

PENERAPAN BISNIS PLAN PADA USAHA MIE GACOAN

Rini Wijayaningsih¹, Ananda Ummu Thoyibah², Dika Febriansyah³, Marcellita Capritallim⁴,
Rani Anggitasari⁵, Saibatul Aslamiah⁶, Muhammad Wallid Alba It's⁷, Yefta Berliana⁸,
Tegar Bima Rohaedi⁹

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya¹

Email: rini.wijayaningsih@dsn.ubharajaya.ac.id¹, umuthoyibahananda@gmail.com²,
dikafebriansyah29@gmail.com³, limmarcellita@gmail.com⁴, ranianggitasari07@gmail.com⁵,
aslamiyahsaibatul@gmail.com⁶, wldalba18@gmail.com⁷, yeftaberliana@gmail.com⁸,
bimategar@gmail.com⁹

ABSTRAK

nama "Mie Gacoan" dari kata Jawa "Gaco" yang berarti pahlawan atau andalan mencerminkan popularitasnya di kalangan pengunjung Indonesia. Tujuan dari rencana bisnis ini adalah untuk memberikan informasi komprehensif tentang usaha Mie Gacoan, membantu dalam pengambilan keputusan dan meningkatkan hasil bisnis. Metodologi penelitian yang digunakan adalah kualitatif, yang melibatkan pendekatan kualitatif sistematis termasuk perumusan asumsi-asumsi yang mendasarinya. Mie gacoan meningkatkan penjualan dan keuntungan dengan mempertahankan kualitas produk dan pelayanan yang tinggi Penerapan bisnis plan pada usaha Mie Gacoan telah menunjukkan bagaimana perencanaan strategis yang matang dapat mendorong pertumbuhan dan keberhasilan dalam industri kuliner yang kompetitif. Mie Gacoan telah secara efektif memanfaatkan riset pasar yang komprehensif untuk memahami permintaan dan kecenderungan pelanggan, memungkinkan pengembangan taktik pemasaran yang berdampak. Melalui fokus pada pengembangan produk, perluasan menu, penggunaan platform media sosial yang mahir, dan pendekatan promosi yang menawan, Mie Gacoan telah mampu melibatkan demografi pasar yang beragam dan meningkatkan retensi pelanggan.

Kata kunci: Bisnis Plan, Mie Gacoan, Strategi Pemasaran

ABSTRACT

The name "Mie Gacoan" from the Javanese word "Gaco" meaning hero or mainstay reflects its popularity among Indonesian diners. The purpose of this business plan is to provide comprehensive information about the Mie Gacoan venture, assist in decision-making and improve business outcomes. The research methodology used is qualitative, which involves a systematic qualitative approach including the formulation of underlying assumptions. Mie Gacoan increased sales and profits by maintaining high product quality and service. The application of the business plan to the Mie Gacoan business has shown how careful strategic planning can drive growth and success in the competitive culinary industry. Mie Gacoan has effectively utilized comprehensive market research to understand customer demands and trends, enabling the development of impactful marketing tactics. Through a focus on product development, menu expansion, proficient use of social media platforms, and a captivating promotional approach, Mie Gacoan has been able to engage diverse market demographics and increase customer retention.

PENDAHULUAN

Bisnis adalah usaha ekonomi di mana individu atau organisasi terlibat dalam produksi, distribusi, atau pertukaran barang dan jasa untuk menghasilkan keuntungan

finansial. Dalam dunia bisnis, inovasi dan pengembangan produk merupakan strategi utama yang digunakan untuk memberikan nilai dan memenuhi kebutuhan konsumen.

Pentingnya dunia usaha dalam pertumbuhan ekonomi tidak dapat diremehkan, karena perluasan dunia usaha akan meningkatkan pendapatan nasional dan menghasilkan pendapatan pajak yang lebih besar yang dapat dialokasikan untuk layanan publik dan pembangunan infrastruktur.

Strategi efektif untuk meluncurkan usaha bisnis baru melibatkan pengembangan dan pelaksanaan rencana bisnis yang komprehensif. Dokumen ini berfungsi sebagai cetak biru rinci yang menguraikan tujuan perusahaan dan strategi yang akan diterapkan untuk mencapai tujuan tersebut. Dengan mencakup unsur-unsur seperti pemasaran, keuangan, dan operasi, rencana bisnis memberikan kerangka terstruktur untuk memandu pertumbuhan dan keberhasilan bisnis.

Rencana bisnis ini berfungsi sebagai dokumen penting yang dirancang untuk pemangku kepentingan internal dan eksternal. Saat ini salah satu model bisnis yang sedang marak di industri kuliner adalah Mie Gacoan yang mulai populer baik di kalangan remaja maupun dewasa. Bisnis mie ini memiliki posisi strategis dalam lanskap kuliner Indonesia yang sangat kompetitif.

Telah diketahui bahwa "Mie Gacoan" adalah merek dagang terdaftar dari jaringan restoran mie pedas terkemuka di Indonesia, yang beroperasi di bawah payung PT Pesta Pora Abadi. Sejak diluncurkan pada awal tahun 2016, merek "Mie Gacoan" telah berkembang secara signifikan dan kini memegang posisi dominan di industri makanan dan minuman Indonesia. Menawarkan pengalaman bersantap kontemporer dengan harga bersaing, kehadiran "Mie Gacoan" telah mendapatkan pengakuan luas di seluruh pasar tempatnya beroperasi, melayani basis pelanggan yang besar setiap bulannya.

"Mie Gacoan" berasal dari istilah "Gaco", yang berarti pahlawan atau andalan dalam bahasa Jawa. Tak heran jika Mie Gacoan menjadi destinasi makan populer di kalangan masyarakat Indonesia. Tujuan utama dari bisnis mie ini adalah untuk menawarkan produk-produk berkualitas tinggi dengan harga yang kompetitif untuk memenuhi demografi kelas menengah, meningkatkan kepuasan pelanggan melalui layanan yang luar biasa, dan meningkatkan reputasi masakan Indonesia di kancah makanan dan minuman global.

