



Analisis Strategi dan Potensi Usaha Kuliner Bubur Ayam

(Studi Kasus: Usaha "Kaka Celin" di Maumere)

Emilaianus Eo Kutu Goo^{1*}, Imelda Ndiki², Serafin Constatia Enjelita³,

Magdalena Grengan⁴, Gabriela Christina⁵, Christina Yovani Heret⁶

¹⁻⁶ Program Studi Manajemen, Universitas Nusa Nipa, Indonesia

Email: emilyogowic@gmail.com^{1*}, imelndiki564@gmail.com², enjelita58361@gmail.com³,
magdalenagrengan@gmail.com⁴, gabrielachristina06@gmail.com⁵, christinheret698@gmail.com⁶

*Penulis korespondensi: emilyogowic@gmail.com

Abstract. This study aims to analyze business strategies, operational processes, and challenges in running a chicken porridge culinary business in Maumere, focusing on the case of the "Kaka Celin" Chicken Porridge business. The research employs a qualitative approach using direct interviews with the business owner located at Kimang Buleng Street No. 3, Maumere. The collected data were analyzed descriptively to provide an overview of the implementation of strategic management practices in a small-scale culinary enterprise. The findings indicate that the success of the "Kaka Celin" business is influenced by several key factors, including its strategic location in front of a school and along a public traffic route, the uniqueness of its product in the form of chicken porridge served without broth, which is relatively uncommon in Maumere, and the use of social media as a promotional tool to reach a wider customer base. In terms of operations, the business sells an average of 70–90 portions of chicken porridge per day, generating an estimated daily net profit ranging from IDR 400,000 to IDR 500,000 from various menu combinations. The main challenge faced by the business is the need for strict time discipline, particularly the routine of waking up in the early morning hours to prepare production. Overall, this business demonstrates strong potential for sustainable development if the implemented strategies are managed consistently and effectively.

Keywords: Chicken Porridge; Culinary Business; Maumere; Marketing Strategy; Strategic Management.

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi usaha, proses operasional, serta tantangan yang dihadapi dalam menjalankan usaha kuliner bubur ayam di Maumere, dengan studi kasus pada Usaha Bubur Ayam "Kaka Celin". Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif melalui metode wawancara langsung dengan pelaku usaha yang berlokasi di Jalan Kimang Buleng No. 3, Maumere. Data yang diperoleh dianalisis secara deskriptif untuk menggambarkan penerapan strategi manajemen dalam usaha kuliner skala kecil. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan usaha "Kaka Celin" dipengaruhi oleh beberapa faktor utama, antara lain lokasi usaha yang strategis karena berada di depan sekolah dan pada jalur lalu lintas umum, keunikan produk berupa bubur ayam tanpa kuah yang relatif jarang ditemukan di wilayah Maumere, serta pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi untuk menjangkau konsumen yang lebih luas. Dari sisi operasional, usaha ini mampu menjual rata-rata 70–90 porsi bubur per hari dengan estimasi keuntungan bersih harian berkisar antara Rp400.000 hingga Rp500.000 dari kombinasi menu yang ditawarkan. Adapun tantangan utama yang dihadapi adalah tuntutan kedisiplinan waktu, khususnya rutinitas bangun dini hari untuk persiapan produksi. Secara keseluruhan, usaha ini memiliki potensi yang kuat untuk terus berkembang apabila strategi yang diterapkan dapat dikelola secara konsisten dan berkelanjutan.

Kata Kunci: Bubur Ayam; Manajemen Strategi; Maumere; Strategi Pemasaran; Usaha Kuliner.

1. PENDAHULUAN

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di sektor kuliner merupakan salah satu penggerak utama perekonomian lokal di Indonesia. Sektor ini memiliki daya tahan yang relatif tinggi terhadap perubahan ekonomi karena didukung oleh kebutuhan dasar masyarakat terhadap pangan serta fleksibilitas dalam pengelolaan usaha. Salah satu jenis usaha kuliner yang memiliki tingkat permintaan stabil adalah bubur ayam. Bubur ayam dikenal sebagai makanan tradisional yang digemari berbagai lapisan masyarakat karena teksturnya yang

lembut, cita rasa gurih, harga yang terjangkau, serta kemudahan dalam penyajian. Makanan ini tidak hanya menjadi pilihan utama untuk sarapan, tetapi juga dikonsumsi pada waktu lain sebagai makanan ringan maupun alternatif bagi konsumen dengan kondisi kesehatan tertentu.

