

Analisis Kelayakan Usaha Mie Gacoan melalui Integrasi Aspek Pasar dan Operasional pada Fenomena Antrean Konsumen

Desriani Salsabila^{1*}, Isnaini Nabila Mukti¹, Elkin Rilvani¹, Listian Indriyani Achmad¹

¹Universitas Pelita Bangsa, Bekasi, Indonesia

Email Korespondensi: *desrianisalsabila4@gmail.com

Informasi Artikel

Submitted : 02-03-2026

Accepted : 20-03-2026

Published : 30-03-2026

Keywords:

Business Feasibility, SWOT Analysis, Market Aspects, Operational Aspects, Customer Lines

Abstract

This study aims to analyze the business feasibility of Mie Gacoan from market and operational perspectives amidst the increasingly intense competition in the culinary industry. The research employs a descriptive qualitative approach through a systematic literature review, focusing on the analysis of relevant secondary data. Market aspects and operational indicators are evaluated using a SWOT matrix to identify internal and external factors that influence the business's sustainability. The findings reveal that Mie Gacoan's primary strengths lie in its affordable pricing strategy, innovative menu offerings, and high customer loyalty, particularly among the younger demographic (students and college students). However, the study identifies significant operational challenges, specifically the phenomenon of long queues and inconsistent product and service quality across various branches. This study concludes that Mie Gacoan possesses substantial growth potential, provided that operational efficiency is enhanced and service standards are formalized to ensure long-term business sustainability.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kelayakan bisnis Mie Gacoan dari perspektif pasar dan operasional dalam konteks persaingan semakin ketat dalam industri kuliner. Pendekatan penelitian yang dipakai adalah kualitatif deskriptif dengan menggunakan studi literatur (*literature review*) dengan pendekatan analisis data sekunder yang ada. Aspek pasar dan indikator operasional dibantu dengan matriks SWOT untuk mendeteksi faktor internal dan eksternal yang dapat membantu atau menghambat usaha tersebut dalam beroperasi. Berdasarkan hasil penelitian, kekuatan Mie Gacoan dilihat dari strategi penentuan harga yang terjangkau, inovatif dalam hal menyediakan menu-menu yang baru dan populer, serta loyalitas konsumen yang sangat tinggi dari generasi mudanya (pelajar dan mahasiswa). Namun demikian, terdapat hambatan operasional yang ditandai dengan adanya antrean yang panjang dan tidak konsistennya kualitas produk dan pelayanan di beberapa cabangnya. Kesimpulan dari penelitian ini, usaha Mie Gacoan memiliki potensi pengembangan yang besar, terutama jika dilakukan peningkatan efisiensi operasional dan standarisasi pelayanan untuk menjaga keberlanjutan bisnis dalam jangka panjang.

Kata Kunci: Kelayakan Usaha, Analisis SWOT, Aspek Pasar, Aspek Operasional, Antrean Konsumen

This is an open access article under the CC-BY-SA license 

1. PENDAHULUAN

Industri kuliner di Indonesia berkembang sangat cepat dalam beberapa tahun terakhir. Perubahan cara hidup masyarakat yang semakin cepat dan berubah membuat orang lebih suka membeli makanan siap saji yang mudah untuk dibawa dan serta harganya yang murah. Hal ini menunjukkan bahwa dunia kuliner di Indonesia sudah berpindah menjadi tempat pengalaman sosial yang perlu keseimbangan antara kecepatan dari pelayanan dan juga harga yang terjangkau. Banyaknya variasi menu serta nilai yang ekonomis dari suatu produk menjadi salah satu faktor untuk pertimbangan konsumen membeli produk tersebut, dan faktor utama dapat disebabkan dengan kemudahan dalam hal pemesanan dan kecepatannya dalam penyajian. Hal ini membuat dunia kuliner menjadi salah satu bidang bisnis yang penuh dengan peluang untuk berkembang, khususnya untuk

pebisnis baru atau mahasiswa. Kemajuan teknologi dan media sosial juga mempengaruhi pertumbuhan bisnis kuliner tersebut (Fadhilah & Fitriyah, 2025).

Munculnya berbagai merek makanan yang berhasil menarik perhatian banyak orang, dapat menjadikan ini sebuah fenomena. Salah satunya Mie Gacoan yang merupakan salah satu usaha kuliner yang banyak sekali digemari konsumen, usaha ini didirikan pada tahun 2016 di kota Malang dan menjadi populer karena menyediakan menu mie pedas dengan berbagai level tersedia dan juga menyediakan berbagai jenis varian dimsum sebagai cemilan atau makanan pendamping yang juga merupakan menu paling laris setelah mie. Mie Gacoan banyak disukai orang-orang, terutama remaja, pelajar, dan mahasiswa dikarenakan mereka menjual dengan harga murah, porsi pas, dan menu yang bermacam-macam. Peneliti memperhatikan bukan hanya produk mie yang meraih keberhasilan, tetapi juga bagaimana mereka dapat membuat produk yang menarik, mengikuti tren dan produk yang ramah lingkungan yang dapat diakses oleh semua orang terutama dari kalangan ekonomi menengah kebawah. Promosi yang dilakukan serta memiliki harga yang cukup terjangkau berhasil membuat banyak konsumen menyukai Mie Gacoan (Ningsih, dkk., 2025).

