

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

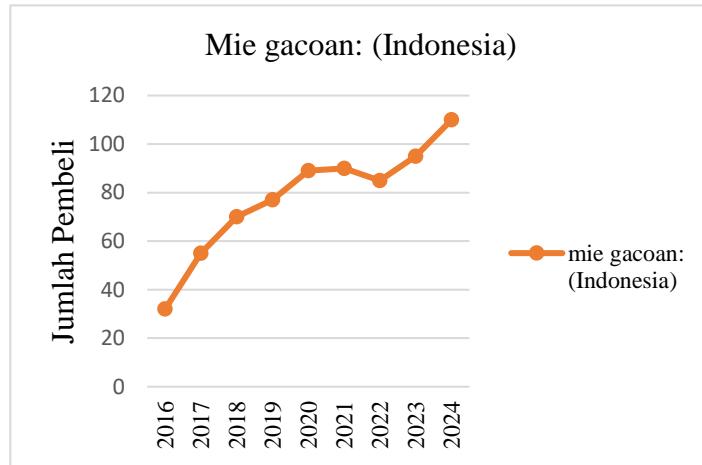
Di era modern ini, perkembangan bisnis kuliner di Indonesia semakin pesat karena gaya hidup masyarakat yang cenderung praktis dan efisien, sehingga banyak orang lebih memilih untuk membeli makanan di luar rumah dari pada memasak sendiri. Salah satu jenis bisnis kuliner yang menonjol dalam beberapa tahun terakhir adalah olahan mie gacoan, yang menjadi tren di kalangan anak muda dan penggemar makanan pedas. Bisnis kuliner ini berkembang pesat karena menawarkan variasi rasa yang menggugah selera dengan harga yang relatif terjangkau, sehingga menjangkau segmen konsumen yang luas (Permatasari dkk., 2023)

Bisnis kuliner Mie Gacoan pertama kali berdiri pada tahun 2016 di Malang, Jawa Timur, di bawah naungan PT Pesta Pora Abadi. Sejak didirikan, Mie Gacoan telah berkembang pesat menjadi salah satu merek kuliner pedas paling diminati di Indonesia (Pebriantika dkk., 2022). Saat ini, Mie Gacoan memiliki lebih dari 100 cabang yang tersebar terutama di Pulau Jawa dan Bali, serta didukung oleh sekitar 3.000 karyawan. Dalam sehari, omset bisnis ini diperkirakan mencapai lebih dari Rp 100 juta, menjadikannya salah satu bisnis kuliner yang sangat sukses (Damanik, 2024).

Mie Gacoan juga tersedia di beberapa kota besar di Indonesia, salah satunya di Tangerang Selatan. Menurut informasi yang diambil dari akun Twitter @aboutTNG, Mie Gacoan membuka cabang pertamanya di Tangerang Selatan pada tanggal 20 Januari 2023. Restoran ini berlokasi di Jalan Puspitek, Buaran, Pamulang, Tangerang Selatan. Meskipun baru beroperasi dalam waktu yang relatif singkat, kehadiran Mie Gacoan di wilayah tersebut telah menarik banyak perhatian dan berhasil mendapatkan sejumlah besar pelanggan setia (Pebriantika.,dkk 2022). Antrian yang selalu penuh menunjukkan bahwa restoran mie dengan cita rasa pedas ini sangat populer dibandingkan restoran mie dengan cita rasa pedas lainnya. Konsumen dapat mengetahui bahwa makanan yang dijual memiliki rasa pedas dengan menyebut namanya. Namun, kata "Gacoan" tidak menunjukkan bahwa makanan di restoran tersebut memiliki rasa pedas. Gacoan dalam bahasa Jawa berarti jagoan atau andalan, dengan tujuan untuk restoran menjadi yang menyajikan mie terbaik di antara yang sudah ada (Janah dkk., 2022)

Mie Gacoan menawarkan tiga pilihan utama mie untuk para pelanggannya, yaitu Mie Suit dengan rasa gurih tanpa pedas yang cocok untuk anak-anak, Mie Hompimpa yang menggabungkan rasa gurih, pedas, dan asin, serta Mie Gacoan yang menyajikan

perpaduan gurih, pedas, dan manis. Setiap varian ini memungkinkan pelanggan untuk menyesuaikan tingkat kepedasan sesuai selera mereka. Selain mie, Mie Gacoan juga menyediakan berbagai jenis dimsum sebagai pendamping, seperti siomay, lumpia udang, udang rambutan, udang keju, dan pangsit goreng yang memberikan lebih banyak pilihan bagi konsumen (Damanik, 2024).



