisis tersebut diintegrasikan melalui SWOT-TOWS yang didukung oleh matriks IFAS dan EFAS untuk merumuskan strategi pengembangan bisnis. Tahap akhir dilakukan melalui evaluasi kelayakan menggunakan *Timmons Model* serta analisis finansial yang meliputi NPV, IRR, PP, dan PI sehingga menghasilkan rekomendasi pengembangan bisnis yang komprehensif. Alur penelitian dan integrasi antar kerangka analisis tersebut disajikan pada Gambar 3.

Tahap akhir penelitian difokuskan pada evaluasi kelayakan pengembangan usaha. Penilaian aspek finansial dilakukan menggunakan indikator *Net Present Value* (NPV), *Internal Rate of Return* (IRR), *Payback Period* (PP), dan *Profitability Index* (PI). Sementara itu, aspek nonfinansial dianalisis menggunakan *Timmons Model* yang menekankan keseimbangan antara peluang pasar (*opportunity*), sumber daya (*resources*), dan kapabilitas tim (*team*). Integrasi berbagai pendekatan tersebut diharapkan mampu menghasilkan rancangan bisnis yang tidak hanya sesuai dengan kebutuhan pasar, tetapi juga layak untuk diimplementasikan serta memiliki prospek pengembangan yang berkelanjutan.

HASIL PENELITIAN DAN DISKUSI

Gambaran umum objek penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah RM Daily Rames, sebuah usaha kuliner yang dikembangkan dengan konsep warung nasi rames modern. Konsep tersebut berangkat dari adanya kesenjangan antara warung makan dengan harga terjangkau yang umumnya belum memiliki standar kualitas dan kebersihan yang konsisten, dengan restoran yang menawarkan kualitas lebih baik namun pada tingkat harga yang relatif lebih tinggi. Kondisi tersebut mendorong pengembangan RM Daily Rames sebagai alternatif yang mampu menghadirkan produk berkualitas dengan harga yang tetap terjangkau.

RM Daily Rames menargetkan pekerja kantoran dan mahasiswa di wilayah Bandung Raya yang memiliki mobilitas tinggi dan membutuhkan makanan yang praktis, higienis, serta mudah diakses. Selain menawarkan produk dengan kualitas yang konsisten, usaha ini juga

mengintegrasikan sistem operasional yang lebih terstruktur dan pemanfaatan platform digital untuk mendukung pelayanan dan pemasaran.

Pada saat penelitian dilakukan, RM Daily Rames masih berada pada tahap perencanaan dan pengembangan model bisnis. Oleh karena itu, penelitian ini difokuskan pada proses penyusunan model bisnis, analisis lingkungan usaha, dan evaluasi kelayakan pengembangan sebagai dasar implementasi dan pengembangan usaha di masa mendatang.

Hasil Analisis Perencanaan Bisnis

Design Thinking

Hasil analisis menggunakan pendekatan *Design Thinking* menunjukkan bahwa kebutuhan utama konsumen tidak hanya berfokus pada harga yang terjangkau, tetapi juga pada konsistensi rasa, kebersihan, dan kualitas makanan yang dapat dipercaya. Tahap *empathize* dan *define* mengidentifikasi adanya kesenjangan antara warung makan dengan harga ekonomis yang belum memiliki standar pelayanan yang baik dan restoran yang menawarkan kualitas lebih tinggi dengan harga yang relatif mahal. Berdasarkan temuan tersebut, pada tahap *ideate* dikembangkan konsep RM Daily Rames sebagai warung nasi modern yang mengutamakan kualitas produk, standar operasional yang sederhana, serta harga yang tetap terjangkau. Konsep tersebut kemudian diterjemahkan ke dalam bentuk *prototype* melalui penyusunan menu, standar pengolahan, dan pengendalian operasional, sebelum diuji secara terbatas pada tahap *test*. Hasil pengujian menunjukkan bahwa konsep yang ditawarkan mampu menjawab kebutuhan pasar dan menjadi dasar dalam penyusunan model bisnis RM Daily Rames.

