

Kelayakan Usaha Mie Ayam Kita Wonogiri

Muhammad Aqil Fikri ¹, Bayu Katon Saputra ², Musa Muhammad Isa Al'Azzam ³
Program Studi S1 Teknik Informatika, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Duta Bangsa
Surakarta
Jl. Bhayangkara No.55, Tipes, Kec. Serengan, Kota Surakarta, Jawa Tengah 57154
E-mail: aqilfikri1218@gmail.com

Abstrak

Mie Ayam Kita Wonogiri. Meerupakan inisiatif kuliner lokal yang lahir dari kecintaan terhadap kuliner khas Wonogiri. Artikel ini memaparkan proposal bisnis Mie Ayam Kita Wonogiri, yang mencakup latar belakang, tujuan, perumusan masalah, serta strategi pemasaran untuk menghadirkan mie ayam berkualitas tinggi dengan cita rasa autentik. Mie ayam Kita Wonogiri memiliki tujuan untuk menjadi pilihan utama semua orang, melestarikan citra kuliner daerah, dan memberdayakan ekonomi lokal

Kata Kunci: Mie Ayam, Kuliner Lokal, Wonogiri, Strategi Pemasaran, Ekonomi Lokal.

Abstract

Mie Ayam Kita Wonogiri is a local culinary initiative born out of a passion for the authentic flavors of wonogiri. This article outlines the business proposal of Mie Ayam Kita Wonogiri, covering the background, objectives, problem formulation and marketing strategies to deliver high-quality chicken noodles with an authentic taste. Mie Ayam Kita Wonogiri aims to become the top choice for all people, preserve the original culinary identity, and contribute to the local economy.

Keywords: Chicken Noodles, local Cuisine, Wonogiri, Marketing Strategy, Local Economy

1. Pendahuluan

Mie ayam telah lama menjadi daya tarik tersendiri, dan dalam beberapa tahun terakhir, tren kuliner semakin berkembang pesat. Kelezatan mie ayam dengan berbagai varian dan cita rasa telah menjadikannya sebagai favorit di kalangan masyarakat Indonesia. Wonogiri, sebagai salah satu kabupaten di Jawa Tengah, memiliki potensi besar untuk menjadi pusat kuliner mie ayam yang unik dan berbeda.

Meskipun begitu, keberadaan warung mie ayam di Wonogiri masih terbilang terbatas, dan variasi rasa yang ditawarkan belum sepenuhnya mencerminkan kekayaan kuliner khas daerah ini. Seiring dengan pertumbuhan tren konsumsi makanan lokal, terdapat peluang besar untuk membuka warung mie ayam yang tidak hanya memenuhi selera modern tetapi juga melestarikan cita rasa autentik khas Wonogiri.

Selain peluang yang ada, terdapat pula tantangan yang perlu dihadapi, seperti persaingan ketat di pasar kuliner, perubahan pola konsumsi masyarakat, dan kebutuhan akan inovasi agar tetap bersaing. Mie Ayam Kita Wonogiri hadir untuk mengatasi dan memanfaatkan peluang-peluang tersebut, memperkenalkan kelezatan mie ayam khas

Wonogiri, dan sekaligus memenuhi kebutuhan masyarakat akan kuliner yang lezat dan beragam.

Dengan memahami latar belakang masalah ini, Mie Ayam Kita Wonogiri bertekad untuk tidak hanya menjadi pilihan kuliner yang populer di Wonogiri, tetapi juga untuk menjadi bagian dari identitas kuliner daerah yang kaya dan beragam. Dengan menghadirkan konsep yang unik dan menyatu dengan kearifan lokal, usaha ini berharap dapat memberikan kontribusi positif pada dunia kuliner lokal dan meningkatkan daya tarik destinasi kuliner di Wonogiri.

2. Metodologi

2.1. Ruang Lingkup Usaha

Mie Ayam Kita Wonogiri menempati lokasi yang sangat strategis, berdekatan dengan sekolah-sekolah seperti SMK, SD, dan SMP, sehingga menarik perhatian siswa, guru, dan warga sekitar. Selain itu, keberadaannya yang tidak jauh dari pasar dan pabrik di sekitar juga memberikan peluang besar untuk menarik pekerja dan pengunjung pasar yang membutuhkan pilihan makanan cepat dan lezat. Dengan demikian, usaha ini memiliki ruang lingkup yang luas, menargetkan berbagai segmen pasar dari kalangan siswa hingga pekerja di sekitar wilayah tersebut.

2.2. Metode Pelaksanaan

Keunggulan produk yang dihasilkan oleh Mie Ayam Kita Wonogiri terletak pada penyajian mie ayam yang memikat dengan harga yang ekonomis, menjaga kualitas rasa yang unggul, kemasan yang menarik, dan pelayanan yang cepat. Kami berkomitmen untuk menyediakan hidangan mie ayam dengan cita rasa khas Wonogiri yang autentik, memberikan nilai tambah dengan kemasan menarik, dan memastikan kepuasan pelanggan dengan pelayanan yang efisien dan responsif. Dengan kombinasi harga yang bersahabat, kualitas terjamin, dan pengalaman pelanggan yang memuaskan, Mie Ayam Kita Wonogiri berupaya menjadi pilihan utama bagi mereka yang mencari mie ayam yang lezat dan terjangkau.

