V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Uji Coba Implementasi Bussines Plan

Uji coba dan implementasi bussines plan adalah proses penerapan rencana bisnis yang ditemukan dalam bisnis aktual yang terbatas atau periode waktu yang terbatas untuk menentukan apakah rencana tersebut dapat diimplementasikan sesuai dengan rencana dan tujuan (Bayhaqi dkk, 2024).

5.1.1 Pelaksanaan Produksi

Setiap hari, proses produksi di Satelicious dimulai dari pembuatan bumbu, di mana rempah-rempah seperti bawang merah, bawang putih, ketumbar, kemiri, sereh, dan gula merah dibersihkan, dihaluskan, lalu dimasak hingga harum. Bumbu ini digunakan untuk dua keperluan, yaitu marinasi daging ayam dan pembuatan saus kacang. Daging ayam segar dibersihkan, dipotong dadu, lalu direndam dalam bumbu selama beberapa jam agar meresap, sebelum ditusuk ke tusukan bambu. Sementara itu, kacang tanah digoreng atau disangrai, dihaluskan, lalu dimasak bersama bumbu hingga menjadi saus kacang kental. Pembakaran sate dilakukan di area terbuka menggunakan arang, dengan olesan bumbu selama proses agar aroma dan rasa semakin menggugah selera. Sate matang kemudian dikemas menggunakan kertas nasi dan dilapisi selembar daun pisang untuk dibawa pulang atau diantar oleh kurir, sedangkan pesanan makan di tempat disajikan di piring lengkap dengan sambal.

Lokasi usaha Satelicious berada di sebuah ruko di pinggir jalan utama, yang secara strategis mudah diakses oleh kendaraan dan pejalan kaki. Usaha ini bekerja

sama dengan Warung Cahaya Pangkep yang menjual ikan bakar, sehingga memanfaatkan fasilitas dan ruang yang sudah tersedia. Meskipun lokasi berada di jalur yang ramai, Satelicious menghadapi kendala utama, yaitu belum dikenal luas oleh masyarakat karena statusnya yang masih "menumpang" di warung tersebut. Identitas merek belum sepenuhnya menonjol, sehingga sebagian calon pelanggan mungkin tidak menyadari keberadaan atau perbedaan produk Satelicious dari usaha utama yang menaunginya.

Meskipun posisi strategis memberi akses mudah bagi pelanggan, penggunaan ruang bersama menimbulkan beberapa ketidakefisienan operasional. Area produksi sate terbatas, sehingga proses pemanggangan sering kali harus menyesuaikan dengan jadwal dan ruang dapur milik warung. Hal ini menyebabkan antrean produksi lebih lama, terutama saat kedua usaha memiliki jam ramai bersamaan.

Dari sisi kendala teknis, proses pemanggangan sate kadang terganggu karena peralatan berbagi sumber panas dan area bakar dengan warung ikan bakar. Suhu pembakaran yang tidak konsisten dapat memengaruhi kematangan dan rasa sate, sementara area pencampuran bumbu yang sempit menyulitkan penyiapan pesanan dalam jumlah besar. Selain itu, aroma masakan ikan kadang bercampur dengan aroma sate, yang bisa memengaruhi cita rasa khas Satelicious.

Akibatnya, waktu tunggu pelanggan menjadi lebih lama, konsistensi rasa menurun, dan pengalaman pelanggan kurang maksimal. Dari sisi pemasaran, identitas Satelicious kurang terlihat karena menumpang di usaha lain, sehingga

pelanggan sulit membedakan merek atau bahkan tidak sadar bahwa sate yang mereka beli berasal dari brand Satelicious. Hal ini menghambat pembentukan citra merek dan membatasi pertumbuhan pelanggan baru.

5.1.2 Hasil Pengembangan Usaha

Hasil pengembangan usaha untuk mengatasi keterbatasan lokasi dan kendala teknis produksi, Satelicious perlu mengambil langkah pengembangan usaha yang terarah. Pertama, dari sisi efisiensi operasional, perlu dipertimbangkan penataan ulang area kerja atau penggunaan peralatan pemanggangan mandiri, sehingga tidak bergantung pada fasilitas Warung Cahaya Pangkep. Hal ini akan memperlancar proses pemanggangan menjaga suhu pembakaran lebih stabil, dan mempertahankan cita rasa khas sate.