Business Model Canvas

Hasil penyusunan *Business Model Canvas* menunjukkan bahwa model bisnis RM Daily Rames memiliki keterkaitan yang kuat antara kebutuhan pasar, proses operasional, dan sumber penciptaan pendapatan. Segmentasi yang berfokus pada pekerja dan mahasiswa mendorong terbentuknya proposisi nilai yang mengutamakan kepraktisan, kualitas, dan keterjangkauan harga. Kondisi tersebut kemudian didukung oleh pemanfaatan platform digital, kerja sama dengan berbagai mitra, serta sistem operasional yang terstandarisasi sehingga mampu memperluas jangkauan pasar sekaligus meningkatkan efisiensi pelayanan. Di sisi lain, keberadaan beberapa sumber pendapatan, seperti penjualan langsung, katering, dan layanan pesan antar, menunjukkan bahwa RM Daily Rames tidak hanya bergantung pada satu kanal bisnis. Secara keseluruhan, hasil analisis Business Model Canvas mengindikasikan bahwa rancangan model bisnis RM Daily Rames telah memiliki struktur yang saling terintegrasi dan berpotensi mendukung pengembangan usaha secara berkelanjutan.

Analisis Lingkungan Usaha dan Posisi Strategis

Hasil analisis lingkungan internal menunjukkan bahwa RM Daily Rames memiliki beberapa modal utama untuk mendukung pengembangan usaha, antara lain konsep warung nasi modern yang berfokus pada kualitas dan keterjangkauan, standar operasional yang terstruktur, serta dukungan pemanfaatan teknologi digital dalam aktivitas pemasaran dan pelayanan. Selain itu, kerja sama dengan pemasok bahan baku dan berbagai platform pemesanan daring turut memperkuat kemampuan operasional sehingga bisnis dapat memberikan pengalaman layanan yang lebih konsisten kepada pelanggan.

Di sisi lain, analisis lingkungan eksternal memperlihatkan bahwa pertumbuhan industri kuliner, meningkatnya penggunaan layanan digital, serta tingginya aktivitas pekerja dan mahasiswa di Kota Bandung membuka peluang pasar yang cukup besar bagi RM Daily Rames. Namun demikian, kondisi tersebut juga diiringi dengan tingkat persaingan yang semakin ketat, perubahan harga bahan baku, dan karakteristik konsumen yang cenderung sensitif terhadap harga, sehingga pelaku usaha dituntut untuk mampu beradaptasi dengan dinamika pasar.

Secara keseluruhan, hasil analisis lingkungan menunjukkan bahwa RM Daily Rames memiliki peluang yang lebih besar dibandingkan tantangan yang dihadapi, terutama karena didukung oleh kemampuan internal yang relevan dengan kebutuhan pasar saat ini. Integrasi antara kualitas produk, efisiensi operasional, dan pemanfaatan teknologi digital menjadi fondasi penting dalam membangun posisi strategis dan mendukung pengembangan usaha secara berkelanjutan.

Analisis Kelayakan Usaha

Analisis kelayakan finansial dalam penelitian ini disusun berdasarkan sejumlah asumsi yang disesuaikan dengan kondisi dan rencana pengembangan RM Daily Rames. Asumsi tersebut meliputi investasi awal, proyeksi penjualan, biaya operasional, horizon analisis, serta tingkat diskonto yang digunakan dalam perhitungan. Nilai investasi awal disusun berdasarkan kebutuhan aset dan modal kerja yang diperoleh melalui observasi, wawancara dengan pendiri dan karyawan, data operasional usaha, serta survei harga pasar. Proyeksi penjualan disusun dengan mempertimbangkan kapasitas produksi, target penjualan, dan hasil analisis pasar, sedangkan biaya operasional mengacu pada data operasional usaha, survei harga serta komponen biaya yang disesuaikan dengan kebutuhan operasional RM Daily Rames. Analisis dilakukan dengan horizon lima tahun menggunakan tingkat diskonto sebesar 7% yang diperoleh melalui perhitungan *Weighted Average Cost of Capital* (WACC). Ringkasan asumsi yang digunakan dalam analisis kelayakan finansial disajikan pada Tabel 2. Dasar Penyusunan Asumsi Analisis Kelayakan Finansial RM Daily Rames.

