

Studi Kelayakan Bisnis Berdasarkan Aspek Teknis dan Operasional pada Mie Gacoan

Dwi Novaliani Agustin^{1*}, Fadia Maisya Chairunysa², Ika Seprianti³

¹⁻³ Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia

Email : dwinovaliani21@gmail.com¹, fadiamaisyachairunysa@gmail.com², ikaseprianti@gmail.com³

Alamat : Jl. IAIN No.1, Gaharu, Kec. Medan Tim., Kota Medan, Sumatera Utara

Korespondensi penulis : dwinovaliani21@gmail.com

Abstrak: *This discusses the business feasibility study of Mie Gacoan based on technical and operational aspects. Mie Gacoan, as one of the main players in the Indonesian culinary industry, faces the challenge of fierce competition. By offering innovations in products and services, as well as effective marketing strategies, Mie Gacoan has managed to attract the attention of customers. This study uses a qualitative approach to analyze various aspects, including planning, production control, and product design. The results of the study show that menu innovation and good customer service are the keys to Mie Gacoan's success in achieving sustainable growth.*

Keywords: *Gacoan, Noodles, business, feasibility, study.*

Abstrak: Artikel ini membahas studi kelayakan bisnis Mie Gacoan berdasarkan aspek teknis dan operasional. Mie Gacoan, sebagai salah satu pelaku utama di industri kuliner Indonesia, menghadapi tantangan persaingan yang ketat. Dengan menawarkan inovasi dalam produk dan pelayanan, serta strategi pemasaran yang efektif, Mie Gacoan berhasil menarik perhatian pelanggan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk menganalisis berbagai aspek, termasuk perencanaan, pengendalian produksi, dan desain produk. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi menu dan pelayanan pelanggan yang baik merupakan kunci keberhasilan Mie Gacoan dalam mencapai pertumbuhan berkelanjutan.

Kata kunci: Mie Gacoan; studi, kelayakan, bisnis.

1. LATAR BELAKANG

Industri kuliner telah mengalami perubahan yang signifikan. Salah satu tren yang terus berkembang adalah meningkatnya minat masyarakat terhadap makanan cepat saji yang unik dan inovatif. Mie merupakan salah satu makanan yang sangat populer di Indonesia. Rasanya yang lezat dan variasi menu yang beragam membuat mie menjadi pilihan favorit banyak orang. Di tengah persaingan bisnis kuliner yang semakin ketat, strategi perencanaan dan pengembangan bisnis menjadi kunci utama bagi pelaku usaha kuliner untuk tetap bersaing dan berkembang secara berkelanjutan (Hasan et al., 2020).

Mie merupakan salah satu makanan pokok yang digemari oleh masyarakat. Mie siap saji bisa dikenal dengan berbagai jenis, varian, dan ide kreatifnya. Akhir-akhir ini olahan tepung terigu tersebut telah hadir dengan berbagai varian baru. Mie Gacoan menjadi tempat bersantai mie terbaik, khususnya bagi para pelajar dan mahasiswa karena harganya yang murah, tempatnya yang luas dan nyaman (Prasasti & Maisara, 2022).

Mie Gacoan merupakan salah satu pelaku utama di pasar restoran mie di Indonesia, telah memainkan peran penting dalam memenuhi kebutuhan akan makanan cepat saji yang berkualitas dan nikmat. Mie Gacoan menghadirkan berbagai inovasi dalam produk dan layanan untuk tetap relevan dan bersaing di pasar yang kompetitif ini. Dengan demikian, perencanaan dan pengembangan bisnis Mie Gacoan menjadi sangat penting untuk memastikan pertumbuhan usaha yang berkelanjutan (Guntari et al., 2024).

Mie Gacoan memiliki visi "Menjadi brand restoran mie dengan jaringan terluas di kelasnya". Sedangkan misinya adalah:

1. Menyediakan produk terbaik dengan harga yang sangat terjangkau untuk customer kelas menengah.
2. Menciptakan customer experience yang terbaik dan berkelanjutan.
3. Membawa nama Indonesia ke dalam peta F and B dunia.