Berikut adalah produk-produk yang kita buat dan kami jual:

1. Varian mie ayam basah dan kering dengan bumbu khas Wonogiri.
2. Mie Ayam Pangsit dengan tambahan pangsit yang renyah.
3. Mie Ayam Special dengan topping jamur.
4. Mie Ayam Special dengan Ceker.
5. Mie Ayam Special Jumbo
6. Berbagai varian minuman terjangkau

Proses pemasaran produk Mie Ayam Kita Wonogiri mencakup pengembangan brand yang menarik dan mudah diingat, dengan konsistensi dalam penggunaan warna, desain, dan pesan brand di semua materi pemasaran. Kami membangun kehadiran online melalui platform sosial seperti Instagram, Facebook, dan Tiktok, untuk memperluas jangkauan dan berinteraksi dengan pelanggan. Selain itu, kami menawarkan promosi awal dan diskon khusus untuk menarik perhatian pelanggan baru, serta menyediakan program loyalitas dan kartu poin untuk memberikan insentif kepada pelanggan setia.

3. Hasil dan Pembahasan

Berikut ini hasil analisis biaya usaha Mie Ayam Kita Wonogiri
Modal

No	Jenis Pengeluaran	Biaya (Rp)
1.	Peralatan Penunjang	Rp. 2.637.000
2.	Bahan Habis Pakai	Rp. 519.000
3.	Perjalanan	Rp.500.000
4.	Lain – Lain	Rp. 1.400.000
	Total Jumlah	Rp. 5.056.000

HARGA JUAL MIE AYAM Rp 8,000:

1. Biaya Bahan Baku per Hari:
 - Mie, Ayam, dan Bahan Utama Lainnya: Rp 350,000
 - Total Biaya Bahan Baku (per hari): Rp 350,000
2. Biaya Operasional Harian:
 - Sewa Warung: Rp 20,000
 - Listrik dan Air: Rp 10,000
 - Pemeliharaan dan Kebersihan: Rp 10,000
 - Total Biaya Operasional (per hari): Rp 40,000
3. Biaya Pemasaran dan Promosi (per Bulan):
 - Iklan di Media Sosial: Rp 100,000 (disebar selama sebulan)
 - Total Biaya Pemasaran (per hari): Rp 3,333 (Rp 100,000 / 30 hari)

TOTAL BIAYA HARIAN: Rp 393,333

Proyeksi Pendapatan dan Keuntungan:

- Rata-rata Pendapatan Harian (100 mangkok Mie x Rp 8,000): Rp 800,000 (estimasi)
- Keuntungan Bersih (per hari): Rp 800,000 - Rp 393,333 = Rp 406,667

4. Kesimpulan dan Saran

Usaha Mie Ayam Kita Wonogiri menunjukkan bahwa prospeknya masih sangat bagus, didukung oleh peluang yang menguntungkan dan margin keuntungan yang cukup besar. Lokasi strategis di sekitar sekolah, pasar, dan pabrik menciptakan pangsa pasar yang luas, terutama dengan menawarkan mie ayam yang memiliki keunikan rasa khas Wonogiri. Meskipun sudah menjanjikan, tantangan ini tetap membutuhkan inovasi berkelanjutan dari para pelaku usaha kuliner. Dengan terus menyesuaikan minat lokal dan berfokus pada pelayanan yang baik, keberlanjutan Mie Ayam Kita Wonogiri dalam memberikan pengalaman kuliner yang unik dan memuaskan tampaknya akan terus meningkat.

Sebagai saran, para pelaku usaha kuliner mie ayam sebaiknya mempertahankan keaslian resep, cita rasa, dan ciri khas kulinernya yang membuatnya unik. Ini menjadi elemen kunci yang menarik minat pelanggan dan membedakan produk dari pesaing. Selain itu, pemasaran melalui media sosial perlu diutamakan, mengingat pengaruh besar

platform tersebut dalam menjangkau target pasar. Aktif di media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Twitter dapat membantu memperluas visibilitas, berkomunikasi dengan pelanggan, serta meningkatkan daya tarik dan popularitas usaha kuliner mie ayam di kalangan masyarakat

Daftar Pustaka

- Astawan, Made. 2008. Sehat dengan hidangan hewani. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Daldiyono, Ismail A, Rani AA, Manan C & Sumadibrata R. 1990. Kanker Kolon dan Peran Diet Tinggi Serat: Kejadian di Negara Barat. *Gizi Indonesia*, 15(1), 73-75.
- Kamalasanana P, Premalatha S, Rajamony S. 2002. Azolla: A Sustainable Feed Substitute for Livestock. Tamilnadu, India.
- Noferdiman., H. Syafwan dan Sestilawarti. 2014. Dosis inokulan lama fermentasi jamur *Pleurotus ostreatus* terhadap Kandungan nutrisi *Azolla microphylla* J. *Peternakan*. 11 (1): 29-36