Namun, meskipun terdapat banyak peluang, bisnis kuliner juga pastinya akan menghadapi banyak kendala. Untuk dapat bertahan ditengah persaingan yang sulit, pelaku usaha harus memiliki strategi bisnis yang tepat. Selain itu, masalah-masalah operasional misalnya antrean yang terlalu panjang apalagi dihari tertentu (perayaan, event, hari raya, dan lain-lain), tempat yang terbatas, dan rendahnya kualitas pelayanan juga bisa menjadi faktor yang harus diperhatikan. Fenomena antrean panjang yang terjadi pada usaha Mie Gacoan menjadi suatu hal yang menarik untuk dikaji, peneliti menemukan adanya kebingungan dalam aspek operasional di sini. Antrean panjang sering dianggap sebagai tanda keberhasilan dalam sebuah pemasaran, tetapi sebenarnya jika tidak dikelola dengan baik, justru akan berdampak negatif, menurunkan nilai kelayakan usaha dari perspektif efisiensi waktu konsumen. Oleh karena itu, diperlukan analisis untuk mengetahui apakah bisnis dapat berjalan dengan baik dan bertahan (Rifka Alkhilyatul Ma'rifat, I Made Suraharta, 2024).

Analisis kelayakan usaha merupakan suatu cara untuk mengevaluasi apakah usaha tersebut bisa dilakukan atau tidak, dengan mempertimbangkan beberapa hal, seperti kondisi pasar, operasional, dan keuangan. Dengan menganalisis hal ini, para pelaku usaha bisa mengurangi kerugian serta dapat menemukan sebuah cara untuk mendapatkan keuntungan, Mereka juga dapat menemukan solusi untuk mengembangkan bisnis dan dapat membawa manfaat bagi masyarakat sekitar lokasi bisnis yang didirikan. Selain itu, analisis kelayakan usaha juga bisa berfungsi sebagai acuan dalam membuat keputusan saat mengelola usaha (Agus Sucipto, 2017).

Dari penjelasan tersebut, terlihat bahwa suksesnya sebuah usaha tidak hanya bergantung pada peluang pasar, tetapi juga pada kemampuan mengelola operasional dan menghadapi persaingan. Dalam situasi ini, Mie Gacoan layak untuk dijadikan sebuah objek analisis karena berhasil berkembang dalam waktu cepat meskipun harus menghadapi persaingan bisnis kuliner yang sangat ketat. Fenomena antrean konsumen yang panjang juga menjadi indikator yang dapat digunakan untuk melihat hubungan antara elemen pasar dan operasi dalam menentukan keberlanjutan bisnis. Oleh karena itu, penelitian ini akan menganalisis lebih lanjut mengenai kelayakan usaha Mie dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa strategi pemasaran memengaruhi bisnis usaha kuliner secara signifikan. Pemasaran digital yang dilakukan melalui media sosial terbukti bisa menaikkan minat beli orang dan memperluas jangkauan pasar (Pratama dkk., 2025). Penelitian lain menyatakan bahwa harga yang terjangkau merupakan faktor utama dalam sebuah pembelian dan faktor lainnya bisa disebabkan oleh budaya dan sosial, terutama pada remaja (Rika Liftiana, 2025). Selain itu, penelitian menyatakan bahwa Analisis SWOT adalah identifikasi dari berbagai faktor untuk merumuskan strategi dalam membangun usaha. Analisis SWOT akan membentuk pemasaran yang baik serta menyukseskan keinginan dan kebutuhan konsumen (Yatminiwati & Ermawati, 2021). Penelitian lain juga menekankan bahwa aspek pelayanan dan efisiensi sangat berpengaruh terhadap kepuasan

pelanggan. Efisiensi dari biaya operasional bisa diukur melalui harga, promo, dan porsi perharganya (Arya Belfriani S dkk., 2025). Selanjutnya penelitian terkait kelayakan usaha menunjukkan bahwa analisis aspek pasar dan operasional dapat digunakan untuk menilai potensi keberhasilan suatu bisnis secara menyeluruh. Keberhasilan dalam suatu bisnis juga sangat bergantung pada kemampuan pelaku usaha untuk memahami tren, mengantisipasi persaingan, dan bisa memanfaatkan peluang (Ahmadi et al., 2025).

Berdasarkan dari penelitian sebelumnya, kebanyakan penelitian hanya memfokuskan pada aspek pemasaran atau kepuasan pelanggan secara terpisah (Lubis dkk., 2024). Sementara itu, penelitian yang menggabungkan aspek pasar dan operasional secara bersamaan masih sedikit, secara khusus mempertimbangkan fenomena antrean konsumen masih terbatas. Kebaruan (*novelty*) penelitian ini terletak pada penggabungan dari analisis kelayakan, yang menghubungkan daya tarik pasar dengan fakta bahwa titik jenuh operasional melalui fenomena antrean yang masif. Penelitian ini juga bertujuan untuk menganalisis apakah usaha Mie Gacoan layak dilanjutkan dengan melihat dari segi pasar dan operasional serta mengamati fenomena antrean konsumen sebagai tanda memiliki minat pasar yang tinggi dan tantangan dalam manajemen operasional dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Penting untuk bisa melihat bagaimana ketahanan strategi *low-cost* dari usaha Mie Gacoan untuk menjaga kualitas pelayanan ditengah tingginya permintaan. Penelitian ini diharapkan bisa membantu memahami bagaimana peluang usaha dan menjadi pedoman bagi seseorang yang ingin membangun bisnis kuliner.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif melalui studi literatur (*literature review*). Metode ini dipilih karena dapat memungkinkan untuk mengedepankan pemahaman yang mendalam tentang fenomena kelayakan usaha bisnis Mie Gacoan melalui aspek pasar serta operasionalnya secara kontekstual tanpa melakukan penelitian secara langsung. Data yang disajikan diperoleh melalui pencarian pada jurnal-jurnal yang terdapat pada Google Scholar yang relevan, dengan kata kunci: “Kelayakan Usaha Mie Gacoan”, “Bisnis Kuliner”, “Aspek Operasional”, “Antrean Panjang”, dan “Manajemen Antrean”.

