

ANALISIS KELAYAKAN BISNIS PEMBUKAAN CABANG UMKM MIE BRONEO DI CITRA RAYA, PANONGAN, BANTEN

Kent Audrey

Universitas Pradita

kent.audrey@student.pradita.ac.id

Elva Herlim

Universitas Pradita

elva.herlim@student.pradita.ac.id

Kevin

Universitas Pradita

kevin.1@student.pradita.ac.id

Vincent Alfredo Nathaniel

Universitas Pradita

vincent.alfredo@student.pradita.ac.id

Budi Setiawan

Universitas Pradita

budi.setiawan@pradita.ac.id

Abstract

This study evaluates the feasibility of establishing a new branch of the Mie BroNeo MSME, a Kalimantan-style chicken noodle business, in the Citra Raya area of Panongan District, Tangerang Regency. Feasibility was assessed across ten aspects: legal, management and human resources, market and marketing, technical, consumer behavior, financial, economic-social-political, technology and environment, industry, and risk anticipation. Data were obtained through field observations, interviews, documentation, and literature review. The results highlight a highly promising market, supported by an estimated 104,000 potential consumers and a strong preference for fast-food products. The distinct Kalimantan flavor provides a competitive edge over similar culinary businesses in the region. Financial projections further reinforce business viability, demonstrated by an NPV of IDR 230,620,522, an IRR of 184.90%, a PI of 8.69, a Payback Period of 0.55 years, an ROI of 200.18%, and a BEP of 3,304 portions per year. Other aspects—including legality, technical production readiness, consumer acceptance, and socio-environmental considerations—also meet feasibility criteria. Overall, the findings confirm that opening a new Mie BroNeo branch is highly feasible and holds strong potential for sustainable development in the Citra Raya culinary market.

Keywords: business feasibility study, culinary business, MSMEs, consumer behavior, Mie BroNeo.

Abstrak

Studi ini menilai kelayakan pendirian cabang baru UMKM Mie BroNeo sebagai bisnis mi ayam khas Kalimantan di kawasan Citra Raya, Kecamatan Panongan, Kabupaten Tangerang. Penilaian dilakukan berdasarkan sepuluh aspek kelayakan, yaitu hukum, manajemen dan sumber daya manusia, pasar dan pemasaran, teknis, perilaku konsumen, finansial, ekonomi–sosial–politik, teknologi dan lingkungan, industri, serta antisipasi risiko. Data diperoleh melalui observasi lapangan, wawancara, dokumentasi, dan studi literatur. Hasil penelitian menunjukkan potensi pasar yang sangat menjanjikan dengan estimasi lebih dari 104.000 penduduk dan tingginya konsumsi produk fast-food. Keunikan cita rasa khas Kalimantan menjadi keunggulan kompetitif dibandingkan bisnis mi ayam lain di kawasan Citra Raya. Proyeksi finansial turut memperkuat kelayakan usaha dengan NPV sebesar Rp230.620.522, IRR 184,90%, PI 8,69, Payback Period 0,55 tahun, ROI 200,18%, dan BEP 3.304 porsi per tahun. Aspek legalitas, kesiapan teknis produksi, penerimaan konsumen, serta dampak sosial dan lingkungan juga dinilai layak. Secara keseluruhan, hasil penelitian menegaskan bahwa pendirian cabang baru Mie BroNeo sangat layak dan berpotensi berkembang sebagai bisnis kuliner berkelanjutan di kawasan Citra Raya.

Kata Kunci : studi kelayakan bisnis, kuliner, UMKM, perilaku konsumen, Mie BroNeo.

PENDAHULUAN

Industri kuliner merupakan salah satu pilar ekonomi kreatif yang menunjukkan pertumbuhan sangat signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Perkembangan sektor ini tidak hanya berkaitan dengan aktivitas penyajian makanan dan minuman, tetapi juga mencerminkan perpaduan kreativitas, estetika, nilai tradisi, dan kearifan lokal yang melekat dalam setiap hidangan. Unsur budaya dan inovasi tersebut berfungsi meningkatkan daya tarik produk sekaligus menciptakan pengalaman konsumsi yang berkesan bagi pelanggan. Auliya dan Mona (2020) menegaskan bahwa cita rasa dan keindahan penyajian berpengaruh langsung terhadap tingkat kepuasan serta loyalitas konsumen, menjadikan aspek sensorik dan visual sebagai indikator kualitas yang tidak dapat diabaikan.