Sangat penting untuk memahami bahwa inovasi menu merupakan salah satu faktor yang sangat penting untuk keberhasilan bisnis kuliner. Mie Gacoan terus mengembangkan dan mengembangkan menu baru untuk memenuhi selera konsumen saat ini. Mie Gacoan berhasil menarik perhatian dan mempertahankan loyalitas pelanggan dengan menawarkan varian rasa yang unik. Salah satu komponen penting dalam strategi perencanaan dan pengembangan bisnis Mie Gacoan adalah pemasaran yang efektif. Melalui kampanye pemasaran yang inovatif dan strategis, Mie Gacoan dapat meningkatkan kesadaran merek, menjangkau target pasar yang lebih luas, dan meningkatkan penjualan. Untuk mengikuti tren konsumen yang semakin digital savvy, strategi pemasaran Mie Gacoan juga menggunakan pendekatan pemasaran digital (Ichsan et al., 2019).

Pelayanan pelanggan yang baik adalah prioritas utama Mie Gacoan saat membangun hubungan dengan pelanggan untuk jangka panjang. Mie Gacoan telah membangun reputasi sebagai tempat makan yang ramah dan profesional dengan memberikan pengalaman makan yang menyenangkan dan memuaskan bagi setiap pelanggan. Mie Gacoan harus mempertimbangkan aspek keberlanjutan dalam operasionalnya jika ingin berkembang secara berkelanjutan. Secara keseluruhan, strategi perencanaan dan pengembangan bisnis Mie Gacoan termasuk penggunaan bahan baku yang ramah lingkungan, pengelolaan limbah yang baik, dan partisipasi dalam program sosial. Inovasi menu, pemasaran yang efektif, layanan pelanggan yang prima, dan keberlanjutan operasional menjadi dasar yang kuat untuk mencapai tujuan bisnis (Milla & Rohman, 2024).

2. KAJIAN TEORITIS

Pengertian Aspek Teknis Atau Operasi

Aspek teknis merupakan aspek yang menilai suatu usaha dikatakan layak dilihat dari teknis operasional secara rutin dan teknologi yang akan digunakan sehingga dalam saat operasional tidak terjadi kesalahan fatal yang akan membuat biaya produksi semakin tinggi dan faktor-faktor lainnya yang akan membuat kerugian bagi perusahaan di masa yang akan datang (Dharmawan et al., 2018).

Aspek teknis atau operasi juga dikenal sebagai aspek produksi. Penilaian untuk kelayakan terhadap aspek ini sangat penting dilakukan sebelum perusahaan dijalankan. Penentuan kelayakan teknis atau operasi perusahaan menyangkut hal-hal yang berkaitan dengan teknis/ operasi, sehingga apabila tidak dianalisis dengan baik, maka akan berakibat fatal bagi perusahaan dalam perjalannya di kemudian hari. Hal – hal yang perlu diperhatikan dalam aspek ini adalah masalah penentuan lokasi, luas produksi, tata letak (layout), penyusunan peralatan pabrik dan proses produksinya termasuk pemilihan teknologi. (Sunarji Harahap, 2018).

Penentuan lokasi misalnya perlu dilakukan dengan pertimbangan yang matang. Pemilihan lokasi terdiri untuk kantor pusat, cabang, gudang dan pabrik. Dalam kaitannya dengan studi kelayakan bisnis hal yang paling kompleks dan rumit adalah penentuan lokasi pabrik, mengingat banyaknya pertimbangan yang harus diperhitungkan sebelum suatu lokasi pabrik diputuskan. Pertimbangannya adalah apakah dekat bahan baku atau dekat pasar atau dekat konsumen. Kemudian, dalam melakukan pertimbangan adalah faktor biaya yang harus dikeluarkan untuk suatu lokasi. Penilaian lokasi pabrik nantinya dapat dilakukan dengan hasil penilaian value, perbandingan biaya, atau analisis ekonomi (economic analysis). Tergantung dari keinginan pihak yang melakukannya (Octa, 2019)