Dengan merumuskan bisnis plan yang komprehensif, Mie Gacoan dapat terus beradaptasi dengan dinamika pasar dan memenuhi ekspektasi pelanggan. Analisis pasar yang mendalam, strategi pemasaran yang efektif, dan peningkatan kualitas layanan merupakan elemen penting yang tercakup dalam bisnis plan ini. Implementasi yang tepat dari bisnis plan akan membantu Mie Gacoan dalam mencapai tujuan jangka panjangnya dan mempertahankan posisinya di pasar kuliner yang kompetitif.

LANDASAN TEORI

Definisi bisnis plan

Rencana bisnis adalah dokumen komprehensif yang menguraikan tujuan perusahaan dan strategi yang akan diterapkan untuk mencapai tujuan tersebut. Ini berfungsi sebagai peta jalan bagi pemilik dan manajer bisnis untuk menyusun strategi, mengawasi operasi, dan menetapkan tujuan bisnis jangka pendek dan masa depan.

Selain berfungsi sebagai pernyataan resmi mengenai niat untuk mendirikan suatu usaha, rencana usaha ini juga mencerminkan keyakinan kuat para pendiri terhadap pencapaian tujuan mereka dan menguraikan strategi dan taktik yang akan digunakan untuk mewujudkannya. Hal ini juga dapat mencakup rincian tentang latar belakang dan kemampuan organisasi atau tim yang bertugas mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Rencana bisnis adalah dokumen tertulis formal yang menguraikan tujuan dan sasaran strategis suatu bisnis, serta metode dan sumber daya yang diperlukan untuk mencapainya. Dokumen ini berfungsi sebagai alat komunikasi bagi pengusaha yang mencari investasi,

karyawan, dan pemasok, sehingga memungkinkan mereka untuk mengartikulasikan visi dan strategi operasional mereka.

Rencana bisnis berguna sebagai pedoman bagi pemilik usaha dan pihak eksternal seperti investor, mitra bisnis atau lembaga keuangan untuk memahami visi, misi dan rencana yang dilaksanakan. Rencana bisnis umumnya mengandung unsur-unsur yang meliputi:

- *Ringkasan eksklusif*, Secara khusus, gambaran singkat tentang keseluruhan profil bisnis, tujuan utama, dan inisiatif strategis.
- *Profil perusahaan*, Laporan ini akan menggali latar belakang sejarah perusahaan, struktur organisasinya, dan rincian mengenai penawaran produk.
- *Analisis pasar*, Secara khusus, bagian laporan yang memberikan pemeriksaan terhadap profil demografis target pasar, basis konsumen potensial, lanskap kompetitif, tren pasar saat ini, dan jalur potensial untuk pertumbuhan bisnis.
- *Strategi pemasaran*, Khususnya penjelasan proses pelayanan dan sosialisasinya kepada pelanggan.
- *Rencana operasional*, Secara khusus, analisis prosedur operasional perusahaan, yang mencakup elemen-elemen seperti keberadaan geografis, infrastruktur, jaringan logistik, dan metode manufaktur.
- *Rencana keuangan*, Ini mencakup proyeksi keuangan, khususnya yang terdiri dari perkiraan penjualan, strategi penganggaran, dan laporan keuangan.
- *Manajemen dan tim*, Secara khusus, penjelasan mengenai kompetensi dan tugas anggota tim manajerial yang terlibat dalam operasional perusahaan.
- *Analisis risiko*, Secara khusus, proses ini melibatkan identifikasi potensi risiko yang mungkin dihadapi oleh suatu bisnis dan mengembangkan strategi untuk memitigasi atau mengelolanya secara efektif.

Adapun pengertian Bisnis Plan menurut ahli yaitu *Hirich dan Peters (1995: 113)*, Sesuai dengan penegasannya, rencana bisnis adalah dokumen tertulis komprehensif yang dibuat oleh seorang wirausahawan yang menguraikan berbagai faktor eksternal dan internal yang penting untuk memulai bisnis baru. Ini biasanya mencakup strategi fungsional termasuk pemasaran, keuangan, operasi, dan sumber daya manusia.

Bisnis Plan Menurut Para Ahli

Bisnis plan menurut para ahli:

1. *Max Coulthard, Andrea Howell, and Geof Clarke (1999:3)*. Dalam sudut pandangnya, rencana bisnis adalah analisis komprehensif mengenai operasi suatu entitas, menggambarkan posisi saat ini, potensi pencapaian di masa depan, dan mengusulkan peta jalan strategis untuk mewujudkan tujuan tersebut.
2. *Megginson (2000)*, Dalam sudut pandangnya, rencana bisnis adalah dokumen komprehensif yang menguraikan misi, tujuan, proses operasional, seluk-beluk keuangan, struktur kepemilikan dan manajemen, serta strategi untuk mencapai tujuan bisnis.
3. *Fahmi (2014)*, Dia berpendapat bahwa rencana bisnis berfungsi sebagai peta jalan komprehensif yang merinci berbagai komponen operasi bisnis dari awal hingga penyelesaian, menggabungkan kemungkinan untuk kejadian yang tidak terduga. Pengembangan rencana bisnis melibatkan referensi kondisi yang dianggap layak dan praktis untuk diterapkan.
4. *Timmons (2011)* Pengembangan rencana bisnis merupakan bagian integral untuk mengatasi usaha yang gagal dan berfungsi sebagai instrumen berharga untuk menilai kelayakan, ketidakpastian, dan manfaat yang terkait dengan prospek bisnis tertentu.
5. *Peter Dalam Alma (2017)* Rencana bisnis adalah dokumen tertulis komprehensif yang dibuat oleh seorang wirausahawan yang menguraikan berbagai faktor internal dan

eksternal terkait peluncuran bisnis baru. Biasanya mencakup strategi terperinci untuk pemasaran, proyeksi keuangan, operasi, dan penempatan staf.

Rencana bisnis adalah dokumen komprehensif yang menguraikan struktur bisnis secara rinci, termasuk tujuan, taktik, dan perkiraan keuangan. Ini juga mencakup faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi operasi bisnis.