Kedua pada pencampuran bumbu, pengadaan meja kerja khusus dan wadah penyimpanan bumbu yang rapi akan mempercepat proses persiapan dan meminimalkan kontaminasi aroma dari masakan lain. Proses ini juga bisa dilengkapi dengan SOP (Standar Operasional Prosedur) agar kualitas rasa konsisten setiap kali produksi.

Untuk mengatasi keterbatasan lokasi dan kendala teknis produksi, Satelicious perlu mengambil langkah pengembangan usaha yang terstruktur. Dari sisi efisiensi operasional, penataan ulang area kerja dan penggunaan peralatan pemanggangan mandiri akan mengurangi ketergantungan pada fasilitas Warung

Cahaya Pangkep. Hal ini memastikan proses pemanggangan lebih lancar, suhu pembakaran lebih stabil, dan cita rasa sate tetap terjaga.

Pada pencampuran bumbu, pengadaan meja kerja khusus, wadah penyimpanan terpisah, serta peralatan yang bersih dan rapi akan mempercepat persiapan. Proses ini perlu dilengkapi dengan SOP yang mencakup takaran bumbu, urutan pencampuran, waktu marinasi, hingga teknik penyajian, sehingga kualitas rasa dan tekstur sate selalu konsisten meskipun dikerjakan oleh orang yang berbeda.

Dengan penerapan SOP di setiap tahap mulai dari persiapan bumbu, pemanggangan, hingga pelayanan Satelicious dapat meminimalkan kesalahan produksi, meningkatkan efisiensi waktu, menjaga kualitas rasa, dan membangun citra merek yang lebih kuat di mata pelanggan.

Penerapan Standar Operasional Prosedur (SOP) dalam kegiatan produksi Satelicious telah memberikan dampak positif yang signifikan terhadap pengembangan usaha, baik dari aspek internal maupun eksternal. Secara operasional, SOP membantu menciptakan alur kerja yang lebih terstruktur dan efisien. Proses produksi yang sebelumnya sering mengalami keterlambatan atau ketidak konsistenan kini dapat dilakukan dengan ritme yang lebih stabil, sehingga mampu meningkatkan volume produksi rata-rata hingga 20% per bulan dibandingkan sebelum SOP diterapkan. Penggunaan SOP juga mempermudah proses pelatihan tenaga kerja baru, karena setiap tahapan kerja telah didokumentasikan secara rinci dan mudah dipahami.

Dari sisi kualitas produk, penerapan SOP menghasilkan cita rasa sate ayam yang lebih konsisten dan standar penyajian yang seragam. Hal ini berkontribusi terhadap peningkatan kepuasan pelanggan dan loyalitas konsumen, yang terlihat dari bertambahnya jumlah pelanggan tetap serta ulasan positif yang diterima melalui platform media sosial dan pemesanan daring. Selain itu, efisiensi waktu kerja dan pengurangan pemborosan bahan baku juga turut meningkatkan margin keuntungan usaha. Di sisi pengelolaan usaha, SOP memungkinkan pemilik Satelicious untuk mulai mendelegasikan beberapa tugas kepada tim produksi, sehingga pemilik dapat lebih fokus pada pengembangan usaha dan strategi pemasaran.

5.1.3 Evaluasi Produksi

1. Evaluasi efisiensi proses produksi

Evaluasi efisiensi proses produksi pada usaha Satelicious dilakukan untuk mengetahui sejauh mana aktivitas produksi berjalan sesuai dengan target yang telah ditetapkan, baik dari segi waktu maupun jumlah output. Target produksi harian yang ditetapkan oleh Satelicious adalah sebanyak 11 porsi per hari, atau sekitar 77 tusuk sate ayam. Berdasarkan hasil observasi dan pencatatan rutin selama satu minggu terakhir, diketahui bahwa rata-rata output aktual target produksi sesuai dengan yang di tetapkan oleh Satelicious, dengan rata-rata waktu produksi dari persiapan hingga siap jual memakan waktu 4 jam.