Gambar 1 Data Penjualan Mie Gacoan 2016 – 2024

Sumber : *Google Trends*

Pada gambar di atas menunjukkan peningkatan rata-rata penjualan Mie Gacoan dari 2016 hingga 2024. Untuk menarik pelanggan, Mie Gacoan membuat nama menu yang unik dan menarik. Ini adalah strategi pemasaran yang efektif. Selain itu, iklan yang dilakukan secara aktif di TikTok dan Instagram telah terbukti tepat sasaran untuk menyasar demografi remaja atau usia muda. Tempat ini memiliki harga yang terjangkau dan lokasi yang *instagramable* dan nyaman, mendorong konsumen muda untuk membagikan pengalaman mereka di media sosial, meningkatkan efek dari mulut ke mulut. Strategi ini membantu Mie Gacoan menjadi lebih populer di kalangan remaja dan menarik pelanggan baru terlihat pada Gambar 2 (Veralianta Br Sebayang dkk., 2024).

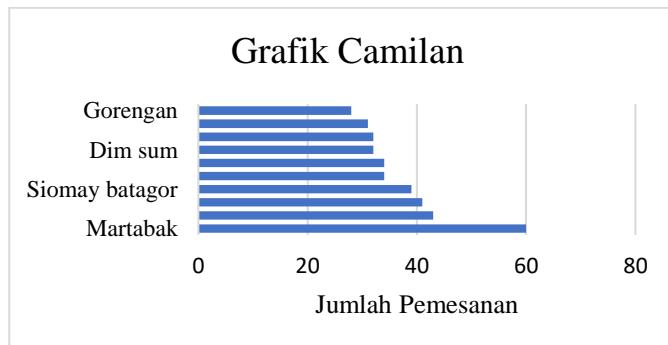


Gambar 2 Lokasi Mie Gacoan, promosi kreatif iklan dan nama menu Mie Gacoan

Sumber : Aplikasi Tiktok dan Instagram

Mie Gacoan berhasil menarik perhatian pelanggan dengan metode *smart branding*. Logo, nama menu, dan desain tempat gerai mereka seragam dan sesuai dengan segmen pasar mereka. Ini menghasilkan Mie Gacoan menjadi merek yang selalu diingat oleh pelanggan. Mereka juga telah berhasil membangun reputasi yang baik, membedakannya dari pesaing. Penggunaan elemen visual yang mencolok dan ide tempat yang nyaman meningkatkan daya tarik dan pengalaman pelanggan. Oleh karena itu, branding ini meningkatkan loyalitas pelanggan dan menempatkan Mie Gacoan sebagai salah satu pilihan utama di pasar kuliner (Anggraini dkk., 2021)

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh JakPat pada Mei 2021, cemilan dimsum, termasuk siomay, menjadi salah satu makanan ringan yang paling sering dibeli masyarakat melalui layanan online. Dari 1.624 responden yang terlibat, 39 % di antaranya menyatakan menyukai siomay, sementara 32 % lebih menyukai dimsum secara umum. Data ini menunjukkan tingginya minat masyarakat terhadap makanan ringan seperti dimsum, yang juga menjadi salah satu menu unggulan di Mie Gacoan. Tren ini mengindikasikan bahwa variasi menu yang menarik, terutama dimsum, memiliki potensi besar untuk menarik pelanggan dan meningkatkan kepuasan konsumen dalam industri kuliner (Damanik, 2024)



Gambar 3 Grafik Camilan Paling Banyak Dipesan

Lewat Pesan Antar Makanan Online Mei 2021

Sumber : Mengulik Mie Gacoan (2024)