Dalam proses peninjauan literatur dengan menggunakan sistem atau metode *Systematic Literature Review* (SLR) (Eli Meivawati, 2024). Ada empat tahap penting dalam metode ini yaitu: pertama, proses pencarian dan penelitian melalui Google Scholar berdasarkan kata kunci yang sesuai. Kedua, proses screening atau penyaringan berdasarkan judul dan abstract dengan kriteria yaitu artikel ilmiah yang diterbitkan pada periode (2020-2025) untuk memastikan kebaruan serta relevansi datanya. Ketiga, melakukan penelitian berdasarkan artikel secara keseluruhan untuk memastikan adanya deskripsi yang mendalam mengenai pasar, operasional, serta antrean panjang. Keempat, proses inklusi artikel yang dimana artikel yang sudah diambil sebanyak 20 artikel yang sudah digunakan sebagai dasar dari penelitian. Data yang sudah dikumpulkan kemudian diolah atau dianalisis dengan menggunakan teknik analisis isi (*content analysis*) dimana data tersebut dikelompokkan kedalam tiga aspek penting yaitu pasar, operasional, dan antrean panjang. Selanjutnya, data akan dianalisis dengan menggunakan metode SWOT untuk mengetahui faktor internal yaitu kekuatan dan kelemahan serta eksternal yaitu peluang dan ancaman untuk mengevaluasi keberlangsungan usaha Mie Gacoan serta memberikan saran yang strategis dan relevan.

2.1 Tahapan Penelitian

Tahapan penelitian merupakan metode sistematis yang dilakukan dalam rangka mendapatkan hasil penelitian. Pada penelitian ini, tahapan penelitian disusun sistematis mulai dari identifikasi masalah sampai pada tahap pengambilan kesimpulan. Setaip tahapan yang akan dilakukan memiliki peran penting dan penelitian akan berjalan bisa berjalan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan.

Langkah pertama dimulai dari pengidentifikasian masalah yang bertujuan untuk mengetahui fokus utama terkait penelitian tentang kelayakan bisnis di tengah persaingan dunia bisnis kuliner yang

ketat. Pada tahap ini juga diidentifikasi bahwa fenomena antrean konsumen sebagai salah satu permasalahan sekaligus indikator tingginya minat pasar. Langkah ini sangat penting karena dapat membantu arah penelitian. Selanjutnya dilakukan studi Literatur untuk mengumpulkan data sekunder dari penelitian terdahulu, jurnal, dan literatur yang relevan strategi pemasaran dan analisis kelayakan usaha. Artikel-artikel telah dikumpulkan kemudian diklasifikasikan sesuai dengan kebutuhan penelitian untuk mempermudah proses analisis (Dianto & Dwi Andika Saputra, 2023). Setelah proses pengorganisasian tersebut, dilakukan analisis kualitatif deskriptif dengan mengintegrasikan informasi pasar dan operasional dalam satu kerangka analisis sebagai bentuk penilaian kelayakan bisnis secara menyeluruh, termasuk dalam memahami hubungan dari tingginya permintaan dan efektivitas operasional. (Dianto & Dwi Andika Saputra, 2023). Proses ini juga melibatkan analisis SWOT yang bertujuan untuk mengidentifikasi berbagai faktor baik itu faktor internal maupun faktor eksternal, mengetahui bagaimana kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari bisnis usaha yang dibangun (Lubis dkk., 2024). Dan tahapan terakhir yaitu penarikan kesimpulan berdasarkan apa yang didapat dari tahapan sebelumnya. Penarikan kesimpulan bertujuan untuk menentukan kelayakan usaha berdasarkan hasil analisis, serta memberikan gambaran mengenai kelayakan usaha.

2.2 Metode Penyelesaian Masalah

Proses penyelesaian permasalahan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan analisis kualitatif deskriptif yang bertujuan melakukan evaluasi terhadap kelayakan bisnis Mie Gacoan. Analisis tersebut dilakukan dengan cara membagi data menjadi dua bagian yaitu dari sisi pasar dan operasional serta menganalisisnya untuk menemukan keadaan bisnis secara keseluruhan.

Sebagai bagian dari fenomena operasional bisnis, elemen pasar digunakan untuk mempelajari tren konsumen, daya beli, dan strategi harga. Di sisi lain, elemen operasional digunakan untuk mempelajari efisiensi pelayanan, kapasitas tempat, dan manajemen antrean. Agar analisis dapat dilakukan dengan baik, penelitian ini menggunakan parameter yang disusun berdasarkan studi literatur, yang kemudian dirangkum dalam tabel 1 sebagai berikut.