Namun demikian, jika dibandingkan dengan kondisi sebelum diterapkannya SOP produksi, efisiensi kerja saat ini mengalami perbaikan.

Sebelumnya, waktu produksi bisa mencapai 5–6 jam per hari dengan output yang tidak menentu. Dengan adanya SOP, proses kerja menjadi lebih terstruktur dan dapat diprediksi, meskipun masih terdapat ruang untuk perbaikan, khususnya pada pengaturan waktu istirahat antarproses dan kesiapan alat kerja.

Secara keseluruhan, efisiensi produksi Satelicious telah mengalami peningkatan dari sisi stabilitas output dan pengendalian waktu kerja. Evaluasi ini menjadi dasar penting dalam menyusun strategi peningkatan produktivitas selanjutnya, seperti memperbaiki tata letak area kerja, mempercepat tahap marinasi dengan teknik rendaman merata, serta melakukan perawatan berkala terhadap peralatan produksi.

2. Tingkat Kecacatan Produk (%)

Selama periode produksi berjalan, Satelicious mencatat rata-rata tingkat kecacatan produk sebesar 4–6% dari total produksi harian. Bentuk kecacatan yang paling umum meliputi potongan daging terlalu kecil sehingga mudah hancur, serta tusuk sate patah saat proses penusukan. Meski persentase ini tergolong rendah untuk skala UMKM, kecacatan tetap berpengaruh pada efisiensi bahan baku dan kepuasan konsumen. Target internal adalah menekan tingkat kecacatan di bawah 3%, melalui perbaikan teknik pemotongan ayan dan pelatihan ulang tenaga kerja.

3. Konsistensi Kualitas Produk

Konsistensi kualitas merupakan salah satu indikator keberhasilan SOP yang telah diterapkan. Berdasarkan penilaian internal dan umpan balik pelanggan, produk Satelicious dinilai cukup konsisten dari segi rasa, tingkat kematangan, dan

penyajian. Penggunaan takaran bumbu yang tetap dan waktu marinasi yang terstandar telah membantu mempertahankan cita rasa autentik. Namun, perbedaan kecil masih muncul pada warna dan tingkat kematangan sate karena faktor manual dalam proses pembakaran. Hal ini menjadi fokus peningkatan ke depan dengan mempertimbangkan penggunaan alat bantu pengatur suhu atau rotasi tusukan otomatis.

4. Biaya Produksi Aktual vs Rencana

Adapun perbandingan antara biaya produksi actual dan biaya produksi rencana pada usaha Satelicious yaitu :

Tabel 1. Biaya Produksi Aktual vc Biaya Produksi Rencana

Deskripsi	Jumlah Produksi	Nilai (Rp)
Biaya Produksi Aktual	11	121.000
Biaya Produki Rencana	50	550.000
Selisih	39	429.000

Sumber: Data Primer, 2025

Berdasarakan Tabel 8, menunjukkan perbandingan antara biaya produksi aktual dengan biaya produksi rencana dalam kegiatan operasional harian usaha Satelicious. Pada kondisi aktual, jumlah produksi yang berhasil dicapai dalam satu hari adalah sebanyak 11 porsi, dengan total biaya produksi sebesar Rp121.000. Sementara itu, pada rencana awal, usaha Satelicious menargetkan produksi sebanyak 50 porsi per hari, maka total biaya produksi yang direncanakan adalah sebesar Rp. 550.000.

Dari perbandingan ini, terdapat selisih jumlah produksi sebanyak 39 porsi, serta selisih biaya sebesar Rp429.000. Selisih tersebut menunjukkan adanya gap antara produksi aktual dan target, yang dapat disebabkan oleh beberapa faktor seperti keterbatasan tenaga kerja, belum optimalnya penerapan SOP produksi, serta waktu produksi yang masih panjang.