Transformasi pola konsumsi masyarakat modern turut memperkuat dinamika pertumbuhan industri kuliner. Mobilitas masyarakat yang semakin tinggi, intensitas kerja yang padat, serta preferensi terhadap makanan cepat saji berdampak pada meningkatnya kebutuhan akan kuliner yang praktis, higienis, dan mudah diakses. Kondisi ini membuka peluang besar bagi pelaku usaha untuk menciptakan inovasi produk dan layanan kuliner yang relevan dengan kebutuhan konsumen perkotaan. Dalam konteks tersebut, UMKM memainkan peran strategis karena memiliki fleksibilitas tinggi dalam beradaptasi dengan perubahan pasar. Aliyah (2022) menjelaskan bahwa UMKM merupakan unit usaha dengan batasan modal serta omzet tertentu, namun tetap memiliki daya saing melalui kreativitas, inovasi, dan keunikan produk. Hal ini

menjadikan UMKM sebagai salah satu kekuatan ekonomi nasional yang mampu bertahan bahkan dalam situasi pasar yang fluktuatif.

Kemajuan teknologi digital menjadi faktor akseleratif penting dalam perkembangan UMKM kuliner. Layanan pesan antar online seperti GoFood, GrabFood, dan ShopeeFood menciptakan ekosistem pemasaran baru yang memungkinkan produk kuliner menjangkau konsumen lebih luas tanpa bergantung pada lokasi fisik usaha. Strategi visibilitas produk kini dapat dioptimalkan melalui katalog digital, sistem rating pelanggan, promosi algoritmik, dan kampanye media sosial. Jubaidi dan Kartini (2025) membuktikan bahwa platform food delivery meningkatkan efisiensi pemasaran UMKM dan memperluas jangkauan konsumen secara signifikan. Integrasi digital yang sejalan dengan perubahan gaya hidup masyarakat turut menguatkan posisi kuliner sebagai subsektor ekonomi kreatif paling berdaya saing. Syafitri dan Nisa (2024) bahkan mengidentifikasi kuliner sebagai subsektor ekonomi kreatif dengan tingkat pertumbuhan paling stabil selama sepuluh tahun terakhir.

Dalam konteks perkembangan tersebut, Mie BroNeo sebagai pelaku UMKM kuliner khas Kalimantan melakukan ekspansi usaha dari Singkawang menuju kawasan Citra Raya, Tangerang. Keputusan ini berlandaskan pada meningkatnya permintaan masyarakat terhadap makanan cepat saji dengan cita rasa autentik dan diferensiatif. Citra Raya dipandang sebagai lokasi prospektif karena memiliki jumlah penduduk tinggi, pertumbuhan ekonomi stabil, dan kultur konsumsi kuliner yang kuat, terutama melalui layanan pesan antar digital. Risnanti et al. (2023) menemukan bahwa layanan makanan berbasis aplikasi merupakan pilihan utama bagi masyarakat Indonesia, khususnya kalangan pelajar dan mahasiswa yang responsif terhadap tren kuliner baru. Kondisi ini diperkuat oleh hasil penelitian Amin dan Sulaiman (2025) yang menyatakan bahwa preferensi konsumen terhadap makanan cepat saji meningkat seiring tingginya mobilitas dan aktivitas masyarakat perkotaan.