Table 1. Parameter analisis kelayakan usaha

Aspek analisis	Parameter ukur	Keterangan
Pasar	Tren konsumen, daya beli, dan strategi harga	Berdasarkan studi literatur
Operasional	Efisiensi pelayanan, kapasitas tempat dan manajemen antrean	Berdasarkan studi literatur
Kelayakan	Integrasi aspek pasar, operasional, volume antrean	Hasil analisis

Sumber: Data diolah dari (Novita, 2025) dan (Dwi Novaliani Agustin dkk., 2025a)

Diharapkan bahwa metode tersebut dapat menghasilkan sebuah nilai yang objektif untuk menilai ketahanan sistem model bisnis Mie Gacoan terhadap berbagai hambatan dan tantangan yang ada di lingkungan industri kuliner tersebut. Pada bagian lain juga terdapat penggunaan analisis SWOT sebagai alat yang digunakan untuk penelitian ini, analisis SWOT ini dipergunakan untuk mengetahui sejauh mana faktor-faktor yang menjadi pendukung bagi keberlangsungan sebuah usaha tersebut. Hal ini dilakukan agar dapat mengetahui masalah-masalah seperti kekuatan, kelemahan, peluang, dan juga ancaman tersebut dalam bidang usaha kuliner. Berdasarkan hasil tersebut, lalu dilakukan penarikan kesimpulan dan rekomendasi yang bisa dijadikan pertimbangan dalam pengambilan keputusan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini dibuat berdasarkan analisis data sekunder yang didapatkan dari studi literatur terkait kelayakan bisnis Mie Gacoan. Analisis ini dilakukan dengan mengevaluasi pada aspek pasarnya serta aspek operasionalnya yang merupakan salah satu indikator utama untuk mengukur keberlanjutan usaha tersebut.

Berdasarkan hasil pengumpulan data, Mie Gacoan menunjukkan pertumbuhan yang sangat signifikan di dunia kuliner di Indonesia. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya minat beli produk yang mereka ditawarkan, terutama dari kalangan remaja dan mahasiswa. Selain itu, harga yang cukup

terjangkau juga menjadi salah satu alasan yang mendorong peningkatan jumlah pelanggan. Dari sisi operasionalnya, Mie Gacoan juga sudah memiliki pelayanan yang bagus meski dalam kondisi tertentu terdapat antrean yang cukup panjang karena adanya banyak pelanggan. Kapasitas tempat yang sudah cukup luas menjadi salah satu faktor pendukung dalam menerima banyak pelanggan.

Faktor lain yang menjadikan suatu bisnis dapat berjalan dengan baik adalah adanya ruang dengan kapasitas yang cukup besar. Ruangan yang cukup besar tentunya bisa menampung pelanggan dalam jumlah yang lebih banyak dan menghindari antrean panjang yang mengganggu. Namun demikian, kita tidak bisa menunjukkan secara tegas bahwa ruangan yang besar tetap akan menjamin kemampuan beroperasi dengan efektif tanpa didukung dengan sistem manajemen yang efektif pula. Sebaliknya, pendistribusian sumber daya atau teknologi tambahan akan menimbulkan ketidakefektifan jika sistem yang digunakan mengalirkan layanan dengan tidak efektif. Sehingga, dengan meningkatnya jumlah pelanggan, kapasitas yang besar tersebut masih belum bisa digunakan seoptimal mungkin. Selain itu, kapasitas tempat yang cukup luas menjadi salah satu faktor pendukung dalam menunjang kegiatan operasional. Namun, tanpa manajemen pelayanan yang optimal, kapasitas tersebut belum sepenuhnya mampu mengatasi lonjakan jumlah pelanggan dan menyebabkan antrean panjang.

Mie Gacoan secara strategis menargetkan pada segmentasi konsumen anak muda, yaitu Generasi Z dan Millennial, dengan tingkat preferensi yang tinggi pada jenis makanan inovatif dengan rasa pedas. Keunikan ini ditingkatkan dengan adanya unsur *Word of Mouth* (WOM) dan interaksi di media sosial, di mana peran konsumen adalah eksternal marketer yang berfungsi dalam menjalin engagement dan loyalitas merek secara alami. Pengaruh komunikasi mulut ke mulut inilah yang menjadi penentu utama dalam perebutan pangsa pasarnya dari sektor kuliner pedas. Ini semua disebabkan karena sifat-sifat konsumen Mie Gacoan memiliki keunikan yang cukup unik dalam hal rasa yaitu tantangan untuk mencoba sensasi makanan yang pedas, namun masih memiliki harga sensitivity atau value for money. Selain itu, segmentasi konsumennya termasuk dalam kategori trend driven yang sangat suka dengan makanan trending, juga digital native yang sangat aktif di media sosial untuk mencari dan membagikan informasi mengenai konsumsi (Shofiudin dkk., 2024).