Melalui evaluasi ini, Satelicious dapat meninjau kembali proses produksi dan merancang perbaikan, seperti penambahan tenaga kerja, pembenahan alur produksi, serta penerapan SOP yang konsisten agar target produksi harian dapat tercapai secara efisien dan ekonomis.

5.1.4 Manajemen Usaha

Manajemen usaha sate ayam tradisional Satelicious menerapkan *Standard Operating Procedure* (SOP) yang berperan penting dalam menjaga konsistensi kualitas, efisiensi operasional, dan profesionalitas kerja. Dalam perencanaan, SOP digunakan untuk menentukan jumlah produksi harian, standar bahan baku dan proporsi bumbu marinasi yang telah ditetapkan.

Dalam pelaksanaan, seluruh proses produksi mulai dari pencucian bahan, marinasi, penusukan, pembakaran, pembuatan bumbu kacang, hingga pengemasan sate dilakukan mengikuti tahapan SOP untuk menjamin kebersihan dan cita rasa yang seragam. SOP juga mencakup prosedur kebersihan alat, sanitasi tangan pekerja, dan pengecekan bahan sebelum digunakan. Pengawasan dilakukan melalui checklist harian dan evaluasi berkala terhadap setiap tahapan

produksi. Dengan penerapan SOP ini, usaha sate ayam tradisional tidak hanya mampu mempertahankan kualitas, tetapi juga membangun kepercayaan konsumen serta membuka peluang untuk pengembangan usaha ke skala yang lebih besar atau waralaba.

5.1.5 Omset Dan Keuntungan Usaha

Selama periode Maret hingga Mei, dilakukan perhitungan omzet berdasarkan jumlah porsi yang terjual melalui penjualan offline, dikalikan dengan harga jual per porsi. Selanjutnya, estimasi keuntungan diperoleh dengan mengurangi biaya produksi dari omzet. Data ini menjadi dasar dalam menilai keberlanjutan usaha dan merancang strategi peningkatan pendapatan di masa mendatang.

Omzet usaha Satelicious diperoleh dari hasil penjualan produk secara offline selama periode Maret hingga Mei. Dengan harga jual per porsi sebesar Rp 20.000.

Tabel 2. Omset PerBulan Satelicious

Bulan	Jumlah Porsi Terjual	Omzet (Rp)
Maret	184 porsi	3.680.000
April	198 porsi	3.960.000
Mei	370 porsi	6.140.000
Total		**13.780.000**

Sumber : Lampiran 5, 6 & 7

Berdasarkan Tabel 9. Menunjukkan bahwa penjualan Satelicious selama tiga bulan operasional, yaitu Maret, April, dan Mei. Pada bulan Maret, berhasil terjual sebanyak 184 porsi dengan omzet sebesar Rp 3.680.000. Kemudian pada bulan April, penjualan meningkat menjadi 198 porsi, menghasilkan omzet sebesar

Rp 3.960.000. Peningkatan yang paling signifikan terjadi pada bulan Mei, di mana penjualan melonjak menjadi 370 porsi, dengan omzet tertinggi sebesar Rp 6.140.000. Secara total, omzet selama tiga bulan tersebut mencapai Rp 13.780.000.

Estimasi keuntungan dihitung berdasarkan selisih antara harga jual dan biaya produksi per porsi. Dengan asumsi harga jual per porsi adalah Rp 20.000 dan biaya produksi per porsi sebesar Rp 16.177 (meliputi bahan baku, gas, dan biaya operasional langsung), maka estimasi laba kotor per porsi adalah Rp 3.823. Perhitungan estimasi laba kotor bulanan adalah sebagai berikut:

a. Maret: 184 porsi × Rp 3.823 = Rp 703.432
b. April: 198 porsi × Rp 3.823 = Rp 757.254
c. Mei: 370 porsi × Rp 3.823 = Rp 1.414.510

Dengan demikian, total estimasi laba kotor selama tiga bulan adalah sebesar Rp 2.875.196. Meskipun sempat terjadi pertumbuhan penjualan yang masih terbatas di bulan April, peningkatan signifikan pada bulan Mei menunjukkan bahwa strategi penjualan dan operasional yang tepat mampu meningkatkan omzet dan keuntungan secara berkelanjutan. Hal ini memberikan sinyal positif terhadap potensi pertumbuhan usaha Satelicious ke depannya.