Mie BroNeo memiliki identitas produk yang kuat melalui sajian mie ayam khas Kalimantan yang memadukan rempah autentik, minyak ayam buatan sendiri, dan kuah bening gurih yang menjadi karakter rasa utama. Keunikan ini membedakannya dari mie ayam konvensional yang umum dijumpai di kota-kota besar. Selain itu, meningkatnya mobilitas penduduk antar daerah serta peran media sosial dalam memperkenalkan kuliner khas memperbesar peluang Mie BroNeo untuk diterima oleh pasar baru. Rohma (2024) menyatakan bahwa media sosial berpengaruh besar dalam memperluas penyebaran kuliner tradisional sekaligus membentuk preferensi konsumsi masyarakat urban melalui konten visual, ulasan, dan promosi berbasis tren. Dengan identitas rasa yang kuat dan karakter pasar seperti Citra Raya, peluang keberhasilan ekspansi bisnis Mie BroNeo semakin menjanjikan.

Meskipun potensi pasar terlihat besar, keputusan ekspansi bisnis tidak dapat hanya mengandalkan tren konsumsi dan keunikan produk. Analisis mendalam melalui studi kelayakan usaha menjadi prasyarat penting untuk memitigasi risiko bisnis dan

memastikan keberlanjutan usaha dalam jangka panjang. Evaluasi kelayakan mencakup aspek legalitas, manajemen, pemasaran, teknis produksi, perilaku konsumen, hingga proyeksi finansial. Studi kelayakan juga diperlukan untuk memahami tingkat kompetisi, pola permintaan konsumen, dan struktur biaya operasional agar pelaku usaha mampu merancang strategi bisnis yang tepat dan kompetitif.

Berdasarkan urgensi tersebut, penelitian ini disusun untuk menilai tingkat kelayakan bisnis Mie BroNeo cabang Citra Raya dan merumuskan strategi pengembangan yang efektif dan berkelanjutan. Rumusan masalah meliputi penilaian kelayakan usaha berdasarkan aspek legalitas, manajemen, pemasaran, operasional, preferensi konsumen, dan finansial; strategi kompetitif yang perlu diterapkan dalam lingkungan persaingan kuliner di Citra Raya; serta pengaruh preferensi konsumen terhadap potensi keberhasilan usaha. Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat praktis bagi pelaku usaha dalam pengambilan keputusan strategis berbasis data serta manfaat akademik dalam memperkaya kajian ilmiah mengenai pengembangan UMKM kuliner di Indonesia pada era digital.

METODE PENELITIAN

Metodologi penelitian ini menggunakan metode deskriptif analisis dengan mengombinasikan pendekatan kualitatif dan kuantitatif untuk memperoleh gambaran yang komprehensif mengenai kelayakan usaha Mie BroNeo cabang Citra Raya. Penggunaan dua pendekatan ini bertujuan agar hasil penelitian tidak hanya menggambarkan kondisi faktual secara naratif, tetapi juga mampu memvalidasi temuan melalui analisis berbasis data numerik. Metode penelitian kualitatif memungkinkan peneliti melakukan penyelidikan mendalam terhadap objek penelitian secara menyeluruh melalui proses interpretasi data, pemahaman fenomena, dan peninjauan konteks aktual di lapangan (Herlim et al., 2025). Sementara itu, penelitian kuantitatif berorientasi pada angka dan menganalisis variabel secara sistematis menggunakan prosedur statistik untuk menghasilkan temuan baru yang objektif dan dapat diuji (Warumu et al., 2025).

Dalam penelitian ini, pendekatan kualitatif digunakan untuk menelaah aspek non-finansial yang berkaitan dengan kondisi internal dan eksternal usaha. Analisis dilakukan terhadap dokumen Proposal Studi Kelayakan Bisnis Mie BroNeo yang memuat informasi terkait legalitas usaha, struktur manajemen, kapabilitas sumber daya manusia, strategi pemasaran, segmentasi konsumen, analisis kompetitor, serta aspek teknis operasional. Teknik content analysis diterapkan untuk menafsirkan isi dokumen secara sistematis dengan cara mengidentifikasi, mengelompokkan, dan menghubungkan informasi yang ada dengan teori-teori pendukung dari literatur akademik. Pendekatan ini memungkinkan peneliti memeriksa kesesuaian konsep usaha dengan indikator keberhasilan UMKM kuliner dalam perspektif ilmiah dan industri.