Manfaat bisnis plan

Rencana bisnis berfungsi sebagai panduan strategis yang memungkinkan individu menyusun strategi secara hati-hati dan mengantisipasi potensi hambatan saat menavigasi jalur operasi bisnis mereka.

Ada beberapa manfaat memiliki rencana bisnis yang baik:

1. Tujuan bisnis menjadi lebih jelas.

Salah satu keuntungan utama membuat rencana bisnis adalah kemampuan untuk menetapkan strategi dan cetak biru bisnis awal. Bisnis yang baru didirikan atau sedang berkembang akan menghadapi tantangan dalam pertumbuhan dan perkembangan tanpa adanya rencana yang jelas. Oleh karena itu, dengan merumuskan rencana bisnis yang komprehensif, pengusaha dapat menyelaraskan upayanya untuk mencapai tujuan dan sasaran tertentu.

2. Prioritas kamu akan lebih masuk akal.

Saat mengembangkan rencana bisnis, penting untuk mengidentifikasi dan memprioritaskan tujuan utama bisnis, seperti ekspansi perusahaan, stabilitas keuangan, dan operasi bisnis yang efektif. Melaksanakan prioritas-prioritas ini dengan tekun sangat penting bagi keberhasilan bisnis, karena tetap fokus pada tujuan-tujuan yang telah ditentukan dapat mempercepat pertumbuhan dan perkembangan perusahaan.

3. Business plan akan meminimalisir resiko gagal.

Terlibat dalam proses perencanaan strategis menunjukkan komitmen untuk membangun dan menjalankan bisnis dengan tingkat profesionalisme dan dedikasi yang tinggi. Melalui pengembangan rencana bisnis yang komprehensif, seseorang dapat mengantisipasi potensi tantangan, menilai potensi dampaknya, dan secara proaktif mencari solusi untuk mengatasi dan memitigasi hambatan tersebut secara efektif. Pendekatan strategis ini secara signifikan mengurangi kemungkinan kegagalan sepanjang umur bisnis.

4. Memprediksi masa depan.

Rencana bisnis yang komprehensif memungkinkan antisipasi hasil bisnis di masa depan. Melalui pengembangan rencana bisnis, proyeksi dapat dibuat untuk tujuan jangka pendek, menengah, dan panjang. Walaupun perkiraan ini pada dasarnya bersifat spekulatif, namun dapat diwujudkan melalui integrasi data empiris dan riset pasar dalam kerangka strategis.

Tujuan Bisnis plan

Rencana bisnis adalah dokumen formal yang dikembangkan oleh organisasi untuk mengkomunikasikan gambaran komprehensif kepada pemangku kepentingan. Informasi yang terkandung dalam rencana bisnis memiliki berbagai fungsi dan tujuan bagi perusahaan.

1. Memastikan Bisnis Berada di Jalur yang Tepat

Perencanaan bisnis sangat penting dalam membimbing bisnis menuju arah yang diinginkan. Hal ini dicapai dengan menguraikan rincian penting seperti visi, misi, tujuan, target pasar, dan proyeksi keuangan perusahaan dalam rencana bisnis. Dengan menganalisis informasi ini, bisnis dapat mengevaluasi efektivitas strategi mereka dan membuat penyesuaian yang diperlukan agar selaras dengan tujuan dan nilai-nilai mereka secara menyeluruh.

2. Mematangkan Rencana yang Telah Dibuat

Rencana-rencana yang sudah dibuat harus kembali diperiksa apakah sudah sesuai dengan fondasi bisnis. Melakukan hal ini membuat rencana pengembangan bisnis Anda

semakin matang. Risiko kegagalan atau kerugian juga menjadi lebih jelas dan dapat diantisipasi dengan baik. Penambahan, pengurangan serta penggantian rencana bahkan bisa dilakukan sebelum proses eksekusi pada kemudian hari.

3. Panduan dalam Mengambil Keputusan

Semua pebisnis pasti menghadapi pilihan-pilihan yang sulit. Ada banyak pebisnis yang akhirnya jatuh ke dalam berbagai jebakan dan kegagalan karena memilih keputusan yang salah. Mereka lupa apa saja yang harus diprioritaskan. Tidak heran jika akhirnya keputusan yang diambil salah dan membawa dampak negatif. Oleh karena itu, perlu membuat perencanaan bisnis yang lengkap sebagai pertimbangan dalam pengambilan keputusan.

4. Meminimalisir Risiko Kegagalan

Keberadaan bisnis plan nyatanya dapat meminimalisir risiko. bisnis plan memiliki seluruh informasi lengkap terkait bisnis. Hal ini menandakan bahwa kekuatan dan kekurangan bisnis juga ada di dalamnya. Mengetahui kekuatan dan kekurangan bisnis sangat penting untuk mengatasi risiko yang akan datang, jadi lebih siap untuk menghadapi berbagai keadaan buruk karena sudah memahami risiko sekaligus solusi yang harus diterapkan.

5. Memprediksi Tren dan Bisnis Anda

Analisis data dalam rencana bisnis dapat memberikan wawasan tentang tren masa depan, termasuk pengeluaran, pendapatan, fluktuasi penjualan, pertumbuhan, dan risiko. Dengan mempertimbangkan data ini, seseorang dapat membuat prediksi mengenai perkembangan bisnis dalam 1 hingga 5 tahun ke depan, meskipun prediksi tersebut mungkin tidak selalu akurat. Selain itu, rencana bisnis yang komprehensif membantu memahami semua aspek perusahaan dan sangat berharga bagi siswa yang mempelajari bisnis.

Komponen Bisnis Plan

Rencana bisnis adalah dokumen formal yang menguraikan tujuan strategis dan operasional suatu bisnis baru, yang dibuat oleh seorang wirausaha sebelum pendiriannya. Hal ini mencakup strategi untuk arah bisnis masa depan, alokasi sumber daya, dan perkiraan peluang potensial, yang dituangkan dalam Perencanaan Bisnis Pariwisata oleh Aniesa Samira Bafadhal.