Tujuan Aspek Teknis Atau Operasi

Menurut (Amalia, 2020) ada beberapa tujuan yang hendak dicapai dalam aspek teknis/operasi. Secara umum ada beberapa hal yang ingin dicapai dalam penilaian aspek teknis/operasi ialah:

1. Dapat menentukan lokasi yang tepat, baik untuk lokasi pabrik, cabang, gudang ataupun kantor pusat.
2. Agar bisa menentukan teknologi yang paling baik dalam menjalankan aktivitas produksinya
3. Bisa menentukan layout yang sesuai dengan proses produksi sehingga dapat menggapai efisiensi.
4. Menentukan metode persediaan yang paling tepat untuk dijalankan sesuai bidang usahanya.
5. Memilih tenaga kerja yang dibutuhkan untuk saat ini dan dimasa yang akan datang.

Keputusan yang diambil oleh sebuah organisasi mengenai produk yang ditawarkan mempunyai dampak penting terhadap kinerja perusahaan. Sebagian keputusan bisnis mempunyai dampak yang cukup luas, misalnya pilihan mengenai produk baru dan pengembangan- pengembangan produk. Keputusan-keputusan seperti ini menyentuh setiap bidang fungsional dan mempengaruhi segala lapisan organisasi (Wahyuni et al., 2022).

Ada empat macam pengambilan keputusan yang sering dihadapi dalam manajemen operasional :

1. Peristiwa yang Pasti (Certainty)
2. Peristiwa Tidak Pasti (Uncertainty)
3. Peristiwa dengan Risiko (Under Risk)
4. Peristiwa Akibat Konflik Antarlembaga (Institutional Conflict)

Pola pengambilan keputusan umumnya seperti diuraikan pada gambar di atas ini. Data yang diolah menjadi informasi merupakan unsur terpenting sebagai masukan di dalam sistem pengambilan keputusan, selanjutnya disalurkan melalui prosedur untuk dilakukan peramalan. Hasil dari peramalan yang diperoleh akan merupakan kumpulan alternatif kemungkinan yang bisa saja terjadi.

Aspek Operasional

Mie Gacoan, sebagai salah satu restoran cepat saji yang berkembang pesat di Indonesia, memiliki berbagai aspek operasional yang mendukung keberhasilannya. Salah satu elemen penting adalah pemilihan lokasi strategis yang dekat dengan pusat kota, universitas, dan sekolah, yang memudahkan akses bagi pelanggan dan meningkatkan potensi kunjungan. Lokasi yang baik juga berkontribusi pada visibilitas merek dan daya tarik bagi konsumen.

Manajemen sumber daya manusia di Mie Gacoan diutamakan dengan merekrut karyawan terlatih dan profesional. Setiap posisi memiliki persyaratan khusus untuk memastikan pelayanan yang optimal, dan pelatihan reguler diadakan untuk meningkatkan kompetensi karyawan dalam hal pelayanan dan penanganan konsumen, yang merupakan kunci untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. Proses pelayanan dirancang untuk efisiensi, dengan penggunaan sistem pemanggilan pelanggan dan titik pemesanan digital yang membantu meminimalkan waktu tunggu. Namun, tantangan seperti antrian panjang sering kali terjadi, terutama saat jam sibuk, sehingga perlu adanya perbaikan dalam manajemen antrian untuk meningkatkan pengalaman pelanggan.

Pengelolaan inventaris juga dilakukan dengan baik, di mana bahan mentah dikelompokkan menjadi barang yang mudah rusak dan tidak mudah rusak. Bahan-bahan yang mudah rusak disimpan secara terpisah untuk menjaga kesegaran, sementara pembelian bahan baku dilakukan dalam jumlah besar untuk mendapatkan harga yang lebih kompetitif. Kualitas produk menjadi prioritas utama Mie Gacoan, yang menawarkan variasi menu dengan level kepedasan berbeda, menarik bagi berbagai kalangan usia. Penekanan pada kebersihan dan kualitas makanan juga menjadi bagian dari strategi untuk menjaga kepuasan pelanggan.