Kualitas produk dan keunikan mie Gacoan sangat memengaruhi kepuasan pelanggan. Untuk menarik perhatian pelanggan, ubah nama menu yang tidak biasa untuk menciptakan daya tarik. Cita rasa produk tetap menjadi keunggulan kompetitif, meskipun terdapat catatan bahwa tampilan penyajian dapat menjadi kurang teratur saat jam sibuk. Mie Gacoan juga menjadi pilihan utama bagi pelanggan yang mengutamakan efisiensi biaya (*value for money*). Ini dibantu oleh kebijakan harga yang sangat terjangkau serta berbagai promosi potongan harga (diskon) di outlet dan layanan pesan antar. Berikut ini adalah hasil analisis berdasarkan aspek yang diteliti:

Table 2. Hasil Analisis Aspek Pasar dan Operasional pada Fenomena Antrean

Aspek	Hasil	Referensi
Pasar	Dominasi pasar terutama pelajar, mahasiswa, keluarga dengan tingkat loyalitas tinggi terhadap varian level pedas.	Lubis et al. (2024)
Harga	Harga terjangkau yang berkisar pada Rp9.000 -Rp15.000 yang kompetitif	(Mutmainnah & Sujud, 2025)
Produk	Membedakan variasi menu yang unik dan sesuai tren yang sedang terjadi	JIEM (2026)
Operasional	Sistem pelayanan terstruktur dengan menggunakan antrean, manajemen alur layanan dalam mengatasi kenaikan jumlah konsumen secara langsung dan memperlihatkan dapur secara terbuka (<i>open kitchen</i>)	(Dwi Novaliani Agustin dkk., 2025b)
Pelayanan	Penerapan sistem self-service dan penggunaan pemesanan secara digital dalam upaya meningkatkan perputaran pelanggan (<i>turnover</i>) dan mengurangi waktu antrean	(Dwi Novaliani Agustin dkk., 2025b)
Kapasitas	Luas area makan rata-rata menampung 100-150 pelanggan dengan sistem <i>high turnover rate</i> .	(Viientiany, D, dkk., 2026)

Berdasarkan Tabel 2 analisis pasar telah membuktikan bahwa Mie Gacoan mampu melakukan perluasan pasar dengan baik karena menggunakan strategi harga yang sangat bersaing. Menurut studi (Lubis dkk., 2024), kekuatan dari bisnis ini adalah bahwa mereka dapat menjual produknya dalam jumlah yang sangat besar meskipun keuntungan untuk setiap produk tidak begitu besar. Ini dikarenakan strategi promosinya bertujuan untuk meraih konsumen muda yang akan mencari keuntungan ekonomi dan juga makanan yang menarik secara estetika.

Secara operasional, efisiensi adalah salah satu hal penting untuk menjaga keseimbangan usaha. Menurut (Dwi Novaliani Agustin dkk., 2025b), pengelolaan alur konsumen dan standarisasi servis adalah salah satu elemen yang bisa mengurangi potensi hambatan produksi (*bottleneck*) selama periode sibuk. Dengan menggunakan teknologi informasi pada sistem pemesanan, maka akan terjadi sinergi yang baik antara bagian kasir dan dapur, dimana meskipun antrean sangat panjang, namun proses penyajian masih berada dalam ambang batas toleransi dari konsumen. Hal lain yang diungkap oleh (Viientiany, D, dkk., 2026) adalah bahwa kapasitas ruangan yang luas bukan hanya sebagai fasilitas saja, namun menjadi strategi operasional untuk memaksimalkan revenue per-kursi yang tersedia.

Selain aspek pasar dan operasionalnya, ada sebuah fenomena lain yang menarik untuk dianalisis dalam penelitian ini. Terjadinya sebuah fenomena antrean konsumen yang panjang pada usaha Mie Gacoan, dengan adanya fenomena tersebut menjadi sebuah karakter utama dalam operasional usaha tersebut. Bukan hanya dapat dilihat sebagai permasalahan operasional, tapi juga dapat dilihat sebagai indikator seberapa tingginya minat konsumen terhadap produk yang tersedia disana. Dalam sudut pandang konsumen, jika produk tersebut memiliki kualitas yang baik dan diminati banyak orang, hal itu dapat menimbulkan rasa pemasaran yang membuat banyak pelanggan ingin mencobanya, terutama di kalangan remaja dan mahasiswa yang selalu ingin mengikuti tren terbaru.

Fenomena ini juga dapat berfungsi sebagai bentuk promosi tidak langsung, di mana keramaian di lokasi usaha menjadi daya tarik tersendiri bagi calon konsumen. Ini menunjukkan bahwa popularitas suatu usaha dibangun melalui strategi pemasaran formal dan pengalaman konsumen serta interaksi sosial di lingkungan sekitar mereka.

Tetapi, jika antrean itu tidak bisa diatasi dengan baik, maka dapat menyebabkan kekecewaan dari konsumen. Dikarenakan waktu yang digunakan untuk menunggu terlalu lama bisa menyebabkan ketidaknyamanan dan dapat berpengaruh kepada keputusan konsumen untuk membeli produk itu kembali. Oleh karena itu, strategi pengelolaan antrean sangat dibutuhkan agar bisa menjaga keseimbangan antara tingginya permintaan pasar dan kualitas pelayanan yang diberikan.

Teori *Queuing Theory* dapat digunakan untuk menganalisis bagaimana fenomena antrean pada Mie Gacoan. Berdasarkan hal tersebut, Mie Gacoan menerapkan model *Multi-Channel, Single-Phase* untuk struktur layanannya (Shofiudin dkk., 2024). Namun penumpukkan dapat terjadi ketika terdapat kedatangan pelanggan yang tinggi, dibanding dengan tingkat pelayanan. Dalam perspektif psikologi, panjangnya antrean berfungsi sebagai bukti sosial yang meningkatkan nilai produk. Namun, jika antrean melebihi batas toleransi waktu tunggu, dapat menyebabkan balking (pelanggan batal untuk mengantre) atau bisa juga menyebabkan renegey (pelanggan keluar dari dari antrean), yang akan mengancam kesetiaan pelanggan dalam jangka panjang.