Komponen utama dokumen rencana bisnis seperti yang disajikan dalam Buku Kerja Rencana Bisnis Menggunakan Word 2007 oleh Jubilee Enterprise adalah:

1. *Executive Summary (Ringkasan Perusahaan)*, Bagian ini dimaksudkan untuk memberikan informasi ringkas mengenai organisasi, mencakup demografi target, penawaran produk, perkiraan keuangan, dan solusi terhadap tantangan yang teridentifikasi.
2. *Deskripsi Perusahaan*, Bagian ini dirancang untuk menggambarkan identitas organisasi, visi strategis, dan misi inti perusahaan, selain memberikan gambaran singkat tentang lintasan sejarahnya, menelusuri evolusi bisnis dari awal berdirinya hingga saat ini.
3. *Konsep Usaha dan Peluangnya*, Bagian ini memberikan gambaran umum tentang produk atau layanan yang ditawarkan, menyoroti fitur unik dan keunggulannya dibandingkan pesaing di pasar. Ini juga membahas peluang bisnis yang memotivasi pengembangan atau produksi produk atau layanan.
4. *Analisis Aspek Pasar*, Bagian ini memerlukan analisis mendalam terhadap kondisi pasar yang berlaku sehubungan dengan dinamika penawaran dan permintaan barang atau jasa, identifikasi pasar sasaran, dan evaluasi pesaing dan lanskap persaingan.
5. *Rencana dan Strategi Pemasaran*, Bagian ini menguraikan pendekatan strategis dan metode promosi yang akan digunakan untuk melibatkan pelanggan dan mendorong kesadaran akan produk atau layanan yang ditawarkan.

6. *Organisasi dan Manajemen*, Bagian ini memberikan analisis komprehensif tentang hierarki organisasi perusahaan, termasuk informasi tentang pendiri, dewan direksi, dan total jumlah tenaga kerja.
7. *Finansial*, Pengusaha diharuskan untuk memberikan proyeksi keuangan masa depan untuk perusahaannya, yang mencakup laporan laba rugi, laporan arus kas, dan neraca untuk tahun-tahun mendatang, berdasarkan asumsi yang masuk akal.
8. *Operasi dan produksi*, Bagian ini memungkinkan dilakukannya pemeriksaan terhadap infrastruktur yang mendasari penyampaian produk atau layanan yang disediakan.

METODE PENELITIAN

1. Jenis penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang berpusat pada pengumpulan dan analisis data deskriptif dan interpretatif secara menyeluruh.

2. Sumber data

Penelitian yang dimaksud menggunakan sumber data primer, yaitu data yang dikumpulkan langsung dari sumber utama, subjek penelitian, atau individu yang diteliti. Selain itu, juga disertakan sumber data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari sumber eksternal seperti database online, artikel terbitan, dan jurnal akademik.

3. Pengumpulan data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini melibatkan observasi sistematis dan dokumentasi gejala-gejala yang ditunjukkan oleh subjek yang diselidiki.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bisnis plan pada mie gacoan

Bisnis plan untuk usaha Mie Gacoan adalah sebuah dokumen yang berisi rancangan operasional bisnis secara keseluruhan. Dokumen ini berisi informasi tentang strategi pemasaran, penjualan, keuangan, dan lain-lain yang terkait dengan bisnis Mie Gacoan. Tujuan dari rencana bisnis ini adalah untuk memberikan gambaran komprehensif mengenai usaha Mie Gacoan, memfasilitasi pengambilan keputusan dan meningkatkan kinerja bisnis secara keseluruhan.

Dalam bisnis plan mie gacoan. Ada beberapa yang harus di perhatikan diantaranya:

1. *Analisis pasar*, Sangat penting bagi Mie Gacoan untuk memahami permintaan pelanggan dan lanskap persaingan bisnis. Pengetahuan ini akan membantu dalam mengidentifikasi pendekatan pemasaran yang tepat dan peningkatan keunggulan layanan.
2. *Strategi pemasaran*, Penting bagi Mie Gacoan untuk merancang strategi pemasaran yang kuat untuk meningkatkan penjualan dan meningkatkan pengenalan merek. Strategi ini dapat mencakup berbagai taktik seperti inisiatif pemasaran online dan offline.
3. *Kualitas pelayanan*, Guna meningkatkan kepuasan pelanggan, Mie Gacoan harus mengedepankan kualitas pelayanan dengan memastikan penyediaan produk yang higienis dan berkualitas tinggi, serta terus berupaya meningkatkan standar pelayanan secara keseluruhan.
4. *Keuangan*, Sangat penting bagi Mie Gacoan untuk mengembangkan strategi keuangan yang komprehensif agar dapat secara efektif mengawasi pengeluaran operasional dan meningkatkan pendapatan. Hal ini dapat dicapai melalui perumusan anggaran yang cermat dan pemantauan pengeluaran yang konsisten.
5. *Manajemen risiko*, Agar dapat secara efektif menavigasi beragam tantangan lingkungan bisnis, Mie Gacoan harus menerapkan strategi manajemen risiko yang kuat. Hal ini memerlukan pengembangan rencana darurat terhadap potensi bencana dan pemantauan risiko yang muncul secara cermat. Lebih jauh lagi, dalam

pendekatan bisnisnya, Mie Gacoan mengedepankan harga yang kompetitif dan keragaman produk untuk menarik konsumen. Strategi branding Mie Gacoan melibatkan pemilihan logo, nama, dan lokasi yang cermat dan selaras dengan preferensi target pasar mereka. Terakhir, penyediaan fasilitas seperti WiFi, stopkontak, dan musik kontemporer memenuhi kebutuhan dan preferensi klien mereka.

Mie gacoan melakukan kolaborasi dengan selebriti dan influencer di media sosial utnuk meningkatkan visibilitas dan memperluas jangkauan pasar. Mie gacoanterus mengembangkanusaha dengan inovasi menu, pemasaran yang efektif, dan pelayanan pelanggan yang unggul.