5.2 Umpan Balik Pasar

Umpan balik pasar terhadap Satelicious pada aspek produksi memberikan gambaran yang jelas mengenai kekuatan dan kelemahan produk di mata

konsumen. Dari segi rasa, sebagian besar konsumen menilai sate ayam memiliki cita rasa yang khas dan autentik, namun terdapat masukan untuk menyeimbangkan tingkat manis dan gurih pada bumbu. Tekstur daging secara umum dinilai empuk, namun berdasarkan masukan dari beberapa konsumen ada yang menginginkan menyediakan varian sate yang mencakup potongan daging ayam beserta kulitnya karena menyukai sensasi rasa gurih dari kulit. Pada aspek bumbu dan sambel, respon positif diberikan atas kekayaan rempah yang digunakan, namun ada saran untuk menambahkan variasi tingkat kepedasan. Kemasan mendapat apresiasi karena menjaga kebersihan dan tampilan produk, meski sebagian pelanggan berharap ada desain yang lebih modern dan praktis untuk dibawa.

Dari sisi harga, sebagian besar konsumen merasa sesuai dengan kualitas yang ditawarkan, namun beberapa segmen pasar menilai perlunya pilihan porsi dengan harga yang lebih terjangkau. Masukan-masukan ini menjadi dasar penting untuk perbaikan proses produksi, mulai dari penyesuaian resep, standarisasi pemotongan, inovasi pengemasan, hingga pengaturan strategi harga yang lebih fleksibel.

Secara keseluruhan, umpan balik pasar menunjukkan bahwa produksi sate Satelicious memiliki potensi besar untuk dikembangkan lebih lanjut dengan tetap menjaga kualitas dan terus merespons kebutuhan konsumen.

5.2.1 Jangkauan Pasar

Untuk mengukur efektivitas dari perencanaan bisnis produk Sate Ayam Tradisional “Satelicious”, dilakukan uji coba implementasi selama 3 bulan. Kegiatan ini mencakup proses produksi, promosi digital melalui media sosial, dan penjualan langsung kepada konsumen. Evaluasi dilakukan berdasarkan tanggapan responden melalui kuesioner yang disebarkan kepada konsumen yang telah membeli produk, adapun responden sebanyak 100 orang yang berpartisipasi dalam pengisian kuesioner.

Tabel 3. Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Laki-laki	46	45,1
Perempuan	56	54,9
Total	**102**	**100**

Sumber : Lampiran 16

Berdasarkan Tabel 10. Menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah perempuan 54,9%, sedangkan laki-laki berjumlah 45,1%. Ini menunjukkan bahwa konsumen perempuan sedikit lebih dominan dalam minat atau perhatian terhadap produk Satelicious.

Tabel 4. Usia Responden

Kelompok Usia	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
>18 Tahun	16	15,7
18–24 Tahun	49	48
25–44 Tahun	33	32,4
<55 Tahun	4	3,9
Total	**102**	**100**

Sumber : Lampiran 17

Berdasarkan Tabel 11. Menunjukkan bahwa Sebagian besar responden berada di rentang usia 18–24 tahun (48%), yang biasanya merupakan usia remaja dan dewasa muda. Ini merupakan segmen pasar yang potensial karena mereka aktif di media sosial dan terbuka terhadap produk baru. Diikuti oleh kelompok usia 25–44 tahun (32,4%), yang kemungkinan memiliki daya beli lebih tinggi.

Tabel 5. Pekerjaan Responden

Pekerjaan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Pelajar/Mahasiswa	50	49
Karyawan	29	28,4
Ibu Rumah Tangga	9	8,8
Tidak Bekerja	3	2,9
Lain-lain	11	10,9
Total	**102**	**100**

Sumber : : Lampiran 18

Berdasarkan Tabel 12. Menunjukkan bahwa Kelompok pelajar/mahasiswa merupakan mayoritas responden (49%), diikuti oleh karyawan (28,4%). Ini menunjukkan bahwa Satelicious menarik perhatian dari kalangan muda yang cenderung mencari makanan praktis, terjangkau, dan enak.

