

ABSTRAK

Perkembangan zaman dan teknologi makanan khas Indonesia semakin tergerus keberadaannya seiring dengan keberadaan makanan-makanan luar. Hal ini dibuktikan Makanan *western* dan *chinese* yang terus menjamur di Indonesia. Rengginang sebagai salah satu makanan khas Indonesia. Rengginang sebagai salah satu makanan khas Indonesia yang kini menjadi salah satu makanan yang tergerus oleh adanya modernisasi makanan tersebut. Namun data pada tahun 2021-2022 menunjukkan adanya kenaikan penjualan pada penjualan Rengginang Ma'ala. Dari adanya dua fenomena tersebut tentunya menjadi perusahaan untuk tetap melakukan pembaharuan dan inovasi atas produk rengginang.

Tujuan dari adanya penelitian ini adalah untuk memberikan fakta-fakta yang dibutuhkan dalam membuat perencanaan bisnis yang tepat dan dapat diterapkan oleh Rengginang Ma'ala serta studi kelayakan perencanaan bisnis berdasarkan kriteria kelayakan bisnis. Penelitian ini menggunakan kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Teknik Pengumpulan data dilakukan dengan melakukan observasi dan survei. Lebih lanjut, untuk menentukan perencanaan bisnis yang tepat dilakukan analisis dengan menggunakan *Timmons*, *Business Model Canvas*, serta analisis SWOT.

Hasil dari penelitian dengan menggunakan analisis SWOT menunjukkan bahwasannya Rengginang Ma'ala memiliki kekuatan dari dalam internal namun tidak dirancang dengan baik untuk menghadapi ancaman dari lingkungan eksternal. *Timmons Model* dan *Business Canvas Model* menunjukkan Rengginang Ma'ala layak dan berpeluang besar untuk berhasil di pasar persaingan

Kata Kunci: Perencanaan Bisnis, Strategi Pemasaran, *Timmons*, *BMC*, *SWOT*

ABSTRACT

The development of the era and the technology of typical Indonesian food are increasingly being eroded along with the existence of foreign foods. This is proved by western and Chinese food, which continues to proliferate in Indonesia. Rengginang is a typical Indonesian dish. Rengginang, as a typical Indonesian food, is now one of the foods that has been eroded by the modernization of this food. However, data for 2021–2022 shows an increase in sales of Rengginang Ma'ala. With the existence of these two phenomena, of course, the company continues to make updates and innovations on Rengginang products.

The purpose of this research is to provide the facts needed to make an appropriate business plan that can be implemented by Rengginang Ma'ala as well as a business planning feasibility study based on business feasibility criteria. This research uses a qualitative case study approach. Data collection techniques are carried out by observing and surveying. Furthermore, to determine the right business plan, an analysis was carried out using Timmons, the Business Model Canvas, and SWOT analysis.

The results of the study using SWOT analysis show that Rengginang Ma'ala has internal strength but is not well designed to deal with threats from the external environment. The Timmons Model and Business Canvas Model show that Rengginang Ma'ala is feasible and has a high chance of succeeding in a competitive market.

Keywords: *Business Planning, Marketing Strategy, Timmons, BMC, SWOT*