Dalam hal pemasaran, Mie Gacoan menggunakan berbagai strategi, termasuk kolaborasi dengan influencer di media sosial untuk meningkatkan visibilitas dan menarik pelanggan baru. Pemasaran dilakukan baik secara online maupun offline untuk menjangkau demografi pasar yang lebih luas. Manajemen keuangan melibatkan pengawasan pengeluaran operasional dan proyeksi pendapatan, dengan rencana keuangan yang mencakup alokasi dana untuk bahan baku, peralatan, dan biaya operasional lainnya. Analisis keuangan menunjukkan hasil positif dengan proyeksi keuntungan yang stabil. Dengan pendekatan operasional yang terencana dan fokus pada kualitas serta efisiensi, Mie Gacoan berhasil mempertahankan posisinya di pasar kuliner Indonesia meskipun menghadapi persaingan yang ketat.

Perencanaan (Planning)

Perencanaan merupakan proses memastikan arah yang bakal ditempuh serta aktivitas-aktivitas yang dibutuhkan untuk menggapai tujuan yang sudah ditetapkan. Dalam proses ini ditentukan tentang apa yang harus dicoba, kapan serta bagaimana melaksanakannya dan dengan metode apa perihal tersebut dilakukan. Perencanaan ini ialah langkah dini saat sebelum melakukan fungsi-fungsi manajemen yang lain yaitu menetapkan pekerjaan yang harus dilaksanakan oleh sekelompok orang guna meraih tujuan yang digariskan oleh lembaga/organisasi (Gusti Yasmiana, 2021).

Perancangan produk bertujuan untuk menghasilkan suatu produk yang memiliki kemampuan industrialisasi dan komersialisasi. Kebutuhan yang digambarkan dalam profil kebutuhan akan diterjemahkan dalam bentuk produk yang memiliki spesifikasi tertentu. Dalam menentukan dan merancang produk, tidak semua profil kebutuhan dapat terpenuhi karena adanya kendala organisasi yang perlu dipertimbangkan dalam perancangan produk. Perencanaan proses dan fasilitas merupakan perencanaan yang menjelaskan proses-proses dan fasilitas produksi yang dibutuhkan untuk memproses bahan baku menjadi produk yang kita inginkan. Dalam suatu studi kelayakan bisnis, pilihan letak tempat usaha hendaknya dapat dikaji dari beberapa factor (Rifantini et al., 2024).

Pengendalian Produksi

Secara umum pengendalian produksi merupakan konsep dan strategi yang sangat penting dalam dunia industri. Keberhasilan dalam pengendalian produksi membutuhkan perencanaan produksi yang efektif, agar mampu memenuhi jadwal produksi yang ditetapkan. Ketidakmampuan perusahaan dalam mengelola perencanaan produksi akan menyebabkan kegagalan memenuhi target produksi, keterlambatan pengiriman ke pelanggan, dan kehilangan kepercayaan mengakibatkan reputasi dari perusahaan mengalami penurunan atau menghilang sama sekali (Nisa Meilasani, 2019).

Desain Produk Dan Jasa

Desain Produk

Produk adalah penawaran yang memuaskan terhadap kebutuhan dari suatu organisasi. Pemilihan produk adalah pemilihan produk dan jasa untuk dapat disajikan pada pelanggan atau klien. Desain produk adalah totalitas fitur yang mempengaruhi penampilan dan fungsi suatu produk tertentu menurut yang disyaratkan dari segi kebutuhan pelanggan. Desain yang baik dapat menarik perhatian, meningkatkan kinerja produk, mengurangi biaya produksi dan memberi keunggulan bersaing yang kuat di pasar sasaran (Daman & Syamsiar, 2021).