Hasil analisis kelayakan finansial menunjukkan bahwa pengembangan usaha RM Daily Rames layak untuk direalisasikan. Hal tersebut tercermin dari nilai *Net Present Value* (NPV)

bernilai positif, sehingga investasi diperkirakan mampu memberikan manfaat ekonomi di atas nilai modal yang ditanamkan. Selain itu, nilai *Internal Rate of Return* (IRR) berada jauh di atas tingkat pengembalian yang disyaratkan, sedangkan *Payback Period* (PP) menunjukkan bahwa investasi awal dapat kembali dalam waktu yang relatif singkat. Nilai Profitability Index (PI) yang melebihi satu semakin memperkuat bahwa penggunaan modal investasi memberikan tingkat pengembalian yang baik. Di samping itu, hasil perhitungan *Break Even Point* (BEP) menunjukkan bahwa target penjualan yang diperlukan untuk mencapai titik impas masih berada dalam batas yang realistis untuk dicapai. Secara keseluruhan, hasil analisis menunjukkan bahwa RM Daily Rames layak untuk dikembangkan dan memiliki prospek bisnis yang berkelanjutan.

Hasil evaluasi menggunakan Timmons Model juga menunjukkan bahwa RM Daily Rames memiliki tingkat kelayakan yang tinggi dari aspek nonfinansial. Analisis memperlihatkan bahwa kebutuhan konsumen telah teridentifikasi dengan jelas dan konsep usaha yang ditawarkan dinilai memiliki peluang untuk diterima pasar. Temuan tersebut didukung oleh pertumbuhan pasar yang positif, margin usaha yang memadai, serta kemampuan bisnis dalam menghasilkan arus kas dan pengembalian investasi dalam waktu yang relatif cepat. Dari sisi internal, pengendalian biaya operasional dinilai cukup baik dan proses bisnis dirancang untuk berjalan secara efisien. Meskipun demikian, penelitian ini juga mengidentifikasi bahwa penguatan jaringan kemitraan, khususnya dalam aspek pemasok dan kolaborasi eksternal, masih perlu ditingkatkan untuk mendukung ekspansi usaha di masa mendatang. Dengan mempertimbangkan keseimbangan antara peluang pasar, sumber daya yang dimiliki, dan kemampuan tim dalam mengelola bisnis, hasil evaluasi Timmons menunjukkan bahwa RM Daily Rames memiliki fondasi yang kuat untuk dikembangkan secara berkelanjutan.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan bisnis RM Daily Rames diawali dari identifikasi kebutuhan konsumen, kemudian diterjemahkan ke dalam model bisnis yang terstruktur dan didukung oleh analisis lingkungan usaha serta evaluasi kelayakan. Temuan penelitian memperlihatkan adanya peluang pasar yang masih terbuka pada segmen pekerja dan mahasiswa, yang didukung oleh posisi strategis usaha serta hasil analisis finansial dan nonfinansial yang menunjukkan bahwa RM Daily Rames layak untuk dikembangkan.

Temuan tersebut sejalan dengan konsep *Design Thinking* yang menempatkan kebutuhan pelanggan sebagai dasar inovasi, serta pendekatan Business Model Canvas yang menekankan pentingnya kesesuaian antara nilai yang ditawarkan dan kebutuhan pasar. Selain itu, hasil evaluasi Timmons Model menguatkan bahwa peluang pasar yang baik perlu didukung oleh kesiapan sumber daya dan kemampuan internal agar pengembangan usaha dapat berjalan secara berkelanjutan. Pendekatan Design Thinking tidak hanya membantu memahami kebutuhan

pengguna, tetapi juga mendorong organisasi untuk menghasilkan solusi yang lebih inovatif dan relevan dengan perubahan pasar. Melalui proses yang berpusat pada pengguna, pelaku usaha dapat mengidentifikasi permasalahan secara lebih mendalam sehingga keputusan bisnis yang diambil menjadi lebih tepat sasaran (Rösch et al., 2023).