Seiring dengan perkembangan gaya hidup dan meningkatnya persaingan di industri kuliner, usaha bubur ayam tidak lagi sekadar mengandalkan kualitas rasa, tetapi juga memerlukan strategi bisnis yang tepat agar mampu bertahan dan berkembang. Pelaku usaha dituntut untuk menerapkan strategi pemasaran yang efektif, pengelolaan operasional yang efisien, serta inovasi produk dan pelayanan guna menciptakan keunggulan kompetitif. Selain itu, pemanfaatan teknologi digital, seperti media sosial dan layanan pesan antar, menjadi faktor penting dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan loyalitas konsumen.

Di daerah Maumere, Kabupaten Sikka, Provinsi Nusa Tenggara Timur, usaha kuliner bubur ayam juga menunjukkan potensi yang cukup besar seiring dengan pertumbuhan aktivitas ekonomi masyarakat dan meningkatnya kebutuhan akan makanan siap saji. Salah satu usaha yang menarik untuk dikaji adalah Usaha Bubur Ayam "Kaka Celin", yang dikelola secara mandiri dan telah mampu bertahan di tengah persaingan usaha kuliner lokal. Keberlangsungan usaha ini tidak terlepas dari strategi yang diterapkan oleh pemilik usaha dalam mengelola sumber daya, menentukan harga, menjaga kualitas produk, serta membangun hubungan dengan pelanggan.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi usaha dan potensi pengembangan Usaha Bubur Ayam "Kaka Celin" di Maumere. Analisis difokuskan pada aspek manajemen strategi, meliputi strategi pemasaran, operasional, dan keunggulan kompetitif yang dimiliki, serta kendala-kendala yang dihadapi dalam menjalankan usaha. Penelitian ini dilaksanakan sebagai bagian dari pemenuhan tugas mata kuliah Manajemen Strategi, sekaligus untuk memperoleh gambaran nyata mengenai penerapan konsep manajemen strategi pada usaha kuliner skala kecil.

Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat akademis berupa pemahaman kontekstual mengenai strategi UMKM di sektor kuliner, serta manfaat praktis bagi pelaku usaha sebagai bahan evaluasi dan rekomendasi dalam mengembangkan usaha bubur ayam secara berkelanjutan di tingkat lokal.

2. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara langsung dengan narasumber.

- 1) Topik Wawancara: Usaha Kuliner Bubur Ayam.
- 2) Waktu dan Tempat: Selasa, 25 November 2025, pukul 09:00 WITA, di Jalan Kimang Buleng No. 3 (depan SMA Katolik Frateran Maumere).
- 3) Bidang Usaha: Kuliner (Bubur ayam dan berbagai menu makanan/minuman).
- 4) Lama Usaha: Lebih dari 1 tahun (menuju 2 tahun).
- 5) Pewawancara: Magdalena Grengan, Imelda Ndiki, Christina Yovani Heret, Serafin Constatia Enjelita, dan Gabriela Christina.
- 6) Daftar Pertanyaan: Mencakup pemilihan lokasi, modal awal, promosi, motivasi, waktu tersibuk, tantangan, jumlah penjualan, dan pengalaman berjualan sebelumnya.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Identitas dan Latar Belakang Usaha

Usaha kuliner ini dijalankan oleh Kaka Celin, dengan lama usaha yang sudah berjalan lebih dari satu tahun. Motivasi utama untuk membuka usaha di bidang kuliner adalah karena kesukaannya dalam memasak dan keinginan untuk meneruskan warisan resep bubur dari Mama. Dorongan dan dukungan terbesar juga berasal dari Mama narasumber. Sebelumnya, narasumber memiliki pengalaman berjualan di wilayah Perumnas sejak SMA.

Strategi Usaha

- 1) Modal Awal: Modal keseluruhan untuk usaha (termasuk tempat dan berbagai menu) diperkirakan mencapai Rp12.000.000. Narasumber mencicil keuntungan sebesar Rp2.000.000 setiap bulan untuk menutupi modal awal tersebut.
- 2) Pemilihan Lokasi (Strategi Tempat): Lokasi dipilih karena berada di depan sekolah (SMA Katolik Frateran Maumere) dan merupakan jalur umum yang ramai dilalui masyarakat, sehingga mudah menarik pelanggan.
- 3) Keunikan Produk (Diferensiasi): Usaha ini membedakan diri dengan menjual bubur yang identik tidak menggunakan kuah, hal yang jarang ditemui pada bubur yang umumnya dijual di Maumere.
- 4) Promosi (Strategi Pemasaran): Promosi dilakukan secara aktif melalui media sosial, yaitu Instagram (sejak tahun pertama) dan TikTok (baru-baru ini). Promosi juga dibantu oleh relasi.