(Sunarji Harahap, 2018) memaparkan bahwa hal-hal yang perlu diperhatikan dalam desain produk yaitu :

1. Desain yang tangguh/tegar
2. Adalah sebuah desain yang dapat diproduksi sesuai dengan permintaan, walaupun pada kondisi yang tidak memadai pada proses produksi.
3. Desain modular

4. Bermakna bahwa produk didesain dalam komponen-komponen yang dapat dibagi-bagi dengan mudah sehingga menambah fleksibilitas dalam produksi maupun pemasaran.
5. Computer Aided Design (CAD)
6. Perancangan dengan bantuan komputer adalah penggunaan komputer untuk merancang produk secara interaktif dan menyiapkan dokumentasi teknis.
7. Computer Aided Manufacturing (CAM)
8. CAM menunjuk pada penggunaan program komputer khusus untuk memandu dan mengendalikan peralatan produksi.
9. Analisis nilai (value analysis)
10. Memfokuskan diri pada usaha-usaha perbaikan selama produksi berlangsung. Analisis nilai mencari perbaikan utama, bukan hanya dari sisi kualitas tetapi juga produksi.
11. Analisis produk dengan penilaian
12. Analisis ini membuat daftar produk dengan urutan yang menurun dilihat dari kontribusi biaya pada perusahaan. Analisis ini menolong pihak manajemen untuk melakukan evaluasi berbagai alternatif strategi.
13. Persaingan berbasis waktu
14. Bermakna bahwa siklus hidup suatu produk menjadi lebih singkat, pada kondisi seperti ini maka pengembangan produk baru yang lebih cepat akan lebih menguntungkan dan disukai daripada pengembangan yang lambat.
15. Dokumentasi Produksi
 - a. Gambar rakitan
 - b. Bagan rakitan
 - c. Lembar arah kerja
 - d. Perintah kerja

Desain Jasa

Jasa pada umumnya diartikan sebagai pelayanan, karena kegiatan operasionalnya berhubungan langsung dengan konsumen. Sebagian besar definisi jasa menekankan ketidakmampuan jasa untuk diraba (intangibility) sebagai kebalikan dari kemampuan untuk diraba (tangibility) dari suatu barang. Definisi ini tidak memuaskan sebab tidak mengatasi sifat fundamental jasa. Desain jasa adalah proses perencanaan dan pengembangan pengalaman pelanggan dalam menggunakan suatu layanan. Tujuan utama dari desain jasa adalah untuk menciptakan interaksi yang positif dan memuaskan antara penyedia layanan dan

pelanggan (Haryanti, 2017). Kunci dalam merancang jasa adalah memahami atau mendefinisikan fasilitas-fasilitas apa saja yang harus terlibat dalam rangkaian jasa itu, Fasilitas tersebut harus memberikan kepuasan dilihat dari segi kenyamanan, kesenangan, kemudahan atau hal-hal lain yang sifatnya mempengaruhi psikologis konsumen. (Sihombing & Sitanggang, 2018).

Pendekatan untuk desain jasa adalah:

- a. Merancang produk sehingga penyesuaian selera (customization) dapat ditunda.
- b. Produk modular, artinya customization mengambil bentuk pada perubahan modul.
- c. Membagi jasa menjadi bagian-bagian kecil dan mengidentifikasi bagian tersebut yang menyebabkan otomatisasi/mengurangi interaksi pelanggan.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan metode deskriptif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Pengumpulan data dilakukan melalui studi literatur, yang mencakup analisis buku, jurnal, dan artikel yang relevan dengan topik penelitian.

Data yang diperoleh dari berbagai sumber ini kemudian dianalisis untuk memberikan gambaran yang mendalam mengenai fenomena yang diteliti. Alat pengumpulan data yang digunakan adalah dokumen dan catatan analisis, yang membantu untuk memahami konteks dan dinamika dari fenomena yang sedang dikaji.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Mie Gacoan, yang didirikan oleh Harris Kristanto di Malang, Jawa Timur pada tahun 2016, kini memiliki banyak cabang di berbagai wilayah Indonesia seperti Jawa Timur, Jawa Tengah, dan Bali. Perusahaan ini telah mempekerjakan sekitar 3.000 karyawan dan berhasil dengan cepat menarik minat pelanggan serta menciptakan lapangan kerja. Salah satu kunci keberhasilan Mie Gacoan adalah strategi bisnisnya yang kreatif dan inovatif, terutama dalam menghadapi persaingan pasar yang sengit.