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Fathinah dan Hendri (2026) serta Sutia dan Hendri (2026) yang menunjukkan bahwa penyusunan business plan melalui integrasi pemahaman kebutuhan konsumen, perancangan model bisnis, dan evaluasi kelayakan usaha dapat menjadi dasar dalam merumuskan strategi pengembangan yang lebih terarah. Kesamaan hasil tersebut menunjukkan bahwa proses perencanaan bisnis yang dilakukan secara sistematis mampu membantu pelaku usaha dalam mengidentifikasi peluang pasar, mengurangi ketidakpastian bisnis, serta mendukung pengambilan keputusan yang lebih efektif untuk keberlanjutan usaha jangka panjang.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa penyusunan *business plan* RM Daily Rames melalui integrasi *Design Thinking*, *Business Model Canvas*, analisis lingkungan usaha, SWOT, serta evaluasi kelayakan finansial dan nonfinansial mampu menghasilkan rancangan pengembangan bisnis yang komprehensif. Hasil penelitian mengidentifikasi adanya peluang pasar yang masih terbuka pada segmen pekerja dan mahasiswa di Kota Bandung, yang membutuhkan makanan dengan kualitas baik, higienis, dan harga yang tetap terjangkau. Analisis lingkungan dan posisi strategis menempatkan RM Daily Rames pada kondisi yang mendukung penerapan strategi pengembangan berbasis kekuatan internal, sementara hasil evaluasi kelayakan menunjukkan bahwa usaha ini layak untuk direalisasikan dan dikembangkan.

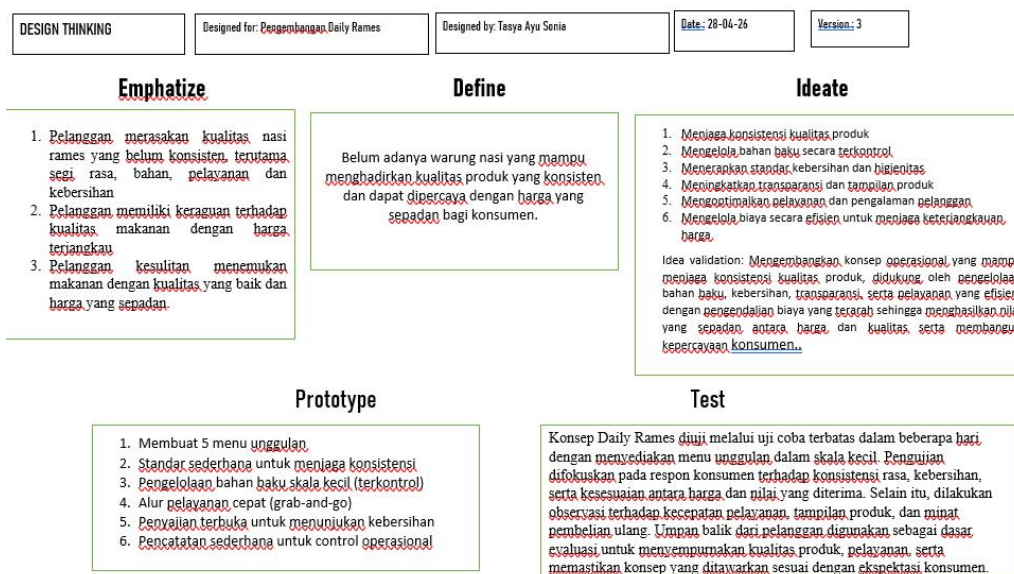
Secara praktis, hasil penelitian ini memberikan implikasi bahwa pelaku usaha kuliner perlu mengintegrasikan pemahaman terhadap kebutuhan konsumen dengan perancangan model bisnis, pemanfaatan teknologi digital, dan pengelolaan operasional yang terstandarisasi agar mampu menciptakan keunggulan bersaing yang berkelanjutan. Namun demikian, penelitian ini masih terbatas pada satu objek studi dan menggunakan proyeksi bisnis berdasarkan kondisi pasar pada saat penelitian dilakukan. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk menguji implementasi model bisnis yang telah dirancang pada skala operasional yang lebih luas atau melakukan perbandingan dengan usaha kuliner sejenis sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan pengembangan bisnis di sektor kuliner.