Selain itu, keberhasilan Mie Gacoan bukan hanya didasarkan oleh faktor operasional dan harga, tapi juga bagaimana pemilik usaha tersebut bisa memanfaatkan teknologi terutama media sosial bisa membuat popularitas bisnis tersebut semakin meningkat. Melalui platform digital membuat produk dapat dikenal lebih luas lagi dalam waktu yang cenderung singkat. Apalagi jika menggunakan sebuah konten yang menarik dan menyertakan pengalaman dari konsumen melalui media sosial dapat meningkatkan ketertarikan konsumen untuk membeli sekaligus juga dapat memperluas jangkauan pasar.

Dalam hal ini, media sosial berfungsi sebagai alat melakukan promosi juga sebagai sarana dalam membentuk citra merek. Interaksi antara konsumen pada platform digital memperkuat loyalitas pelanggan serta dapat menciptakan tren baru di kalangan masyarakat luas. Ini menunjukkan strategi pemasaran digital menjadi salah satu faktor yang penting dalam mendukung usaha di era modern.

Berdasarkan pada keseluruhan dalam analisis, media sosial memiliki peranan yang sangat signifikan untuk promosi sebuah produk. Saat ini media sosial bukan hanya dijadikan alat untuk melakukan promosi tetapi juga digunakan untuk membantu menggambarkan merek tersebut. Di era sekarang yang mana teknologi berkembang sangat pesat, aktivitas konsumen dapat menambah loyalitas dan membuat sebuah tren baru di masyarakat luas. Hal ini pun menandakan bahwa pemasaran melalui digital menjadi salah satu faktor penting dalam sebuah pemasaran.

3.1 Strategi Analisis Pasar dan Operasional

Kombinasi antara strategi pasar dan efisiensi operasionalnya menjadikan dasar yang kokoh untuk fondasi daya saingnya dalam bisnis ini. Harga yang lebih terjangkau membuatnya bisa bersaing kuat dalam industri kuliner dengan lokasi usaha yang strategis dan banyak tersedia di banyak kota-kota besar. Biaya operasional yang terjangkau dan strategisnya lokasi membuat bisnis mampu bersaing di tengah industri makanan yang sangat kompetitif. Meski demikian, antrean panjang di jam sibuk menjadi kendala (Dzakiyyah & Daspar, 2025).

Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan dalam menarik minat pelanggan harus diimbangi dengan kesiapan dalam operasional agar pelayanan yang diberikan kualitasnya tetap sama. Berikut penjelasan dari analisis SWOT ini, strategi usaha yang fleksibel sangat usaha yang fleksibel sangat diperlukan oleh Mie Gacoan. Kekuatan internal harus dimaksimalkan dan potensi luar digunakan namun tidak boleh lepas dari usaha meminimalkan kelemahan dan memitigasi ancaman yang ada.

3.2 Analisis Strategi SWOT dalam Keberlanjutan Usaha

Berdasarkan analisis data sekunder dengan melakukan kajian atas penelitian yang telah dilakukan oleh (Dzakiyyah & Daspar, 2025), maka matriks SWOT dibuat untuk memberikan sebuah gambaran bagaimana kondisi internal dan eksternal perusahaan tersebut. Integrasi efisiensi operasional dengan strategi pemasaran membentuk fondasi kekuatan bisnis yang kuat, tetapi pada saat yang sama, ada hambatan berupa antrean yang panjang yang berpotensi mengurangi kenyamanan konsumen. Namun, lemahnya kualitas layanan yang ditandai dengan antran yang panjang serta konsistensi pada pelayanan harus diperbaiki sesegera mungkin untuk menghindari dimanfaatkannya peluang tersebut oleh para pesaing.

Fenomena antrean Mie Gacoan merupakan faktor operasional yang dapat menentukan titik jenuh pelayanan dan bukan hanya hasil dari keberhasilan pemasaran. Ketidakseimbangan antara *demand* (permintaan) dan *capacity* (kapasitas) yang tidak seimbang dapat mengurangi nilai kelayakan usaha, menurut teori manajemen operasional (2025). Oleh karena itu, matriks SWOT berikut menunjukkan bahwa integrasi kemampuan operasional dengan volume pasar yang besar sangat penting untuk menentukan keberlanjutan strategi *low-cost* ini dalam jangka panjang.

Table 3. Matriks SWOT Kelayakan Usaha Mie Gacoan

Faktor Internal	Strengths (Kekuatan)	Weaknesses (Kelemahan)
	Produk tersebut memiliki harga yang sangat murah untuk para pelajar, branding di media sosial yang sangat kuat, pemikiran inovatif dari sajian menu mie pedas dengan berbagai varian level, serta lokasi yang cukup strategis berada di tempat ramai orang.	Ketidaknyamanan dalam antrean pelanggan yang terlalu lama saat jam sibuk, fasilitas parkir yang kurang memadai, variasi menu makanan tanpa level pedas masih terbilang terbatas, serta standarisasi pelayanan yang belum konsisten.