Pendekatan kuantitatif diterapkan untuk menganalisis aspek finansial sebagai penentu utama kelayakan usaha. Analisis ini mencakup perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP), proyeksi penjualan, biaya tetap dan biaya variabel, keuntungan bersih, serta penentuan periode balik modal. Selain itu, indikator finansial utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah Net Present Value (NPV), yang dihitung menggunakan tingkat diskonto standar untuk menilai kelayakan investasi dalam periode lima tahun. Penggunaan NPV bertujuan memberikan estimasi realistik mengenai potensi keuntungan usaha berdasarkan nilai saat ini, dengan mempertimbangkan dinamika biaya, omzet, dan risiko bisnis. Semakin besar nilai NPV positif, semakin besar pula peluang keberhasilan ekspansi usaha secara finansial.

Data penelitian bersumber dari dokumen studi kelayakan internal dan data sekunder berupa literatur akademik, informasi demografis dan ekonomi wilayah Citra Raya–Panongan, serta publikasi terkait tren konsumsi masyarakat dan pertumbuhan sektor kuliner. Data sekunder ini diperlukan untuk memberikan konteks yang lebih luas terhadap hasil analisis dokumen, memastikan relevansi temuan, dan memperkuat validitas interpretasi. Secara keseluruhan, kombinasi pendekatan kualitatif dan kuantitatif melalui metode deskriptif analisis memungkinkan penelitian ini menghasilkan gambaran menyeluruh mengenai potensi pengembangan usaha Mie BroNeo. Analisis kualitatif memberikan pemahaman mengenai kekuatan, tantangan, peluang pasar, dan strategi pengembangan usaha, sementara analisis kuantitatif memastikan kelayakan finansial secara terukur. Dengan demikian, metodologi ini tidak hanya menilai kesiapan bisnis berdasarkan realitas operasional saat ini, tetapi juga menyajikan dasar yang kuat untuk perencanaan strategi ekspansi dan peningkatan daya saing usaha ke depan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis kelayakan usaha Mie BroNeo cabang Citra Raya dilakukan melalui penelaahan sistematis terhadap komponen strategis yang menentukan keberhasilan operasional maupun potensi pengembangannya. Kajian diarahkan untuk memperoleh gambaran menyeluruh mengenai kesiapan usaha melalui evaluasi aspek profil usaha, legalitas, manajemen, pasar dan pemasaran, teknikal, perilaku konsumen, finansial, ekonomi-sosial-politik-teknologi-lingkungan, industri, serta risiko bisnis. Pendekatan ini digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan internal, peluang pasar, tantangan operasional, dan kemungkinan hambatan, sehingga mampu menghasilkan keputusan bisnis berbasis data yang objektif.

Aspek Profil Usaha

Mie BroNeo merupakan usaha kuliner khas Kalimantan yang berdiri pada tahun 2018 di Singkawang Barat, didirikan oleh Ibu Bong Chai Ni. Diferensiasi rasa menjadi keunggulan utama usaha, terutama pada penggunaan rempah autentik, minyak ayam racikan sendiri, serta kuah bening tanpa pengawet yang membedakan Mie BroNeo dari

mie ayam tradisional bergaya Jawa. Ekspansi cabang direncanakan di kawasan Citra Raya Tangerang, Jalan Pertamina No. 83 Panongan, dengan konsep operasional berbasis efisiensi produksi dan pemasaran digital melalui GoFood, GrabFood, ShopeeFood, dan media sosial. Pemilihan lokasi didasarkan pada pertumbuhan penduduk yang tinggi, tingginya daya beli, serta reputasi Citra Raya sebagai kawasan kuliner berkembang.



Gambar 1. Logo UMKM Mie BroNeo

Identitas visual MBN menguatkan citra merek melalui warna coklat yang mencerminkan kehangatan dan keaslian, huruf kapital MBN yang meningkatkan ingatan merek, serta ilustrasi figur laki-laki yang menambah kedekatan emosional konsumen. Nilai utama usaha mencakup keaslian, kualitas, kebersihan, pelayanan prima, integritas, inovasi, dan pemberdayaan masyarakat. Visi usaha adalah menjadi pelopor kuliner mie ayam Kalimantan di Tangerang, sedangkan misinya berfokus pada penyajian bahan segar, layanan prima, pemanfaatan media digital, penciptaan lapangan kerja, dan inovasi menu. Pembukaan cabang bertujuan memperluas pasar, meningkatkan pendapatan usaha, serta memperoleh keuntungan minimal 30% dari omzet melalui strategi harga, promosi digital, dan distribusi berbasis layanan antar.