Mie Gacoan adalah produk yang unik dan berbeda dari mie instan lainnya. Mereka menawarkan variasi rasa yang berbeda-beda yang tidak ditemukan di mie instan konvensional. Selain itu, Mie Gacoan memiliki menu dengan nama-nama yang menarik perhatian konsumen, seperti Mie Gacoan, Mie Hompimpa, dan Mie Suit, yang menjadi

favorit di kalangan penggemar makanan pedas. Mie Gacoan terus menghadirkan inovasi dengan menu-menu baru yang menarik bagi konsumen, menjaga minat dan keingintahuan mereka untuk mencoba hal-hal baru dari Mie Gacoan. Tidak hanya menyajikan mie pedas, Mie Gacoan juga menyediakan berbagai pilihan dimsum seperti udang keju, udang rambutan, siomay dan pangsit goreng. Selain itu, minuman di Mie Gacoan juga menarik, seperti es sluku bathok, es gobak sodor, es teklek, es petak umpet, dll, dengan nama-nama yang menarik perhatian konsumen dan membuat mereka ingin mencoba berbagai menu yang ditawarkan.

Sebagai pelopor mie pedas nomor satu di Indonesia, nama Mie Gacoan identik dengan antrean panjang pembeli. Selain itu menu makanan yang murah hingga rasa mie pedas yang bikin nagih. Untuk membenahi sistem antrean pembeli agar tidak menumpuk, baru-baru ini beberapa gerai Mie Gacoan sudah menerapkan sistem baru. Yaitu dengan menggunakan sistem 'Wireless Calling System'. Benda ini digunakan Mie Gacoan untuk memudahkan pembeli mengambil pesanan makanan mereka setelah selesai. Jadi pembeli tidak perlu lagi berkerumun dan menunggu di sekitar kasir atau area dapur untuk mengambil pesanan makanan mereka. Cukup tunggu alat panggil portable berbunyi dari meja masing-masing. Selain menerapkan sistem panggilan dengan mesin wireless, pihak Mie Gacoan juga menaruh map berisi tata letak meja, jalur antrean, lobby, sampai area dapur untuk memudahkan pembeli mencari tempat duduk mereka sesuai nomor yang sudah diberikan. Pelanggan dapat memilih tempat duduk di area makan yang telah disediakan. Area ini biasanya dirancang untuk kenyamanan dan efisiensi, dengan berbagai pilihan meja dan kursi yang dapat menampung banyak orang. Pelanggan bebas memilih tempat duduk sesuai keinginan, baik untuk makan sendiri atau bersama teman. Dengan adanya pilihan tempat duduk yang fleksibel, pelanggan dapat merasa lebih santai dan menikmati makanan mereka dalam suasana yang nyaman. Selain itu, pengaturan meja yang terbuka memudahkan interaksi antara pelanggan, menciptakan suasana yang lebih hangat dan bersahabat.

Mie Gacoan memiliki desain gerai yang menarik dan berbeda dari gerai mie instan biasa. Desain gerai Mie Gacoan menonjolkan warna merah dan hitam yang mencolok, memudahkan pengenalan bagi pelanggan dan pengguna jalan. Selain itu, Mie Gacoan mengusung desain interior modern dengan lampu-lampu kekinian dan hiasan dinding mural yang kreatif. Ini menjadikan gerai Mie Gacoan sebagai destinasi menarik untuk dikunjungi, cocok untuk bersantai dengan teman atau keluarga. Meskipun menyajikan menu unik dengan desain gerai yang modern, harga satu porsi Mie Gacoan tetap terjangkau

dan mampu bersaing dengan merek mie lainnya. Mie Gacoan menetapkan harga yang relatif murah, berkisar antara Rp9.500 hingga Rp10.500 per porsi.