5.2.2 Respons Pelanggan

Sementara itu, dari sisi respons pelanggan, sebagian besar konsumen memberikan tanggapan positif terhadap cita rasa sate, kualitas bahan baku, serta pelayanan yang diberikan. Hasil kuesioner menunjukkan bahwa pelanggan menilai sate Satelicious memiliki rasa khas yang nikmat, bumbu yang meresap, serta penyajian yang bersih dan praktis. Selain itu, banyak pelanggan juga

menyatakan kesediaannya untuk merekomendasikan produk ini kepada orang lain. Umpan balik ini menunjukkan bahwa produk Satelicious memiliki prospek pasar yang menjanjikan dan dapat terus dikembangkan dengan inovasi promosi dan peningkatan kualitas layanan.

Tabel 6. Frekuensi Pembelian

Frekuensi Pembelian	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Baru pertama kali	22	21,6
1–2x per bulan	37	36,3
1–2x per minggu	28	27,5
>3x per minggu	15	14,7
Total	**102**	**100**

Sumber : Lampiran 19

Berdasarkan Tabel 13. Menunjukkan bahwa mayoritas responden (36,3%) membeli Satelicious sebanyak 1–2 kali per bulan. Ini menunjukkan bahwa produk ini sudah mulai masuk dalam kebiasaan konsumsi bulanan pelanggan, meskipun belum tergolong kebutuhan rutin mingguan bagi semua.

Sebanyak 27,5% pelanggan membeli 1–2 kali per minggu, menandakan adanya segmen pelanggan yang cukup loyal dan menjadikan Satelicious sebagai pilihan kuliner reguler.

Sementara itu, 14,7% responden membeli lebih dari 3 kali per minggu, yang dapat dikategorikan sebagai pelanggan intensif atau pelanggan setia. Ini merupakan pasar penting yang bisa diberi program loyalitas seperti diskon khusus atau paket hemat. Sebaliknya, 21,6% responden merupakan pembeli pertama kali, menandakan adanya potensi pasar baru yang bisa dikembangkan.

Tabel 7. Aspek yang disukai responden

No	Aspek yang Disukai	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	Cita rasa tradisional	79	77,5
2	Harga terjangkau	66	64,7
3	Porsi pas	47	46,1
4	Kebersihan produk	46	45,1
5	Pelayanan	42	41,2
6	Promosi menarik	20	19,6

Sumber : Lampiran 20

Berdasarkan Tabel 14. Menunjukkan bahwa cita rasa tradisional adalah aspek yang paling disukai pelanggan (77,5%). Ini menunjukkan bahwa karakteristik rasa yang khas dan otentik menjadi kekuatan utama dari Satelicious yang harus dipertahankan sebagai nilai jual utama. Harga yang terjangkau menempati posisi kedua (64,7%), menunjukkan bahwa Satelicious berhasil menghadirkan produk yang sesuai dengan daya beli konsumen lokal. Selanjutnya, porsi pas (46,1%) dan kebersihan produk (45,1%) juga menjadi perhatian signifikan, mencerminkan bahwa pelanggan memperhatikan keseimbangan nilai dan kualitas. Pelayanan (41,2%) menunjukkan bahwa interaksi dengan staf atau pengalaman bertransaksi juga memberi pengaruh positif. Sementara itu, promosi menarik berada di peringkat terakhir (19,6%), yang bisa diartikan bahwa strategi promosi saat ini belum terlalu menonjol atau belum menjadi daya tarik utama pelanggan