Aspek Legal

Legalitas menjadi fondasi yang memastikan usaha beroperasi secara sah dan kompetitif. Mie BroNeo telah memiliki NPWP sebagai identitas usaha dan bukti kepatuhan administratif awal. Selanjutnya, NIB akan diurus melalui sistem OSS setelah cabang beroperasi agar memperoleh status resmi sebagai pelaku UMKM. Pemilik usaha juga merencanakan pengurusan PIRT dan sertifikasi halal untuk meningkatkan kepercayaan konsumen dan memperluas target pasar. Selain itu, pendaftaran HKI untuk melindungi merek dagang akan dilakukan guna mencegah peniruan identitas usaha. Progres legalitas yang terstruktur mencerminkan kesiapan administratif dan mendukung keberlanjutan usaha jangka panjang.

Aspek Manajemen dan Sumber Daya Manusia

Manajemen diterapkan melalui sistem POAC yang mencakup perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan agar arah bisnis tetap efektif dan efisien. Hal ini sejalan dengan penelitian UMKM kuliner di Medan yang menunjukkan bahwa kualitas perencanaan dan struktur manajemen berpengaruh signifikan terhadap

stabilitas usaha (Putra & Sari, 2024). Perencanaan jangka pendek mencakup persiapan operasional awal, promosi digital, pengelolaan keuangan, serta evaluasi kinerja, sedangkan rencana jangka panjang mencakup inovasi menu, pengembangan SDM, pelengkapan legalitas, dan potensi ekspansi cabang selanjutnya.

Struktur organisasi sederhana terdiri dari pengelola cabang dan staf helper. Pengelola bertanggung jawab atas produksi, layanan, pencatatan penjualan, manajemen stok, dan promosi digital, sementara helper mendukung persiapan bahan, kebersihan, dan pelayanan. Operasional dilakukan setiap hari pukul 09.00–15.00 WIB dengan alur kerja mulai dari persiapan bahan hingga pencatatan penjualan. Pengawasan dilakukan secara harian melalui monitoring kualitas bahan, rasa, pelayanan, dan kebersihan, kemudian dilanjutkan evaluasi mingguan. Pembagian tugas yang jelas memperkuat efektivitas operasional dan sejalan dengan temuan penelitian UMKM di Jambi bahwa kompetensi SDM dan pembagian tugas berpengaruh langsung terhadap performa usaha (Dewi, 2022), serta penelitian di Bogor yang menegaskan bahwa pembinaan SDM dan evaluasi rutin meningkatkan kinerja usaha berkelanjutan (Nuraini et al., 2023). Oleh karena itu, aspek manajemen dan SDM dinilai layak dalam mendukung pembukaan cabang di Citra Raya.

Aspek Pasar dan Pemasaran

Citra Raya memiliki ±104.000 penduduk (Data Kecamatan Panongan, 2024), mayoritas usia 20–40 tahun dan berprofesi sebagai pekerja industri. Kelompok ini memiliki kebutuhan tinggi akan makanan cepat saji, higienis, dan terjangkau. Dengan target penjualan 40 porsi per hari dan harga rata-rata Rp18.000, potensi omzet mencapai Rp720.000 per hari atau Rp21.600.000 per bulan. Segmentasi pasar mencakup demografis (usia produktif), geografis (Citra Raya dan sekitarnya), psikografis (penyuka kuliner Nusantara), dan perilaku (pengguna aktif layanan pesan antar). Target pasar utama adalah pekerja dan mahasiswa, sedangkan target pendukung adalah keluarga muda dan pelanggan delivery online. Analisis persaingan menunjukkan keberadaan kompetitor seperti Mie Ayam & Bakso Semar Solo, Bakmi Djogo Roso, dan Restu Bundo. Namun, belum ada pesaing dengan diferensiasi mie Kalimantan sehingga Mie BroNeo memiliki positioning unik. Strategi pemasaran digital melalui Instagram, TikTok, WhatsApp Story, Google Maps, dan layanan delivery diproyeksikan mampu meningkatkan penjualan hingga 60 porsi per hari dalam enam bulan pertama. Oleh karena itu, aspek pasar dan pemasaran dikategorikan sangat layak untuk ekspansi usaha.