Mie Gacoan, restoran terkenal dengan mie pedasnya, menunjukkan performa penjualan yang kuat dengan omzet harian sekitar Rp 100 juta per outlet, bahkan mencapai Rp 103,5 juta di outlet besar. Rata-rata penjualan mencapai 200 porsi mie per hari, menghasilkan omzet sekitar Rp 99 juta per bulan. Dalam beberapa kasus, outlet yang lebih ramai dapat menjual hingga 300 porsi atau lebih per hari, tergantung pada lokasi dan waktu operasional. Mie Gacoan menargetkan konsumen dari berbagai kalangan, terutama keluarga dan individu muda yang mencari makanan terjangkau dan cepat saji. Dengan harga kompetitif dan menu yang bervariasi, restoran ini berhasil menarik banyak pelanggan, mencerminkan keberhasilan strategi bisnis mereka di industri kuliner Indonesia.

Selain itu, Mie Gacoan secara rutin mengadakan promo-promo menarik seperti promo paket gacoan combat, serta adanya diskon atau potongan harga, yang menambah daya tarik bagi konsumen. Mie Gacoan aktif menggunakan platform media sosial seperti Instagram, Facebook, TikTok dan YouTube untuk mengenalkan produk dan mempromosikan gerai mereka. Mie Gacoan juga sering menghadirkan konten-konten menarik di media sosial, termasuk giveaway dan tantangan yang mengundang partisipasi konsumen.

Selain itu, Mie Gacoan bekerja sama dengan berbagai acara dan festival kuliner untuk memperluas jangkauan merek mereka. Sebagai contoh, Mie Gacoan bergabung dalam ViuiT Spicy Noodle Festival dengan memberikan diskon 40 persen, dengan batas maksimal diskon sebesar Rp10.000. Mie Gacoan selalu berfokus pada pelayanan yang unggul kepada konsumen, dengan karyawan yang terlatih untuk memberikan layanan ramah dan prima. Ini membuat konsumen merasa dihargai dan termotivasi untuk mengunjungi gerai Mie Gacoan.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Mie Gacoan telah berhasil menonjol sebagai salah satu pelaku utama dalam industri kuliner Indonesia dengan pendekatan bisnis yang inovatif dan berorientasi pada pelanggan. Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, Mie Gacoan menunjukkan kemampuan untuk beradaptasi dengan kebutuhan pasar melalui pengembangan produk yang kreatif dan menarik. Inovasi menu, yang menghadirkan variasi rasa unik dan menggugah selera, menjadi salah satu pilar utama dalam strategi mereka untuk menarik perhatian konsumen.

Selain itu, Mie Gacoan juga mengedepankan pelayanan pelanggan yang berkualitas, menciptakan pengalaman makan yang memuaskan dan menyenangkan. Desain gerai yang modern dan menarik, serta harga yang terjangkau, semakin memperkuat posisi Mie Gacoan di pasar. Dengan memanfaatkan strategi pemasaran yang efektif, termasuk penggunaan media sosial, Mie Gacoan mampu meningkatkan brand awareness dan menjangkau audiens yang lebih luas. Keberhasilan bisnis ini tidak hanya terletak pada produk dan pemasaran, tetapi juga pada komitmen terhadap keberlanjutan operasional. Mie Gacoan berusaha untuk menerapkan praktik ramah lingkungan dalam proses produksinya, yang semakin penting di mata konsumen saat ini. Secara keseluruhan, Mie Gacoan telah membangun fondasi yang kuat untuk pertumbuhan berkelanjutan di industri kuliner, dengan memahami dan memenuhi kebutuhan pelanggan serta beradaptasi dengan dinamika pasar yang selalu berubah.