Masyarakat melihat banyak kuliner viral muncul dan meredup silih berganti. Namun Mie Gacoan, sebagai kuliner yang juga populer di internet masih tetap berdiri tegak. Antusiasme masyarakat atas makanan mie pedas ini masih juga belum turun. Outlet Mie Gacoan selalu ramai baik oleh pembeli langsung maupun oleh driver ojol (ojek online) yang menunggu pesanan. Popularitas yang tetap tinggi ini menunjukkan bahwa faktor harga, kualitas pelayanan, dan *brand Image* yang kuat berperan besar dalam

menjaga kepuasan konsumen dan mempertahankan daya tarik di pasar kuliner yang kompetitif (Damanik, 2024).

Salah satu daya tarik utama Mie Gacoan adalah harga yang terjangkau, yang memungkinkan restoran ini menarik berbagai segmen konsumen, mulai dari pelajar hingga pekerja. Harga yang kompetitif menjadikan Mie Gacoan pilihan utama bagi mereka yang mencari makanan lezat dengan anggaran terbatas. Namun, harga yang murah saja tidak cukup untuk mempertahankan konsumen dalam jangka panjang. Oleh karena itu, aspek kualitas pelayanan juga menjadi faktor penting yang memengaruhi kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan, termasuk kecepatan penyajian, keramahan staf, dan kenyamanan tempat, menjadi aspek yang tidak bisa diabaikan dalam menciptakan pengalaman makan yang memuaskan (kumparan, 2023).

Selain harga dan pelayanan, *brand image* atau citra merek juga memiliki peran penting dalam membentuk persepsi konsumen terhadap Mie Gacoan. Dengan strategi branding yang kreatif, seperti penggunaan nama-nama menu yang unik (Mie suit dan mie hompimpa), dan konsep restoran yang menyasar penggemar makanan pedas, Mie Gacoan berhasil membangun *brand image* yang kuat di benak konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh harga, kualitas pelayanan, dan *brand image* terhadap kepuasan konsumen di Mie Gacoan Cabang Pamulang. Untuk mengetahui pengaruh konsumen, maka penelitian ini mengambil judul **"Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan *Brand Image* terhadap Kepuasan Konsumen Mie Gacoan di Cabang Pamulang"**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, penelitian ini mendapatkan beberapa rumusan masalah, diantaranya :

- a. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen Mie Gacoan di Cabang Pamulang?
- b. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Mie Gacoan di Cabang Pamulang?
- c. Bagaimana pengaruh *brand image* terhadap kepuasan konsumen di Mie Gacoan Cabang Pamulang?
- d. Bagaimana model kepuasan konsumen Mie Gacoan Cabang Pamulang?

1.3 Tujuan penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang, penelitian ini mendapatkan beberapa rumusan

masalah, diantaranya :

- a. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen Mie Gacoan di Cabang Pamulang.
- b. Untuk mengetahui Pengaruh kualitas pelayanan memengaruhi kepuasan konsumen Mie Gacoan di Cabang Pamulang.
- c. Untuk mengetahui Pengaruh *brand image* memengaruhi kepuasan konsumen di Mie Gacoan Cabang Pamulang.
- d. Untuk mengetahui model kepuasan konsumen di Mie Gacoan Cabang Pamulang.

1.4 Batasan Masalah

Berdasarkan beberapa rumusan masalah, penelitian ini dibatasi pada Mie Gacoan di Cabang Pamulang dengan fokus pada variabel harga, kualitas, dan *brand image* yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

1.5 Sistematika Penulisan

Adapun garis besar dari skripsi ini, diantaranya :

BAB 1

PENDAHULUAN

Bab ini membahas mengenai latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, dan sistematik penulisan.

BAB 2

LANDASAN TEORI

Bab ini membahas teori – teori yang berkaitan dengan penelitian.

BAB 3

METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini membahas diagram alir penelitian dari mulainya proses awal hingga penyelesaian masalah.

BAB 4

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas tentang menganalisis hasil penelitian dari pengolahan data yang dihasilkan dari jawaban responden.

BAB 5

KESIMPULAN

Bab ini berisi uraian kesimpulan dan saran.