Tabel 8. Penilaian Responden

No	Aspek yang Dinilai	Rata-rata Skor	Keterangan
1	Rasa produk	4,65	Rasa produk sangat disukai oleh konsumen
2	Kualitas bahan baku (daging, bumbu dll)	4,57	Bahan baku berkualitas tinggi dan segar
3	Tampilan promosi di media sosial	4,51	Promosi di media sosial menarik dan efektif
4	Kesediaan merekomendasikan ke orang lain	4,54	Banyak konsumen bersedia merekomendasikan produk
5	Kepuasan terhadap pelayanan	4,60	Pelayanan memuaskan dan responsif

Sumber : Lampiran 23, 24, 25, 26 & 27

Berdasarkan Tabel 15. Menunjukkan bahwa rasa produk (Skor 4,65) menjadi aspek dengan nilai tertinggi, membuktikan bahwa kekuatan utama Satelicious ada pada cita rasa yang disukai mayoritas konsumen. Pelayanan (4,57) dan kualitas bahan baku (4,51) juga mendapat skor tinggi, menandakan bahwa konsumen merasakan pelayanan yang memuaskan dan bahan baku yang berkualitas baik. Kesediaan untuk merekomendasikan (4,54) menunjukkan bahwa konsumen tidak hanya puas, tetapi juga percaya diri menyarankan Satelicious kepada orang lain. Promosi media sosial (4,60) walaupun nilainya masih tinggi, menjadi aspek dengan skor terendah di antara lima. Hal ini menunjukkan bahwa visual atau intensitas promosi di media sosial masih bisa lebih ditingkatkan.

5.3 Perbaikan Bussines Plan

Saat merancang Satelicious, Business Model Canvas (BMC) digunakan sebagai peta jalan awal. Namun, setelah usaha sate ayam tradisional ini dijalankan

di lapangan, terlihat adanya perbedaan signifikan antara model yang direncanakan dan kenyataan operasional.Untuk penerapan rencana bisnis sumber daya utama pada BMC yang di gunakan Satelicious yaitu :

1. *Key Resources* (Sumber Daya Utama) : Bahan baku (Daging ayam, bumbu sate, & arang), peralatan masak (Alat bakar sate dan peralatan dapur), tenaga kerja (bagian produksi dan pemasaran), tempat usaha (Ruko startegis)
2. *Key Activities* (Aktivitas Utama) : Produksi sate (Persiapan, pembakaran, dan penyajian sate), kualitas produk (penambahan rasa sate ayam, kebersihan, dan penyimpanan)
3. *Key Partnerships* (Kemitraan Utama) : Pemasok bahan baku (Distributor ayam, bumbu, dan arang). desainer grafi (Untuk kemasan dan promosi visual)
4. *Cost Structure* (Struktur Biaya) Biaya Bahan Baku: Daging, bumbu, arang, kemasan.

Perbedaan signifikan mulai terlihat pada beberapa elemen BMC tersebut. Rencana awal mengenai *Key Resources* pada Business Model Canvas (BMC) Satelicious menargetkan penggunaan ruko strategis sebagai lokasi usaha. Namun, dalam implementasi di lapangan, rencana tersebut disesuaikan. Satelicious memulai operasional dengan menumpang di area ruko milik saudara. Penyesuaian ini dilakukan sebagai strategi awal untuk menekan biaya sewa dan operasional, sambil mengamati respons pasar sebelum melakukan investasi besar pada lokasi mandiri.

Begitu pula dengan *Key Activities* yang awalnya berfokus pada produksi sate ayam pedas manis sebagai inovasi utama, namun respons pasar justru menunjukkan permintaan yang lebih besar terhadap sate ayam bumbu kacang original. Penyesuaian juga terjadi pada *Key Partnerships* di mana desainer grafis tidak menjadi prioritas utama di awal, melainkan fokus pada kemitraan dengan penyedia layanan pesan antar online untuk memperluas jangkauan pasar. Perubahan ini turut memengaruhi *Cost Structure* yang semula dianggarkan untuk sewa ruko dan promosi visual, kini bergeser menjadi biaya kemasan yang lebih efisien dan komisi untuk layanan pesan antar. Perbedaan ini menunjukkan bahwa model bisnis harus fleksibel dan mampu beradaptasi dengan kondisi riil di lapangan.