DAFTAR REFERENSI

- Amalia, N. (2020). Pengaruh Aspek Teknis Didalam Membangun Usaha.
- Daman, D., & Syamsiar, R. (2021). Pengaruh Desain Produk Dan Sistem Pengendalian Produksi Terhadap Jumlah Produksi. *Dynamic Management Journal*, 5(1), 102. <https://doi.org/10.31000/dmj.v5i1.4137>
- Dharmawan, V., Conyting, F., & Rachmaniyah, N. (2018). Kajian Perilaku dan Interior Restoran Cepat Saji di Pusat Perbelanjaan. *Jurnal Desain Interior*, 3(2), 27. <https://doi.org/10.12962/j12345678.v3i2.4597>
- Guntari, A., Khairuna, D. W., Salsabilla, M., Is Handiani, R. E. S., & Ken, R. R. W. (2024). Analisa Studi Kelayakan Bisnis UMKM Dina Cake di Cikarang Ditinjau dari Aspek Pemasaran, Manajemen dan SDM, dan Hukum. *As-Syirkah: Islamic Economic & Financial Journal*, 3(1), 409–418. <https://doi.org/10.56672/syirkah.v3i1.194>
- Gusti Yusmiana, D. (2021). Aspek Pasar Pada Studi Kelayakan Bisnis. 1–13. <http://dx.doi.org/10.31219/osf.io/gnsxz>
- Haryanti, T. (2017). KUALITAS JASA SEBAGAI MEDIATOR STRATEGI LOKASI, STRATEGI PROSES DAN DESAIN JASA TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA(I) DI GICI BUSINESS SCHOOL BATAM. *Jurnal Ilmiah NERO*, 3(2), 77–84. www.um-surabaya.ac.id
- Hasan, S., Elpisah, Sabtohadji, J., Zarkasi, & Fachrurazi. (2020). Studi Kelayakan Bisnis-Tujuan Studi Kelayakan Bisnis. CV. Manhaji, 231. <https://perpustakaan.stietotalwin.ac.id/pdf/50.pdf>
- Ichsan, R. N., Nasution, L., & Sinaga, D. S. (2019). Studi Kelayakan Bisnis (Business Feasibility Study). CV. Manji Medan, 275.

- Milla, N., & Rohman, A. (2024). Analisis Aspek Teknik Dan Operasi Pada Mie Gacoan Di Lamongan Dalam Perspektif Studi KelayakanBisnis. *Jurnal Media Akademik (Jma)*, 2(6), 1–10.
- Nisa Meilasani. (2019). Peramalan Dan Perencanaan Agregat Produk Kul Kul Lollypop Grape Berries 50 MI Dan Bulk Regular 8.0 Lt Neapolitan Pada Pt Indolakto (Ice Cream Factory). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Performa*, 1, 7–37.
- Octa, I. (2019). BAB 5 Studi Kelayakan Bisnis.
- Prasasti, G. A., & Maisara, P. (2022). Pengaruh Fasilitas, Harga Dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Mie Gacoan Di Solo Raya. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 9(2), 276–288. <https://doi.org/10.37606/publik.v9i2.327>
- Rifantini, A., Rahman, A., Raya Telang, J., Kamal, K., Bangkalan, K., Timur, J., & Penulis, K. (2024). Analisis Aspek Teknis Dalam Restoran Cepat Saji Mie Gacoan Ambengan Surabaya Dalam Perspektif Studi Kelayakan Bisnis. *Jma*, 2(6), 3031–5220.
- Sihombing, S., & Sitanggang, D. (2018). ANALISIS DESAIN PRODUK DAN JASA. *Jrak*, 4(2), 137–156.
- Sunarji Harahap. (2018). Studi Kelayakan Bisnis Pendekatan Integratif. In FEBI UIN-SU Press.
- Wahyuni, W., Fatih, M. L., Syahrani Hsb, R. M., Sakina, S., & Suhairi, S. (2022). Analisis Studi Kelayakan Bisnis Dalam Aspek Produksi. *VISA: Journal of Vision and Ideas*, 2(2), 126–134. <https://doi.org/10.47467/visa.v2i2.960>