Aspek Teknikal

Lokasi usaha di Jalan Pertamina Panongan dipilih karena traffic masyarakat tinggi, dekat pemukiman padat, dan mudah dijangkau kurir. Layout operasional memisahkan dapur (pusat produksi) dan stand (pelayanan) untuk menjaga higienitas dan kecepatan layanan. Peralatan memasak standar UMKM, freezer, alat kebersihan, serta fasilitas parkir tersedia untuk mendukung kelancaran operasional. Kapasitas

produksi awal 40 porsi per hari dapat ditingkatkan menjadi 60 porsi berdasarkan permintaan pasar tanpa penambahan alat signifikan karena pasokan bahan stabil dari pemasok lokal. Dengan efisiensi layout, standar kebersihan terjaga, dan fasilitas memadai, aspek teknikal dinilai layak untuk operasional jangka panjang.

Aspek Perilaku Konsumen

Keputusan pembelian konsumen didorong rasa dan kualitas mie Kalimantan yang jarang tersedia di Tangerang, ditambah faktor kebersihan, keramahan layanan, dan konsistensi rasa. Tampilan logo, warna khas, dan promosi digital memperkuat persepsi merek. Konsep gerai terbuka dan transparansi proses memasak meningkatkan kepercayaan dan memicu pembelian impulsif. Fleksibilitas akses melalui layanan pesan antar juga memperluas pasar tanpa kunjungan langsung. Kesesuaian karakteristik produk dengan kebutuhan konsumen Citra Raya menjadikan aspek perilaku konsumen mendukung kelayakan usaha.

Aspek Finansial

Analisis finansial usaha Mie BroNeo berfokus pada kebutuhan investasi, struktur biaya, proyeksi pendapatan, dan indikator kelayakan untuk menilai profitabilitas dan risiko usaha. Investasi awal yang dibutuhkan untuk pembukaan cabang adalah Rp 30.000.000, mencakup peralatan dan fasilitas operasional. Biaya operasional tahunan tercatat Rp 38.000.000, termasuk gaji karyawan, sewa, utilitas, promosi, dan kebersihan. Perhitungan HPP menunjukkan biaya Rp 7.500 untuk porsi normal dan Rp 10.500 untuk porsi jumbo, sementara harga jual ditetapkan Rp 15.000 dan Rp 18.000 menggunakan pendekatan cost-plus, market-based, dan value-based pricing.

Dengan proyeksi penjualan 10.800 porsi per tahun, pendapatan tahunan mencapai Rp 178.200.000 dan menghasilkan arus kas bersih tahun pertama sebesar Rp 54.340.000. Arus kas diproyeksikan meningkat 5% setiap tahun mengikuti pertumbuhan permintaan. Evaluasi kelayakan finansial menghasilkan indikator yang sangat kuat: NPV sebesar Rp 230.620.522 ($\gg 0$), IRR 184,90% (\gg BI Rate 4,75%), serta PI 8,69, yang berarti setiap Rp 1 modal menghasilkan manfaat Rp 8,69. Payback Period hanya 0,55 tahun, yang menunjukkan modal kembali dalam waktu kurang dari tujuh bulan, jauh lebih cepat daripada rata-rata UMKM yang memerlukan 2–3 tahun untuk mencapai titik balik modal (Yuniar et al., 2022). Selain itu, BEP tercatat pada 3.304 porsi, jauh di bawah proyeksi penjualan, sehingga risiko kerugian relatif rendah.