Analisis Faktor Internal dan Eksternal Pada Usaha Mie Gacoan

Usaha mie gacoan dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Faktor internal, seperti kekuatan dan kelemahan, berkaitan dengan elemen dalam organisasi yang memengaruhi keputusan dan kinerja bisnis. Di sisi lain, faktor eksternal, seperti peluang dan ancaman, mengacu pada elemen eksternal yang mempengaruhi kinerja dan keputusan bisnis.

Berikut adalah faktor internal dan eksternal pada usaha Mie Gacoan:

Faktor Internal

Kekuatan (Strengths)

- Brand Mie Gacoan sudah viral dan menarik perhatian penggemar kuliner.
- Banyak investor tertarik untuk franchise di berbagai kota di Indonesia.
- Varian menu dengan level kepedasan berbeda dapat menampung berbagai lapisan usia.
- Pangsa pasar yang sudah cukup luas.

Kelemahana (Weakness)

- Sertifikat halal yang masih jadi pertanyaan para customer.
- Persaingan kuliner franchise banyak yang bermunculan.
- Parkiran yang selalu penuh pengunjung.
- Antrian yang sangat panjang saat memesan mie gacoan.

Tabel faktor internal:

Faktor Internal			
S1	Brand Mie Gacoan sudah viral dan menarik perhatian penggemar kuliner	W1	Sertifikat halal yang masih jadi pertanyaan para customer
S2	Banyak investor tertarik untuk franchise di berbagai kota di Indonesia	W2	Persaingan kuliner franchise banyak yang bermunculan
S3	Varian menu dengan level kepedasan berbeda dapat menampung berbagai lapisan usia	W3	Parkiran yang selalu penuh pengunjung
S4	Pangsa pasar yang sudah cukup luas	W4	Antrian yang sangat panjang saat memesan mie gacoan

Faktor Eksternal

Peluang (Opportunities)

- Dengan viralnya merk mie gacoan dapat dengan mudah memperkenalkan produk unggulan baru.
- Selain dine-in dan pembelian online, memiliki peluang untuk jualan produk beku siap masak.
- Mie gacoan sendiri sudah cukup terkenal dan memiliki pelanggan setia dimana saja, sehingga dapat membuka cabang baru untuk menambah konsumen.
- Mengadakan promo baik secara online maupun offline untuk menarik para pelanggan.

Ancaman (Threats)

- Mudahnya jenis produk untuk ditiru.
- Ketahanan produk kurang lama sehingga dapat mengubah rasa.
- Pelayanan yang cukup lama karena banyaknya pembeli yang memesan mie gacoan.
- Menu mie, selain menjadi keunggulan juga ,menjadikan sebagai keterbatasan.

Tabel faktor eksternal:

Faktor Eksternal			
P1	Dengan viralnya merk mie gacoan dapat dengan mudah memperkenalkan produk unggulan baru	T1	Mudahnya jenis produk untuk ditiru
P2	Selain dine-in dan pembelian online, memiliki peluang untuk jualan produk beku siap masak	T2	Ketahanan produk kurang lama sehingga dapat mengubah rasa
P3	Mie gacoan sendiri sudah cukup terkenal dan memiliki pelanggan setia dimana saja, sehingga dapat membuka cabang baru untuk menambah konsumen	T3	Pelayanan yang cukup lama karena banyaknya pembeli yang memesan mie gacoan
P4	Mengadakan promo baik secara online maupun offline untuk menarik para pelanggan	T4	Menu mie, selain menjadi keunggulan juga ,menjadikan sebagai keterbatasan

Aspek-Aspek Studi Kelayakan Pada Usaha Bisnis Mie Gacoan

Aspek studi kelayakan suatu usaha merupakan suatu analisis yang dilakukan untuk menentukan suatu proyek bisnis yang belum dapat dilaksanakan. Studi kelayakan untuk bisnis Mie Gacoan Anda akan mencakup:

- a. *Aspek Hukum*, Analisis kelayakan usaha mie gacoan berpusat pada penilaian keakuratan, kecukupan, dan legitimasi dokumentasi yang dimiliki oleh perusahaan. Pemeriksaan hukum ini bertujuan untuk memverifikasi keaslian dokumen dan memastikan kepatuhan bisnis mie gacoan terhadap peraturan terkait. Verifikasi keabsahan dokumen dapat dilakukan oleh instansi yang berwenang yang bertanggung jawab menerbitkan dan mengesahkan dokumen yang berkaitan dengan usaha mie gacoan.
- b. *Aspek pasar dan pemasaran*, Studi kelayakan Mie Gacoan menekankan pentingnya aspek pasar dan pemasaran dalam menentukan keberhasilan usaha. Analisis pasar dan pemasaran sangat penting dalam memahami potensi pasar dan merancang strategi yang efektif untuk menghasilkan produk yang dapat diterima konsumen sehingga menghasilkan penjualan yang menguntungkan. Dalam konteks bisnis Mie Gacoan, analisis pasar dan pemasaran membantu dalam mengevaluasi kelayakan ide bisnis dan daya saingnya di pasar. Analisis pasar mencakup faktor-faktor seperti penawaran dan permintaan, analisis SWOT, evaluasi kekuatan dan kelemahan, serta penilaian peluang dan ancaman. Hal ini membantu Perusahaan Mie Gacoan dalam memahami preferensi dan kebutuhan konsumen, memungkinkan pengembangan strategi untuk meningkatkan penjualan dan memerangi persaingan. Di sisi lain, analisis pemasaran mempertimbangkan antara lain strategi pemasaran yang digunakan, identifikasi pasar sasaran, taktik komunikasi konsumen. Hal ini memastikan Perusahaan Mie Gacoan dapat meningkatkan visibilitas dan reputasi produknya di pasar sekaligus menumbuhkan loyalitas pelanggan.
- c. *Aspek Manajemen SDM*, Peran manajemen sumber daya manusia dalam studi kelayakan bisnis Mie Gacoan sangat menentukan keberhasilannya. Manajemen sumber daya manusia memerlukan manajemen personel yang efektif dan efisien untuk meningkatkan kualitas layanan dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Dalam kerangka bisnis Mie Gacoan, manajemen sumber daya manusia memegang peranan penting dalam mengevaluasi kelayakan suatu ide bisnis dan daya saingnya di pasar. Analisis ini melibatkan penilaian kekuatan dan kelemahan, mengidentifikasi peluang dan ancaman, dan merancang strategi untuk meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan.
- d. *Aspek Teknik dan operasional*, Pemilihan lokasi Mie Gacoan dipilih secara strategis karena dekat dengan pusat kota, universitas, dan sekolah. Kedai Mie Gacoan disusun menjadi tiga area berbeda: dapur, ruang makan, dan tempat parkir. Mie Gacoan secara efektif mengelola inventarisnya dengan mengelompokkan bahan mentah menjadi barang yang mudah rusak dan tidak mudah rusak, dengan barang yang mudah rusak seperti sayuran disimpan secara terpisah. Selain itu, kios ini juga membeli bahan baku yang tahan lama dalam jumlah besar untuk menjamin harga yang kompetitif dibandingkan dengan membeli dari gerai ritel.
- e. *Aspek Manajemen dan operasional*, Keberhasilan suatu usaha dalam studi kelayakan Mie Gacoan sangat dipengaruhi oleh komponen manajemen dan operasionalnya. Penilaian kelayakan administratif dan operasional dilakukan untuk mengetahui bagaimana perusahaan dapat berfungsi secara optimal untuk memenuhi permintaan pelanggan. Analisis ini melibatkan evaluasi kekuatan dan kelemahan bisnis, mengidentifikasi peluang dan ancaman, dan merancang strategi untuk meningkatkan efisiensi operasional dan kualitas produk. Melalui proses ini, Perusahaan Mie Gacoan dapat meningkatkan efektivitas operasional, meningkatkan standar produk, dan pada akhirnya meningkatkan kepuasan pelanggan.
- f. *Aspek Keuangan*, Komponen keuangan dari studi kelayakan Mie Gacoan melibatkan pemeriksaan rinci atas biaya dan keuntungan yang terkait dengan menjalankan usaha mie yang sudah mapan. Pemeriksaan ini mencakup penilaian menyeluruh terhadap berbagai biaya seperti yang berkaitan dengan bahan baku, tenaga kerja,