Faktor Eksternal	Strategi SO (Strengths-Opportunities)	Strategi WO (Weaknesses-Opportunities)
Opportunities (Peluang) Kebiasaan makan makanan pedas yang semakin meningkat di Indonesia, ekspansi ke kota-kota pendukung, serta tingginya penggunaan aplikasi pesan makanan online	Memanfaatkan popularitas dari merek tersebut di media sosial agar dapat mengembangkan usaha dengan jumlah besar menuju kota yang baru dan mendapatkan pemasaran secara maksimal di aplikasi pemesanan online.	Dapat menerapkan sistem pembayaran secara digital melalui aplikasi dan QR Code, hal ini dapat digunakan sebagai cara untuk mengatasi antrean fisik dalam rangka memanfaatkan teknologi yang dimiliki konsumen. Meskipun disebagian tempat sudah menyediakan pembayaran tersebut, tapi diharapkan semua lokasi usaha Mie Gacoan dapat menerapkan hal yang sama.
Threats (Ancaman) Munculnya pesaing yang memiliki ide serupa yaitu Mie pedas dengan varian level, adanya kenaikan harga bahan baku utama, dan adanya kemungkinan kejenuhan dari konsumen karena mencari tren tertentu.	Strategi ST (Strengths-Threats) Peningkatan pada loyalitas pelanggan dengan mengadakan sebuah promosi yang eksklusif dan menambahkan menu musiman untuk tetap berada di posisi atas ditengah ramainya persaingan bisnis	Strategi WT (Weaknesses-Threats) Peningkatan standarisasi pelayanan serta efisiensi dari dapur untuk memastikan bahwa kualitas tetap sama, sehingga konsumen tidak berpindah ke pesaing ketika harga dari bahan baku meningkat.

Sumber: (Dzakiyyah & Daspar, 2025)

Kesimpulan dari strategi yang telah dibuat yaitu berupa fakta bahwa Mie Gacoan harus menggunakan kekuatan mereka dalam bidang harga dan merek untuk dapat melakukan tindakan yang benar ketika harus menghadapi peluang pasar yang masih terbilang terbatas. Melalui strategi ST tersebut, Mie Gacoan mampu melindungi usaha mereka dari ancaman para pesaing dengan meluncurkan produk baru berupa menu makanan terbatas serta juga melakukan promosi yang lebih menarik lagi. Selain itu, bekerja sama dengan jasa pengantaran online.

Di sisi lain, dengan memanfaatkan pendekatan WT, perusahaan harus lebih berfokus pada upaya-upaya preventif dalam mengatasi ancaman pada operasional. Upaya perbaikan di bidang manajemen antrean menggunakan teknologi digital serta peningkatan standar pelayanan di masing-masing cabang menjadi penting agar lemahnya internal tidak dimanfaatkan oleh para pesaing. Strategi diversifikasi produk yang bukan hanya mengandalkan variasi rasa pedas pun bisa menjadi alternatif dalam mengatasi dinamisnya selera konsumen tersebut. Dengan menerapkan semua aspek di atas, maka kelayakan usaha Mie Gacoan tetap terjaga melalui adaptasi operasional yang lebih responsif.

Untuk menjaga keuntungan bisnis Mie Gacoan, strategi untuk meningkatkan manajemen antrean dengan memasukkan teknologi digital menjadi kunci utama. Ini menunjukkan bahwa antrean bukan hanya masalah teknis, tetapi juga representasi dari daya saing pasar yang perlu dikelola secara operasional.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, dapat diketahui dengan jelas bahwa keberhasilan yang terjadi pada bisnis Mie Gacoan terletak pada kemampuan mereka dalam mengintegrasikan strategi harga yang rendah (*low-cost*) dengan kondisi penjualan yang terbilang sangat besar. Keberhasilan ini juga didukung dengan pemilihan lokasi yang tepat serta manajemen citra merek yang kuat di media sosial, yang ternyata sangat efektif dalam menarik minat dari Gen Z dan Milenial. Dari sisi operasionalnya, untuk menjaga perputaran pelanggan yang tinggi (*turnover rate*), manajemen pengelola arus antrean harus efektif dan optimalisasi kapasitas ruang. Namun, hambatan internal yang perlu segera diatasi termasuk inkonsistensi kualitas pelayanan di berbagai cabang serta keterbatasan fasilitas pendukung. Untuk mempertahankan usaha dalam jangka panjang dan mempertahankan dominasinya di pasaran, Mie Gacoan harus bisa menanggapi tren meningkatnya