Kinerja profitabilitas jangka panjang juga memperkuat kelayakan usaha dengan ROI sebesar 200,18% dan ARR 574,35%, mencerminkan pengembalian investasi yang sangat tinggi serta efisiensi modal yang kuat (Prasetyo, 2021). Secara komprehensif, seluruh indikator finansial mulai dari arus kas, NPV, IRR, PI, hingga ROI dan BEP membuktikan bahwa usaha Mie BroNeo memiliki potensi keuntungan besar, perputaran modal cepat, dan risiko rendah. Temuan ini memberikan dasar yang kuat bagi keberlanjutan usaha dan membuka peluang untuk ekspansi cabang di masa mendatang.

Aspek Ekonomi, Sosial, Politik, Teknologi, dan Lingkungan

Pertumbuhan ekonomi Panongan yang ditopang sektor industri meningkatkan daya beli masyarakat. Preferensi sosial terhadap makanan halal, higienis, dan praktis mendukung keberterimaan produk. Kebijakan politik mendukung UMKM melalui OSS, sertifikasi halal, dan pelatihan usaha. Kemajuan teknologi seperti layanan pesan antar, pembayaran QRIS, dan aplikasi pencatatan meningkatkan efisiensi operasional. Dampak lingkungan terkelola melalui pemilahan limbah organik–nonorganik serta penggunaan kemasan biodegradable. Faktor-faktor ini memperkuat peluang keberlanjutan usaha di wilayah Citra Raya.

Aspek Industrial

Industri kuliner Panongan berkembang cepat akibat pertumbuhan penduduk dan kawasan hunian. Permintaan mie stabil dengan pembelian berulang, menunjukkan pasar matang. Bahan baku tersedia dengan mudah, sehingga rantai pasok efisien. Persaingan tinggi menandakan demand besar, namun Mie BroNeo memiliki keunggulan diferensiasi rasa khas Kalimantan sehingga mampu memasuki niche market yang belum terisi. Kondisi industri mendukung ekspansi Mie BroNeo.