dan operasi, serta pencatatan keuntungan yang dihasilkan seperti pendapatan, laba, dan bonus. Oleh karena itu, metrik keuangan terkait seperti rasio biaya terhadap pendapatan, rasio laba atas investasi, dan margin keuntungan dapat dihitung untuk mengevaluasi kelangsungan usaha Mie Gacoan.

- g. *Aspek Ekonomi dan Sosial.* Pertimbangan ekonomi dan sosial dalam studi kelayakan bisnis mie gacoan mencakup faktor-faktor seperti harga yang kompetitif, penawaran menu yang beragam, desain outlet yang menarik, penggunaan media sosial yang strategis, layanan pengiriman yang efisien, kualitas produk yang tinggi, dan komitmen terhadap keberlanjutan dan tanggung jawab sosial. . Misalnya, menawarkan harga yang terjangkau memungkinkan Mie Gacoan melayani segmen pasar yang lebih luas, khususnya kaum muda dengan anggaran terbatas, sehingga meningkatkan visibilitas merek. Pengenalan variasi menu unik seperti Mie Jas, Mie Honpimpa, dan Mie Gacoan membantu menarik pelanggan dan mendorong penjualan. Selain itu, desain gerai Mie Gacoan yang modern dan menarik memfasilitasi aksesibilitas yang mudah dan meningkatkan pengalaman pelanggan. Memanfaatkan platform media sosial secara efektif, Mie Gacoan melibatkan pelanggan melalui konten dan promosi yang menarik, sehingga mendorong kesadaran merek. Menyediakan layanan pengiriman yang nyaman melalui platform online populer seperti GoFood dan GrabFood semakin memperluas jangkauan pelanggan dan meningkatkan potensi penjualan. Menekankan kualitas produk dengan beragam rasa dan penawaran unik juga berkontribusi terhadap pertumbuhan penjualan dan pengenalan merek. Selain itu, komitmen Mie Gacoan terhadap keberlanjutan dan tanggung jawab sosial, yang ditunjukkan melalui perolehan sertifikasi Halal dari MUI, tidak hanya memperluas daya tarik pasar tetapi juga menumbuhkan citra merek yang positif dan membuka peluang bisnis baru.
- h. *Aspek Risiko Bisnis,* Aspek risiko bisnis ini mencakup berbagai kategori, termasuk risiko pasar keuangan, pasar operasional, sumber daya, dan peraturan. Risiko keuangan berkaitan dengan faktor-faktor seperti biaya operasional yang tinggi, biaya bahan baku yang berfluktuasi, dan biaya tenaga kerja yang tidak dapat diprediksi, yang dapat berdampak negatif terhadap stabilitas keuangan perusahaan dan mengakibatkan kerugian. Risiko pasar melibatkan perubahan preferensi konsumen, perkembangan tren makanan, dan persaingan yang ketat dari pesaing, yang berpotensi mempengaruhi penjualan dan keuntungan perusahaan. Risiko operasional memiliki tantangan seperti keterlambatan pengadaan bahan baku, pengiriman produk, dan adaptasi pasar, yang dapat berdampak pada kualitas produk dan kepuasan pelanggan. Risiko sumber daya melibatkan kendala sumber daya manusia, alam, dan teknologi, yang memengaruhi kualitas produk dan efisiensi operasional. Risiko regulasi mencakup perubahan peraturan, undang-undang, dan kebijakan pemerintah yang tidak terduga, yang menimbulkan risiko keuangan dan potensi kerugian bagi perusahaan.

Strategi pemasaran pada usaha bisnis mie gacoan

Strategi pemasaran usaha mie gacoan yang membuat usaha ini menjadi populer di kalangan masyarakat sekitar. Di antaranya yaitu:

a. Penggunaan media sosial secara efektif

Mie Gacoan memanfaatkan media sosial untuk meningkatkan kesadaran merek dan menarik pelanggan. Dengan memposting konten yang menarik, seperti foto dan video yang menampilkan menu mereka, mereka berhasil menciptakan buzz di kalangan pengguna media sosial.