- 5) Variasi Menu: Meskipun *best seller* adalah bubur ayam, usaha ini juga menjual nasi ayam geprek dan nasi ayam suwir kemangi. Menu nasi kadang diubah-ubah setiap hari agar pelanggan tidak bosan.

Operasional dan Kinerja Keuangan

- 1) Waktu Operasional: Kedai buka setiap hari Senin-Jumat, pukul 06:00-15:00 WITA.
- 2) Jam Sibuk: Waktu tersibuk adalah pagi hari (pukul 06:00-07:00 lewat) untuk sarapan, dan siang hari (jam pulang sekolah dan jam istirahat pegawai).
- 3) Penjualan dan Keuntungan Harian:
 - a) Jumlah porsi bubur terjual per hari: 70–90 porsi.
 - b) Keuntungan kotor harian (gabungan semua menu): sekitar Rp1.000.000.
 - c) Keuntungan bersih harian (gabungan semua menu): berkisar antara Rp400.000 – Rp500.000.

Tantangan Usaha

Tantangan terbesar yang dihadapi narasumber adalah rutinitas bangun dini hari (pukul 02:00) untuk menyiapkan bubur dan berjualan hingga pukul 15:00 sore. Tantangan ini diatasi dengan menjalankan rutinitas tersebut secara konsisten dan dengan komitmen tinggi.

Pembahasan

Motivasi Berwirausaha dalam Perspektif Teori Kewirausahaan

Motivasi Kaka Celin dalam mendirikan usaha kuliner ini didorong oleh faktor minat pribadi dalam memasak serta keinginan meneruskan resep keluarga. Hal ini sejalan dengan teori motivasi kewirausahaan oleh **McClelland (1961)** yang menyatakan bahwa wirausahawan umumnya memiliki kebutuhan berprestasi (*need for achievement*) yang tinggi. Keinginan untuk mengembangkan resep warisan keluarga dapat dikategorikan sebagai dorongan intrinsik yang memperkuat komitmen jangka panjang dalam berwirausaha.

Selain itu, dukungan Mama sebagai sumber modal sosial juga sesuai dengan teori **social capital** oleh Coleman (1988) yang menjelaskan bahwa dukungan keluarga dapat meningkatkan keberlanjutan usaha kecil melalui transfer pengetahuan, kepercayaan, dan nilai kerja keras.

Strategi Lokasi dalam Perspektif Teori Pemasaran

Pemilihan lokasi usaha di depan sekolah merupakan penerapan strategi tempat (*place strategy*) dalam bauran pemasaran oleh **Kotler dan Keller (2016)**. Lokasi yang dekat dengan pasar sasaran (pelajar dan pegawai) meningkatkan probabilitas pembelian impulsif dan kunjungan rutin.

Hal ini juga sesuai dengan teori **aksesibilitas lokasi** dalam bisnis ritel yang menyatakan bahwa semakin mudah lokasi dijangkau, maka semakin besar kemungkinan konsumen melakukan pembelian (Lovelock & Wirtz, 2011).

Diferensiasi Produk sebagai Keunggulan Bersaing

Keunikan produk berupa bubur tanpa kuah merupakan bentuk strategi diferensiasi sebagaimana dikemukakan oleh **Porter (2008)**, yaitu upaya menciptakan perbedaan yang bernilai bagi pelanggan dibandingkan dengan pesaing. Diferensiasi ini memberikan nilai tambah yang membuat produk lebih mudah diingat dan memiliki identitas yang kuat.

Teori **value proposition** juga menjelaskan bahwa keunikan produk menjadi alasan utama pelanggan memilih suatu produk dibandingkan yang lain (Osterwalder & Pigneur, 2010).

Strategi Promosi Digital dalam Perspektif Pemasaran Modern

Pemanfaatan Instagram dan TikTok menunjukkan penerapan **digital marketing** pada usaha mikro. Menurut **Chaffey & Ellis-Chadwick (2019)**, kehadiran UMKM di media sosial dapat meningkatkan kesadaran merek (*brand awareness*) dan mendorong interaksi dengan pelanggan.

Promosi melalui relasi juga menggambarkan penerapan **word of mouth marketing** yang menurut Kotler (2016) merupakan salah satu strategi promosi yang paling efektif dalam bisnis kuliner karena kepercayaan konsumen lebih mudah terbentuk melalui rekomendasi sosial.

Manajemen Modal dan Pengembalian Investasi

Modal awal sebesar Rp12.000.000 dengan pengembalian Rp2.000.000 per bulan menunjukkan adanya perencanaan keuangan meskipun dilakukan secara sederhana. Hal ini sesuai dengan teori **manajemen keuangan UMKM** oleh Brigham dan Houston (2014) yang menegaskan pentingnya pengelolaan arus kas dan laba sebagai dasar keberlanjutan usaha.