jumlah pelanggan dengan cara mengembangkan inovasi operasional yang lebih fleksibel. Sebagai sebuah saran, diharapkan agar Mie Gacoan bisa menerapkan metode management digital untuk mengatasi antrean yang panjang, misalnya dengan menggunakan fitur pre-book atau pre-order melalui sebuah website atau aplikasi sebelum pelanggan datang ke lokasi Mie Gacoan. Selain itu, menerapkan teknologi dari *customer pager system* (alat panggilan antrean nirkabel) juga dapat digunakan untuk mengurangi keramaian fisik di area kasir atau *pickup food*, sehingga efisiensi tetap terjaga sementara kenyamanan konsumen juga tidak berkurang. Dengan mengandalkan peningkatan pada standarisasi pelayanan teknologi dan fasilitas pendukung pendukung seperti lahan parkir, Mie Gacoan akan lebih siap dalam menghadapi persaingan industri kuliner di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adinda Khairunisa Ahmadi, Dina Fakhira, Nabila Intan Sahfira, Reza Novriansah Siahaan, Nadila Syahputri, & Mutiah Khaira Sihotang. (2025). Analisis Aspek Pasar sebagai Pilar Utama dalam Studi Kelayakan Bisnis untuk Mendukung Keberlanjutan Usaha. *Jurnal Manajemen dan Ekonomi Kreatif*, 3(1), 209–221. <https://doi.org/10.59024/jumek.v3i1.530>
- Agus Sucipto. (2017). *Studi Kelayakan Bisnis: Analisis Integratif dan Studi Kasus*. UIN Maliki Press: Malang.
- Arya Belfriani S, Abel Julianto Sitio, Irene Priscilla V.S., Cecilia Angel Hica Simanjuntak, & Hamonangan Siallagan. (2025). Pengaruh Efisiensi Biaya Operasional Terhadap Kepuasan Pelanggan Mie Gacoan Berdasarkan Review Gofood (Studi Kasus pada Mie Gacoan Indonesia). *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan*, 3(4), 5301–5308. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v3i4.1399>
- Dianto, K., & Saputra, D. A. (2023). Analisis Kelayakan Bisnis UMKM Pada Aspek Pemasaran. *RESWARA: Jurnal Riset Ilmu Teknik*, 1(1), 10-18. <https://doi.org/10.70716/reswara.v1i1.346>
- Dwi Novaliani Agustin, Fadia Maisya Chairunysa, & Ika Seprianti. (2025a). Studi Kelayakan Bisnis Berdasarkan Aspek Teknis dan Operasional pada Mie Gacoan. *Jurnal Manajemen Kreatif dan Inovasi*, 3(1), 137–148. <https://doi.org/10.59581/jmki-widyakarya.v3i1.4655>
- Dzakiyyah, N., & Daspar, D. (2025). Analisis SWOT pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (Studi Kasus pada Waroeng Sembako Budhe). *AL-AMIYAH: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(02), 227–236. <https://doi.org/10.71382/aa.v2i02.269>
- Eli Meivawati. (2024). *Referensi Mengenai Metode Penelitian Meta Analisis & Systematic Literature Review (Si Manis-Silir)*. Universitas Sulawesi Barat.
- Fadhilah, K. N., & Fitriyah, F. N. (2025). Pencatatan Penjualan Produk Kentucky Putri Kembar Mojokerto Dalam Usaha Kuliner Cepat Saji. *AKSAYA: Jurnal Rumpun Akuntansi Publik*, 1(2), 53–59. <https://doi.org/10.61166/aksaya.v1i2.8>
- Lubis, P. K. D., Limbong, N., Fransiska, & Yemima. (2024). Analisis Kelayakan Bisnis Mie Gacoan. *Future Academia: The Journal of Multidisciplinary Research on Scientific and Advanced*, 2(4), 749–760. <https://doi.org/10.61579/future.v2i4.251>
- Mutmainnah, L. B., & Sujud, F. A. (2025). Analisis Kelayakan Bisnis Mie Gacoan Melalui Marketing Mix 4p: Studi Kasus Strategi Pemasaran dan Daya Saing. *Jurnal Tanbih*, 2(2), 15–27.
- Ningsih, E. R., Oktavian, F. D., Hanafi, F., & Ningrum, R. (2025). Analisis Strategi Pemasaran Mie Gacoan Untuk Menarik Minat Konsumen Milenial dan Gen Z di Kota Depok. *Indonesian Journal Entrepreneurship Finance and Business Management*, 3(01). <https://doi.org/https://doi.org/10.64694/ijefbm.v3i01.103>
- Novita, R. (2025). *Analisis Aspek Pasar terhadap Usaha Mie Gacoan Kendari dalam Perspektif Studi Kelayakan Bisnis*. Politeknik Indotek Kendari: Kendari.
- Pratama, N. D., Nst, S. M., Shabrina, S., & Hayati, F. (2025). Peran Digitalisasi Dalam Meningkatkan Penjualan UMKM: Studi Kasus Penggunaan Media Sosial oleh UMKM Kuliner. *IKRAITH-EKONOMIKA*, 8(3), 1610–1626.

- Rifka Alkhilyatul Ma'rifat, I Made Suraharta, I. I. J. (2024). *Ekosistem Bisnis & Transformasi Digital Perspektif Keberlanjutan Usaha Kecil Kuliner*. CV. AA Rizky: Banten.
- Rika Liftiana, E. S. (2025). Dominasi Produk Nasional di Segmen Pasar Remaja Surabaya: Studi Kasus Mengenai Preferensi Perilaku Konsumen. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 1(10), 01-10. <https://doi.org/10.30996/jeb17.v10i01.13086>
- Shofiudin, M., Nur Aini, S. A., Ihsan, M. S., Wibowo, R. A. T., & Rolliawati, D. (2024). Discrete Event Simulation untuk Analisis Pelayanan Bisnis Kuliner (Studi Kasus: Gacoan Merr). *JITU: Journal Informatic Technology and Communication*, 8(1), 63–72. <https://doi.org/10.36596/jitu.v8i1.1048>
- Viientiany, D., Dinata, A., Ginting, C. A., & Sinulingga, S. P. B. (2026). Analisis studi kelayakan bisnis PT Pesta Pora Abadi (Mie Gacoan) ditinjau dari aspek pasar, operasional, keuangan, dan syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Manajemen (JIEM)*, 4(1). <https://doi.org/10.61722/jiem.v4i1.8473>
- Yatminiwati, M., & Ermawati, E. (2021). Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk. *Jurnal Manajemen Dan Penelitian Akuntansi (JUMPA)*, 14(2), 84–92.