Strategi ini tidak hanya meningkatkan visibilitas online mereka, tetapi juga mendorong interaksi pelanggan melalui komentar dan ulasan. Mereka juga

menggunakan media sosial untuk mengumumkan promo dan event khusus, yang sering menarik pelanggan untuk berkunjung.

Keterlibatan pelanggan melalui media sosial merupakan kunci. Mie Gacoan mengadakan kontes atau tantangan dengan hadiah untuk pelanggan yang berpartisipasi. Hal yang mereka lakukan ini tidak hanya memperkuat hubungan dengan pelanggan tetapi juga mendorong word of mouth, yang sangat efektif dalam industri kuliner. Dengan memanfaatkan influencer atau food blogger, Mie Gacoan memiliki kemampuan untuk memperluas jangkauannya ke demografi yang lebih luas dan meningkatkan reputasi mereknya.

Penerapan Strategi Bisnis dan Marketing Mie Gacoan.

- Konten Menarik:
 - Foto dan video yang menggugah selera dengan fokus pada rasa, tekstur, dan variasi menu.
 - Testimoni pelanggan yang positif dan influencer untuk meningkatkan kredibilitas.
 - Konten interaktif seperti kuis dan polling untuk meningkatkan engagement.
 - Meme dan GIF yang lucu dan relatable untuk menarik target pasar milenial.
- Keterlibatan Pelanggan:
 - Menjawab komentar dan pesan dengan cepat dan ramah
 - Mengadakan kontes dan challenge dengan hadiah menarik
 - Membangun komunitas online di media sosial untuk menjalin hubungan dengan pelanggan
 - Memanfaatkan fitur live streaming untuk berinteraksi dengan pelanggan secara real-time
- Influencer Marketing:
 - Terlibat dalam kemitraan dengan influencer dan vlogger makanan yang melayani demografi spesifik dari target audiens bisnis.
 - Membuat konten kolaborasi yang menarik dan informatif, seperti makan mie yang viral

b. Inovasi produk dan diversifikasi menu

Mie Gacoan terkenal karena mereka terus berinovasi dengan beragam menu menawarkan berbagai varian menu dan rasa yang tidak hanya lezat, tetapi juga unik. Dengan melakukan ini, mereka berhasil menarik berbagai segmen pasar, dari pecinta makanan pedas hingga mereka yang lebih suka pilihan makanan yang lebih ringan. Inovasi produk ini memastikan bahwa pelanggan memiliki alasan untuk kembali, selalu ada sesuatu yang baru untuk dicoba.

Diversifikasi menu juga mencakup pilihan untuk berbagai kebutuhan diet, seperti opsi vegetarian atau menu rendah kalori. Ini memperluas jangkauan pelanggan Mie Gacoan ke demografi yang lebih luas, termasuk mereka yang mungkin memiliki keterbatasan diet tertentu.

Penerapan Strategi Bisnis dan Marketing Mie Gacoan

- Penelitian dan Pengembangan:
 - Melakukan riset pasar untuk memahami preferensi dan tren kuliner terbaru.
 - Bekerja sama dengan chef dan ahli gizi untuk mengembangkan menu yang inovatif dan lezat.
 - Mencoba resep dan bahan baru untuk menciptakan rasa yang unik dan khas.
- Variasi Menu:

- Menawarkan berbagai tingkat kepedasan untuk mengakomodasi selera yang berbeda.
- Menyediakan menu non-pedas dan vegetarian untuk menjangkau lebih banyak pelanggan.
- Menambahkan menu baru secara berkala untuk menjaga kesegaran dan menarik minat pelanggan.
- Menu Musiman dan Terbatas Waktu:
- Menawarkan menu yang unik dan spesial yang sesuai dengan musim atau acara tertentu.
- Menciptakan rasa urgensi dan mendorong pelanggan untuk mencoba menu baru sebelum kehabisan.
- Memberikan nilai tambah dan pengalaman unik bagi pelanggan.

c. Lokasi strategis dan ekspansi cerdas

strategi lokasi yang sesuai dengan target pasar setiap outlet adalah kunci sukses dan terkenal Mie Gacoan. Dengan mendirikan cabang-cabang baru di daerah-daerah yang ditandai dengan tingginya volume lalu lintas pejalan kaki, seperti dekat universitas, area perkantoran, dan pusat perbelanjaan, mereka memastikan visibilitas maksimal dan akses mudah bagi pelanggan potensial. Lokasi-lokasi ini juga menargetkan demografi yang lebih luas, termasuk mahasiswa, pekerja kantoran, dan keluarga.

Ekspansi gerai Mie Gacoan yang cerdas juga melibatkan analisis pasar dan penyesuaian strategi berdasarkan feedback pelanggan dan tren pasar.

Penerapan Strategi Bisnis dan Marketing Mie Gacoan

- Analisis Pasar:

- Identifikasi wilayah dengan target demografi yang besar dan aksesibilitas yang nyaman.
- Mempertimbangkan faktor seperti kepadatan penduduk, tingkat pendapatan, dan tren kuliner lokal.
- Pilih lokasi yang menawarkan visibilitas optimal dan aksesibilitas yang nyaman untuk lalu lintas kendaraan dan pejalan kaki.

- Ekspansi Bertahap:

- Mengembangkan pendekatan strategis untuk perluasan bertahap jaringan toko baru guna mempertahankan standar kualitas dan kontrol layanan yang tinggi.
- Sesuaikan strategi ekspansi berdasarkan masukan pelanggan dan tren pasar.
- Memanfaatkan data penjualan dan umpan balik pelanggan untuk meningkatkan perencanaan strategis dan pengambilan keputusan.