DAFTAR PUSTAKA

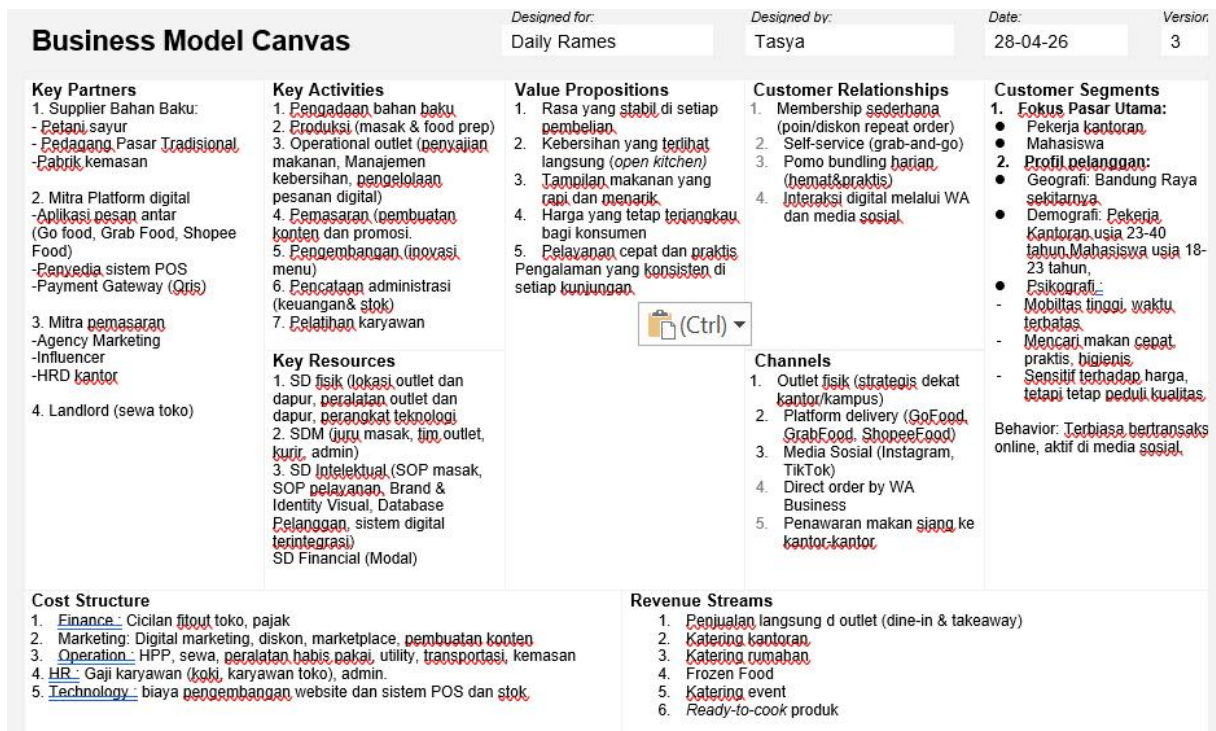
- Brown, T. (2009). *Change by Design: How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovation*.
Berk, J., & DeMarzo, P. (2020). *Corporate finance* (5th ed.). Pearson.

- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (5th ed.). Sage Publications.
- Fathinah, S.N. & Hendri, M., 2026. Perencanaan bisnis Kedai Pagi Ngider.ind di Kota Bandung. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 10(1), pp.1354–1368.
- J. David Hunger Thomas L. Wheelen. (2014). *Essential of Strategic Management* (Fifth edit). Pearson Education Limited.
- Rösch, N., Tiberius, V., & Kraus, S. (2023). Design thinking for innovation: context factors, process, and outcomes. *European Journal of Innovation Management*, 26(7), 160–176. <https://doi.org/10.1108/EJIM-03-2022-0164>
- Sabarine, I., & Hendri, M. (2025). Business plan for the development of Montessori First Indonesia educational institution in Cirebon. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 9(3), 2529–2552.
- Sutia, N.F. & Hendri, M., 2026. EXODY perfume: Innovation of neuro-fragrance-based premium perfume products as a market differentiation strategy. *Briliant: Jurnal Riset dan Konseptual*, 11(1), pp.141–150.
- Mashuri, M. & Nurjannah, D., 2020. Analisis SWOT sebagai strategi meningkatkan daya saing (Studi pada PT. Bank Riau Kepri Unit Usaha Syariah Pekanbaru). *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 1(1), pp.97–112.
- Micheli, P., Wilner, S.J.S., Bhatti, S.H., Mura, M. & Beverland, M.B., 2019. Doing design thinking: Conceptual review, synthesis and research agenda. *Journal of Product Innovation Management*, 36(2), pp.124–148. <https://doi.org/10.1111/jpim.12466>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business model generation: A handbook for visionaries, game changers, and challengers*. John Wiley & Sons.
- Timmons, J. A., & Spinelli, S. (2009). *New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st Century* (8th ed.)
- Wheelen, T.L., Hunger, J.D., Hoffman, A.N. & Bamford, C.E., 2018. *Strategic management and business policy: Globalization, innovation and sustainability*. 15th ed. Pearson.
- Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications: Design and methods* (6th ed.). SAGE Publications.