Analisis Risiko

Risiko utama mencakup fluktuasi harga bahan baku, persaingan ketat, penurunan kualitas layanan, dan perubahan preferensi konsumen. Strategi mitigasi dilakukan melalui kerja sama dengan pemasok cadangan, inovasi menu, konsistensi rasa, pengawasan SOP, dan optimalisasi pemasaran digital. Evaluasi operasional mingguan dan fleksibilitas strategi pemasaran menjaga stabilitas usaha dalam jangka panjang.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa UMKM Mie BroNeo merupakan usaha yang layak untuk dikembangkan karena mampu memenuhi berbagai aspek kelayakan bisnis, mulai dari potensi pasar, manajemen operasional, legalitas, pemasaran, hingga aspek lingkungan. Usaha ini memiliki peluang pertumbuhan yang besar mengingat tingginya permintaan masyarakat terhadap produk makanan cepat saji di wilayah Panongan serta fleksibilitas UMKM dalam beradaptasi dengan perubahan pasar. Dari sisi operasional, proses produksi yang sederhana, biaya yang relatif efisien, serta manajemen yang terstruktur mendukung kelancaran kegiatan usaha. Strategi pemasaran yang diterapkan juga memungkinkan peningkatan daya saing dan perluasan pangsa pasar, sementara pemenuhan aspek legal memberikan jaminan keberlanjutan operasional. Di samping itu, pengelolaan limbah yang aman menunjukkan bahwa usaha ini tidak menimbulkan risiko lingkungan yang signifikan. Secara keseluruhan, integrasi dari seluruh aspek tersebut menunjukkan bahwa Mie BroNeo memiliki prospek yang positif, layak dijalankan, dan berpotensi memberikan kontribusi terhadap perekonomian lokal dan kesejahteraan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Amin, M. M., & Sulaiman, S. (2025). Tren Konsumsi Fast Food Dan Dampaknya Terhadap Obesitas Di Kalangan Remaja Perkotaan, 4(1), 91-103. [10.54259/Sehatrakyat.V4i1.4130](https://doi.org/10.54259/Sehatrakyat.V4i1.4130)
- Auliya, A., & Mona, N. (2020, November). Pengembangan Kreativitas Kuliner Sebagai Elemen Daya Tarik Wisata Kota Depok. *Jurnal Ilmu Pariwisata*, 25, 189-200. [Https://Share.Google/Rpyzsdthvbdrbioki](https://share.google/Rpyzsdthvbdrbioki)
- Dewi, D. (2022). Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Kompetensi Sumber Daya Manusia Dan Motivasi Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Kuliner Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Kota Jambi, 11(2), 400-412. [Https://Doi.Org/10.22437/Jmk.V11i2.17965](https://doi.org/10.22437/Jmk.V11i2.17965)
- Herlim, E., Suleman, S. S., Laurencius, J., Natanael, W., & Setiawan, B. (2025, Februari). Potensi 7 Unsur Budaya Sebagai Atraksi Wisata Di Desa Gubukklakah. *Jurnal Pariwisata Dan Perhotelan*, 2, 1-12. [Https://Scholar.Google.Com/Citations?View_op=View_citation&Hl=En&User=Hjxosvoaaaaj&Cstart=20&Pagesize=80&Citation_for_view=Hjxosvoaaaaj:Cnpyr2kI9-oc](https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=Hjxosvoaaaaj&cstart=20&pagesize=80&citation_for_view=Hjxosvoaaaaj:Cnpyr2kI9-oc)
- Nuraini, E., Cahyanto, A. B., Yansyah, R., Pratama, L. N. J. V. P., Mukrodi, & Catlo, M. (2025). Peran Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam Mengembangkan Kinerja Pada Ukm Kelurahan Kayumanis Kecamatan Tanah Sareal Kota Bogor, 4(2), 993-1006. [Https://Doi.Org/10.30997/Karimahtauhid.V4i2.17699](https://doi.org/10.30997/Karimahtauhid.V4i2.17699)
- Putra, S. A., & Sari, A. K. (2024). Analisis Sumber Daya Manusia Pada Usaha Kecil Menengah Sektor Kuliner Di Kota Medan, 6(2). [Https://Doi.Org/10.47709/Jumansi.V6i2.4509](https://doi.org/10.47709/Jumansi.V6i2.4509)
- Risnanti, A. S. Q., Fauzan, A., & Firmansyah, R. (2023, Juli). Pengaruh Platform Online Food Delivery (Ofd) Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi Perjuangan*. [Https://Share.Google/3jeufybwloouocanh](https://share.google/3jeufybwloouocanh)
- Rohma, N. F. (2024). Wisata Budaya Dan Kuliner Pasar Keramat Pacet Di Media Sosial, 13(1), 93-104. [Https://Doi.Org/10.21831/Dimensia.V13i1.67867](https://doi.org/10.21831/dimensia.v13i1.67867)
- Syafitri, A. D. A., & Nisa, F. L. (2024). Perkembangan Serta Peran Ekonomi Kreatif Di Indonesia Dari Masa Ke Masa, 2(3), 189-198. [Https://Doi.Org/10.59024/Jise.V2i3.810](https://doi.org/10.59024/jise.v2i3.810)
- Warumu, M., Pu'At, S. N., Utami, P. R., Yanti, E., & Rusydiana, M. (2025, Februari). Metode Penelitian Kuantitatif: Konsep, Jenis, Tahapan Dan Kelebihan. *Jurnal Ilmiah Rofesi Pendidikan*, 10, 917-932. [Https://Jipp.Unram.Ac.Id/Index.Php/Jipp/Article/View/3057/1692](https://jipp.unram.ac.id/index.php/jipp/article/view/3057/1692)
- Yuniar, V., Br Bangun, C. F., Bugis, S. W., & Suhartini, S. (2022). Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada Pengembangan Ukm Usaha Tahu Dan Tempe Di Desa Pondok Jeruk Ditinjau Dari Aspek Produksi, Aspek Pemasaran Dan Aspek Keuangan, 2(2), 142-151. [Https://Doi.Org/10.47467/Manageria.V2i2.929](https://doi.org/10.47467/Manageria.V2i2.929)