Keuntungan bersih harian Rp400.000 – Rp500.000 menunjukkan usaha berada pada fase **pertumbuhan awal (early growth stage)** dalam siklus hidup usaha menurut teori **business life cycle** (Churchill & Lewis, 1983).

Operasional Usaha dalam Perspektif Teori Manajemen Operasi

Jam operasi yang panjang dan rutinitas memulai produksi sejak pukul 02:00 menunjukkan tingkat disiplin dan manajemen waktu yang tinggi. Hal ini sejalan dengan teori **produktivitas kerja** oleh Robbins dan Judge (2017) yang menyatakan bahwa komitmen personal berpengaruh langsung terhadap kinerja.

Pengaturan jam sibuk juga mencerminkan konsep **demand management**, yaitu upaya mengatur layanan berdasarkan pola permintaan pelanggan (Heizer & Render, 2015).

Tantangan Usaha dalam Perspektif Ketahanan Wirausaha

Rutinitas yang melelahkan merupakan bentuk *work stress* yang secara teoritis dijelaskan oleh **Luthans (2011)** sebagai tekanan kerja yang memerlukan daya tahan psikologis. Namun, konsistensi yang ditunjukkan mencerminkan adanya **entrepreneurial resilience** sebagaimana dijelaskan oleh Ayala dan Manzano (2014), yaitu kemampuan bertahan dan bangkit dalam menghadapi tekanan usaha.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Usaha kuliner bubur ayam "Kaka Celin" memiliki potensi kuat untuk berkembang karena didukung oleh lokasi yang strategis, keunikan menu (bubur tanpa kuah), promosi yang efektif melalui media sosial, dan penjualan harian yang tinggi. Meskipun tantangan operasional utama terletak pada rutinitas bangun dini hari, narasumber menunjukkan komitmen dan konsistensi tinggi dalam menjalankan usahanya.

Saran

Untuk pengembangan usaha, disarankan:

- 1) Promosi: Terus meningkatkan promosi melalui media sosial dengan konten yang lebih kreatif dan menarik.
- 2) Variasi: Menambah variasi menu secara berkala agar pelanggan tidak jemu
- 3) Kualitas dan Pelayanan: Menjaga kualitas rasa, kebersihan tempat, dan memberikan pelayanan yang ramah untuk meningkatkan kepuasan pelanggan
- 4) Manajemen Keuangan: Melakukan pencatatan keuangan yang lebih teratur untuk pengelolaan usaha yang lebih baik.
- 5) Ekspansi: Mempertimbangkan sistem *pre-order* atau layanan pesan antar untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan penjualan.

DOKUMENTASI



Gambar 1. Dokumentasi Bersama.

DAFTAR REFERENSI

- Ayala, J. C., & Manzano, G. (2014). The resilience of the entrepreneur: Influence on the success of the business. *International Journal of Business Research*, 14(3), 1–15.
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2014). *Fundamentals of financial management*. Cengage Learning.
- Celin. (2025, November 25). Wawancara mengenai strategi dan operasional usaha kuliner bubur ayam [Wawancara pribadi].
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing*. Pearson Education.
- Churchill, N. C., & Lewis, V. L. (1983). The five stages of small business growth. *Harvard Business Review*.
- Coleman, J. S. (1988). Social capital in the creation of human capital. *American Journal of Sociology*, 94, S95–S120. <https://doi.org/10.1086/228943>
- Heizer, J., & Render, B. (2015). *Operations management*. Pearson.
- Kotler, P. (2017). *Principles of marketing* (17th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2011). *Services marketing: People, technology, strategy*. Pearson.
- Luthans, F. (2011). *Organizational behavior* (12th ed.). McGraw-Hill.
- McClelland, D. C. (1961). *The achieving society*. Van Nostrand. <https://doi.org/10.1037/14359-000>
- Ndiki, I., Enjelita, S. C., Grengan, M., Christina, G., & Heret, C. Y. (2025). Laporan hasil wawancara usaha kuliner (bubur ayam) (Laporan tugas mata kuliah Manajemen Strategi). Universitas Nusa Nipa Maumere.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business model generation*. John Wiley & Sons.
- Porter, M. E. (2008). *Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors*. Free Press.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2017). *Organizational behavior*. Pearson.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suryana. (2013). *Kewirausahaan: Pedoman praktis*. Salemba Empat.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi pemasaran*. Andi.
- Umar, H. (2014). *Studi kelayakan bisnis*. Gramedia Pustaka Utama.