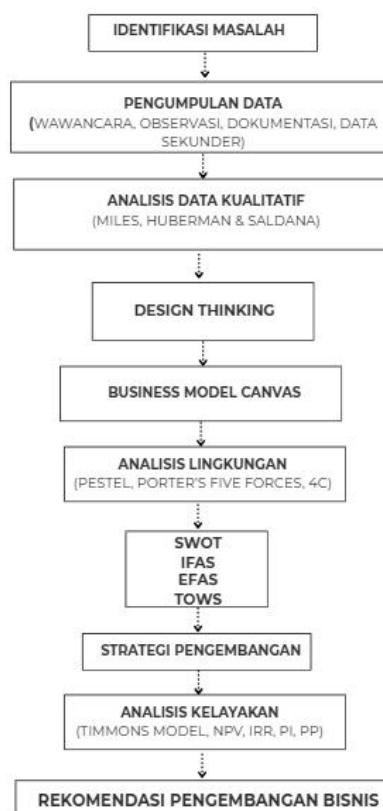
GAMBAR, GRAFIK DAN TABEL



Gambar 1 Design Thinking RM Daily Rames
Sumber: Internal RM Daily Rames (2026)



Gambar 2 Business Model Canvas RM Daily Rames
Sumber: Internal RM Daily Rames, 2026



Gambar 3 Alur Penelitian dan Integrasi Kerangka Analisis dalam Penyusunan Business Plan RM Daily Rames

Sumber: Internal RM Daily Rames, 2026

Tabel 1 Ringkasan Analisis SWOT Rumah Makan Daily Rames

Aspek	Ringkasan Temuan
Strengths	Sudah ada pembagian tugas & tanggung jawab, Kerjasama, motivasi dan disiplin. Peralatan dan fasilitas operasional memadai
Weaknesses	Pengelolaan keuangan dan pemasaran belum ada. Kualitas produk belum baik dari segi menu, bahan dan kebersihan
Opportunities	Kebutuhan konsumen, gaya hidup sehat, pola konsumsi yang serba digital dan cepat
Threats	Preferensi selera konsumen cepat berubah, inflasi harga bahan baku, tingkat persaingan ketat

Sumber: Analisis Internal RM Daily Rames (2026)

Tabel 2 Dasar Penyusunan Asumsi Analisis Kelayakan Finansial RM Daily Rames

Asumsi	Dasar Penyusunan
Investasi awal	Disusun berdasarkan kebutuhan aset dan modal kerja melalui observasi, wawancara dengan pendiri dan karyawan, data operasional RM Daily Rames, serta survei harga pasar.
Proyeksi Penjualan	Disusun berdasarkan kapasitas produksi, target penjualan, dan hasil analisis pasar.
Biaya Operasional	Mengacu pada data operasional usaha, survei harga pasar, serta komponen biaya yang disesuaikan dengan kebutuhan operasional RM Daily Rames.
Horizon Analisis	Lima tahun sesuai periode pengembangan usaha.
Tingkat diskonto	Menggunakan <i>Weighted Average Cost of Capital</i> (WACC) sebesar 7%

Sumber : Hasil Analisis Peneliti (2026)

Tabel 3 Ringkasan Kelayakan Finansial Daily Rames

Indikator	Hasil	Kriteria Kelayakan
Net Present Value (NPV)	Positif	Layak
Internal Rate of Return (IRR)	Di atas tingkat diskonto	Layak
Payback Period	Baik, wajar	Layak
Keputusan Kelayakan		Usaha Layak Dijalankan

Sumber: Hasil Analisis Internal RM Daily Rames (2026)