

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perencanaan bisnis pada bidang kuliner dengan menggunakan bantuan tiga pendekatan strategis, yaitu analisis SWOT, *Five Forces*, dan *Smart Business Map* (SBM). Pendekatan ini dirancang untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan internal, peluang dan ancaman eksternal, dan melakukan perumusan strategis bisnis yang efektif. Fokus utama dari penelitian ini adalah untuk mengembangkan strategi dalam menghadapi persaingan pasar, memanfaatkan kekuatan internal maupun eksternal dan menciptakan solusi inovatif yang relevan untuk generasi z sebagai target utama dari bisnis saruhan. Potensi internal yang meliputi kekuatan seperti inovasi produk, kelemahan terkait efisiensi operasional, serta peluang maupun ancaman dari lingkungan eksternal. *Five forces* digunakan untuk mengkaji tingkat persaingan, kekuatan tawar-menawar pembeli dan pemasok, ancaman dari pendatang baru, serta substitusi produk. Sementara itu *Smart Business Map* digunakan untuk menyusun strategi bisnis jangka panjang dengan mempertimbangkan keseluruhan data dari analisis sebelumnya. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif deskriptif melalui metode wawancara serta teknik triangulasi sumber digunakan untuk memastikan validasi dan *reliabilitas* data. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis bagi pengembangan saruhan, baik dalam peningkatan daya saing pasar. Secara teoritis, penelitian ini juga memberikan referensi bagi studi lanjutan mengenai penerapan metode dalam perencanaan bisnis kuliner di Indonesia. Penelitian ini menawarkan wawasan lebih dalam tentang strategi bisnis yang efektif dalam pengelolaan sumber daya dan penyusunan rencana bisnis berbasis teknologi untuk memenuhi kebutuhan pasar modern.

Kata Kunci : Strategi Bisnis, Smart Bisnis Map, Perencanaan Bisnis