

Ringkasan Eksekutif

Mie-Lih merupakan sebuah bisnis *start up* di bidang *food and beverage* yang menyajikan mi kuah *homemade* dengan cita rasa *Indonesian Fusion* yang dapat dikostumisasi jenis mi, kuah, dan *topping*-nya. Peluang bisnis ini dapat dilihat dari pengeluaran masyarakat Indonesia dari tahun 2016 hingga 2018 dimana makanan dan minuman menjadi pengeluaran terbanyak dengan persentase 50,33%. Pasar sasaran dari *Mie-Lih* adalah remaja hingga orang dewasa berusia 17-57 tahun yang berdomisili di Jadetabek dengan kelas ekonomi menengah hingga atas. Pada kalangan konsumen ini ditemukan beberapa masalah ketika mereka menyantap hidangan mi, yaitu porsi yang tidak sesuai dan proporsi mi dan *topping* yang tidak setara.

Penemuan ide bisnis dan permasalahan konsumen tersebut diawali dengan melakukan analisis permintaan dan penawaran yang kemudian dilanjutkan dengan melakukan penelitian kualitatif, kuantitatif, tes alfa, hingga tes beta untuk melakukan validasi terhadap hipotesis *value* bisnis yang sudah dibuat sebelumnya. Dari setiap proses tersebut ide bisnis *Mie-Lih* terus dimatangkan sehingga terdapat modifikasi konsep agar bisa memenuhi kebutuhan pasar sasaran dengan efektif. Sehingga produk *Mie-Lih* hadir untuk menyelesaikan *customer pain* yang sudah dianalisa dan disertai dengan beberapa nilai tambah, yaitu mi *homemade* tanpa bahan pengawet dengan atraksi pembuatan mi.

Tujuan bisnis *Mie-Lih* selama 1 tahun adalah menjadi bisnis di bidang makanan mi *homemade* dengan variasi kuah dan *topping* ternama dan terpercaya di daerah Jakarta dan Tangerang. *Mie-Lih* mulai beroperasi pada bulan Maret 2020 di gerai yang terletak di daerah Bintaro. Namun belum genap 1 bulan beroperasi, seluruh dunia dihadapkan dengan pandemi COVID-19 yang membuat *Mie-Lih* harus beradaptasi. Dengan melakukan beberapa perubahan model bisnis, *Mie-Lih* dapat tetap beroperasi hingga bulan Juni 2020 dengan melakukan penjualan melalui media *online*.

Kata Kunci	Mi kuah, <i>homemade</i> , kustomisasi, <i>experience</i> , <i>comfort food</i>
Bidang Usaha	<i>Food and Beverage</i>

Executive Summary

Mie-Lih is a start-up business in the field of food and beverage industry that serves homemade noodle soup with Indonesian Fusion flavors that can be customized for its noodles, soup, and toppings. This business opportunity can be seen from the expenditure of the Indonesian people from 2016 to 2018 where food and beverage became the most expenses with a percentage of 50,33%. The target market from Mie-Lih is teenagers to adults aged 17-57 years who live in Jadetabek with middle to upper economic classes. Among these consumers, several problems were found when they ate the noodle dish, which was an inappropriate portion and an unequal proportion of noodles and toppings.

The discovery of business ideas and consumer problems begins with an analysis of supply and demand which is then continued by conducting qualitative, quantitative, alpha tests, and beta tests to validate the business value hypotheses that have been made previously. From each of these processes the Mie-Lih business idea continues to be matured so that there are modifications to the concept in order to effectively meet the needs of the target market. So that Mie-Lih products are here to solve the customer pain accompanied by some added value, such as homemade noodles without preservatives and the attraction of making those noodles.

The goal of the Mie-Lih business for 1 year is to become a business in the field of homemade noodles with a variety of famous and trusted sauces and toppings in Jakarta and Tangerang. Mie-Lih began operations in March 2020 at a booth located in the Bintaro area. But not even 1 month in operation, the whole world was faced with a COVID-19 pandemic pandemic that made Mie-Lih must adapt to these conditions. By making several changes to the business model, Mie-Lih can continue to operate until June 2020 by selling through online media.

<i>Key Word</i>	<i>Noodle Soup, homemade, customization, experience, comfort food</i>
<i>Field of Business</i>	<i>Food and Beverage</i>