- Kemitraan:

- Bekerja sama dengan pengembang properti untuk mengakuisisi lokasi yang berlokasi strategis.
- Bermitra dengan merek lokal untuk meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas mie ke berbagai segmen masyarakat.

d. Promosi dan penawaran khusus

Merek mie Mie Gacoan menggunakan taktik promosi dan insentif khusus untuk menarik dan mempertahankan pelanggan, seperti diskon, voucher, dan penawaran menu waktu terbatas. Pendekatan ini tidak hanya mendorong penjualan tetapi

juga menumbuhkan loyalitas pelanggan dengan meningkatkan pengalaman bersantap dengan mie pedas. Program loyalitas juga bisa menjadi cara efektif untuk mempertahankan pelanggan. Dengan memberikan poin atau hadiah untuk setiap kunjungan atau pembelian, pelanggan merasa dihargai dan lebih cenderung untuk kembali.

Penerapan Strategi Bisnis dan Marketing Mie Gacoan

- Diskon dan Voucher:
 - Menawarkan diskon (potongan harga) untuk pembelian pertama atau di hari-hari tertentu.
 - Memberikan voucher melalui media sosial, website, atau email.
 - Bekerja sama dengan platform e-commerce untuk menawarkan promo khusus.
- Program Loyalitas:
 - Memberikan poin atau hadiah untuk setiap pembelian.
 - Memberikan akses ke menu dan promo khusus bagi pelanggan setia.
 - Mengadakan event dan program penghargaan

KESIMPULAN

Penerapan bisnis plan pada usaha Mie Gacoan telah menunjukkan bagaimana perencanaan strategis yang matang dapat mendorong pertumbuhan dan keberhasilan dalam industri kuliner yang kompetitif. Mie Gacoan telah secara efektif memanfaatkan analisis pasar yang komprehensif untuk mendapatkan wawasan tentang permintaan dan kecenderungan pelanggan, guna merancang taktik pemasaran yang sukses. Dengan menekankan pada inovasi produk, diversifikasi menu, penggunaan media sosial, dan strategi promosi yang menarik, Mie Gacoan mampu menarik berbagai segmen pasar dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Selain itu, fokus pada kualitas produk dan pelayanan yang tinggi serta manajemen risiko yang efektif memungkinkan Mie Gacoan untuk mempertahankan reputasi dan kepuasan pelanggan. Ekspansi yang cerdas dan pemilihan lokasi yang strategis juga berkontribusi signifikan terhadap visibilitas dan pertumbuhan usaha. Kesimpulannya, pengembangan yang cermat dan pelaksanaan rencana bisnis yang menyeluruh dan efektif telah berperan penting dalam memungkinkan Mie Gacoan mencapai tujuannya dan mempertahankan keunggulannya sebagai pelopor dalam sektor makanan dan minuman di Indonesia. Studi ini menawarkan pelajaran berharga bagi calon wirausaha yang ingin mengadopsi taktik bisnis serupa di bidang kuliner.

DAFTAR PUSTAKA

- Advisor, I. F. (2020, february 14). *Perusahaan jasa konsultan keuangan, manajemen, bisnis, dan investasi*. Diambil kembali dari investaadvisor: [https://investaadvisor.com/apaitu-business-plan/#:~:text=Pengertian%20Business%20Plan%20Menurut%20Para%20Ahli&text=Megginson%20\(2000\)%20%E2%80%93%20Menurut%20Megginson,bagaimana%20cara%20mencapai%20tujuan%20bisnisnya.](https://investaadvisor.com/apaitu-business-plan/#:~:text=Pengertian%20Business%20Plan%20Menurut%20Para%20Ahli&text=Megginson%20(2000)%20%E2%80%93%20Menurut%20Megginson,bagaimana%20cara%20mencapai%20tujuan%20bisnisnya.)

- Hadijah, S. (2023, Februari 8). *Mie Gacoan: Sejarah, Menu, dan Cara Daftar Franchisanya*. Diambil kembali dari <https://www.cermati.com/artikel/mie-gacoan>
- Hendrik. (t.thn.). *Memahami Cara Membuat Business Plan*. Diambil kembali dari Gramedia Blog: <https://www.gramedia.com/literasi/cara-membuat-business-plan/>
- Kusuma, P. T. (2023, januari 02). *Business plan: pengertian, komponen, manfaat*. Diambil kembali dari detiedu: <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-6492653/business-plan-pengertian-komponen-dan-manfaatnya>
- Marcel, J. (2023, juni 08). *Apa itu bisnis?* Diambil kembali dari Stekom.ac. id: <https://stekom.ac.id/artikel/apa-itu-bisnis>
- Mie Gacoan. (t.thn.). Diambil kembali dari <https://miegacoan.com>
- OCBC NISP. (2023, Agustus 11). *Business Plan: Jenis, Manfaat, dan Cara Membuatnya*. Diambil kembali dari OCBC: <https://www.ocbc.id/id/article/2021/12/15/business-plan-adalah>
- Pratama, B. (2023, maret 11). *ANALISIS FAKTOR INTERNAL, EKSTERNAL, MATRIX SWOT, DAN DIAGRAM CARTESIUS SWOT PADA UMKM MIE GACOAN*. Diambil kembali dari Medium.com: <https://medium.com/@bayujunior0902/analisis-faktor-internal-eksternal-matrix-swot-dan-diagram-cartesius-swot-pada-umkm-mie-gacoan-4cbd2fd2b45e>
- SAB. (2024, February 28). *Strategi Bisnis Mie Gacoan, Bongkar 7 Strategi Pemasaran Mienya*. Diambil kembali dari <https://www.sab.id/strategi-bisnis-mie-gacoan-bongkar-strategi-pemasaran/>
- satian, M. (2023, januari 20). *kepuasan pelanggan menjadi peran dalam usaha mie gacoan*. Diambil kembali dari kompasiana: <https://www.kompasiana.com/meilinasatian/63ca551d2d107e73773576e2/kepuasan-pelanggan-menjadi-peran-dalam-usaha-mie-gacoan>
- Sitanggang, L. (2022). *STUDI KELAYAKAN BISNIS MIE GC*.
- Wahyuni, D. (t.thn.). *Studi Kelayakan Bisnis Mie Gacoan*. 28 .