

Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi Pemasaran (Studi Kasus Mie Gacoan Antasari Bandar Lampung)

Umi Kulsum^{1*}, Tanti², Ulfia Anis Arroisah³, Vicky F Sanjaya⁴

^{1,2,3,4}Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung,
Indonesia

**Corresponding Author: umikulsum120903@gmail.com*

Received: 28/08/2024 | Revised: 18/09/2024 | Accepted: 21/11/2024 | Published: 14/12/2024

Abstract: This study analyzes the marketing strategy of Mie Gacoan using the SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) method to formulate relevant competitive strategies. Through the IFE (Internal Factor Evaluation) matrix, strengths such as unique menu variations, competitive pricing, and strategic locations were identified. Meanwhile, weaknesses include limited production capacity and dependency on local raw materials. The EFE (External Factor Evaluation) matrix highlights major opportunities, including the fast-food consumption trend and the growth of digital platforms, as well as threats such as intense competition and raw material price fluctuations. The analysis results indicate that Mie Gacoan is positioned in Quadrant I, suggesting the potential to adopt an aggressive growth strategy. This strategy includes menu innovation, market expansion through digital platforms, and increasing production capacity. With a total IFE score of 3.80 and EFE score of 4.20, Mie Gacoan has significant opportunities to enhance its competitiveness in the fast-food market.

Keywords: EFE, IFE, marketing strategy, mie gacoan, SWOT

PENDAHULUAN

Industri kuliner di Indonesia terus berkembang dengan pesat terutama pada sapi makanan cepat saji seperti Persaingan di sektor ini yang ketat dan seiring dengan meningkatnya minat konsumen terhadap produk makanan yang praktis dan terjangkau. Mie Gacoan sebagai salah satu merek yang tengah naik daun menghadapi tantangan besar untuk mempertahankan pangsa pasar dan meningkatkan daya saingannya. Perusahaan ini dikenal dengan konsep makanan cepat saji berbasis milenial menawarkan variasi menu unik dengan harga yang kompetitif sehingga persaingan dengan pemain besar seperti bakmi GM dan berbagai waralaba internasional memaksa Mie Gacoan untuk terus berinovasi dalam strategi pemasaran dimana menurut para ahli strategi pemasaran yang tepat tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan tetapi juga memperkuat loyalitas mereka.

Mie Gacoan perlu memahami lingkungan bisnisnya secara menyeluruh baik dari aspek internal maupun eksternal di mana analisis SWOT merupakan pendekatan yang relevan untuk mengetahui dan mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman sehingga strategi pemasaran dapat dirancang dengan optimal. Kekuatan internal Mie Gacoan meliputi menu yang variatif dan kreatif sehingga sistem harga yang ramah kantong serta lokasi yang strategi di mana di sisi lain kelemahan seperti keterbatasan kapasitas produksi dengan ketergantungan pada bahan baku lokal harus segera diatasi



untuk mendukung pertumbuhan bisnis sementara di tingkat eksternal peluang usaha datang dari meningkatnya mengkonsumsi makanan cepat saji dan potensi ekspansi pada platform digital.

Ancaman yang Dihadapi oleh Mie Gacoan cukup Kompleks termasuk persaingan yang semakin ketat dari kompetitor lokal dan global, fluktuasi harga bahan baku serta perubahan preferensi konsumen yang mana oleh karena itu strategi pemasaran yang disusun harus mampu memanfaatkan peluang sembari memindahkan risiko yang ada. Studi ini bertujuan untuk memberikan gambaran komprehensif tentang bagaimana Mie Gacoan dapat menggunakan analisis SWOT untuk merancang strategi pemasaran yang efektif dan penelitian ini juga akan membahas bagaimana perusahaan dapat memposisikan diri sebagai kompetitif di pasar makanan cepat saji yang terus berkembang (Nasution *et al.*, 2024).

Melalui pemahaman kondisi pasar dan perilaku konsumen Mie Gacoan diharapkan mampu menciptakan keunggulan bersaing yang berkelanjutan dan strategi pertumbuhan agresif menjadi pendekatan utama yang dapat membantu perusahaan memperluas jaringan, meningkatkan inovasi produk, dan memperkuat brand image di kalangan konsumen.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan literatur tentang strategi pemasaran berbasis analisis SWOT khususnya pada sektor kuliner Selain itu Hasil studi ini dapat menjadi acuan praktis bagi manajemen Mie Gacoan dalam merancang kebijakan pemasaran yang lebih efektif sehingga pada akhirnya strategi pemasaran yang diimplementasikan harus mampu menjawab kebutuhan konsumen serta tugas memperkuat posisi Mie Gacoan di industri makanan cepat saji melalui hal ini perusahaan dapat menjaga pertumbuhan yang berkelanjutan dan menghadapi tantangan pasar dengan lebih percaya diri.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk memberikan gambaran mendarat tentang strategi pemasaran yang dilakukan oleh Mie Gacoan. Data penelitian diperoleh melalui wawancara langsung dengan pihak manajemen, Observasi lapangan serta tinjauan dokumen internal perusahaan yang banyak pendekatan ini bertujuan untuk memahami kondisi aktual bisnis dari berbagai perspektif.

Data primer dikumpulkan dengan metode wawancara terstruktur dalam semi terstruktur yang melibatkan pihak internal perusahaan, termasuk manajer pemasaran dan staf operasional. Selain itu observasi langsung dilakukan di berbagai cabang untuk mengidentifikasi implementasi strategi pemasaran serta interaksi dengan pelanggan.

Data sekunder diperoleh dari berbagai sumber literatur seperti laporan industri, jurnal akademik serta artikel yang relevan di mana seluruh data dianalisis menggunakan matriks IFE dan EFE untuk mengevaluasi faktor internal dan eksternal perusahaan yang kemudian digunakan dalam analisis SWOT untuk merumuskan strategi pemasaran yang optimal (Rusli, 2021).

Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain deskriptif. Pendekatan ini dipilih untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai kondisi internal dan eksternal Mie Gacoan dalam konteks penentuan strategi pemasaran.



Penelitian tidak bertujuan menguji hipotesis, tetapi memetakan faktor strategis yang memengaruhi kinerja pemasaran secara sistematis.

Objek dan Lokasi Penelitian

Objek penelitian adalah Mie Gacoan cabang Antasari, Bandar Lampung. Pemilihan lokasi didasarkan pada intensitas persaingan usaha kuliner, karakteristik konsumen muda, serta peran cabang ini sebagai representasi strategi pemasaran Mie Gacoan di wilayah perkotaan.

Jenis dan Sumber Data

Penelitian menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dari informan internal perusahaan yang terlibat dalam aktivitas pemasaran dan operasional. Data sekunder diperoleh dari dokumen internal perusahaan, laporan industri, jurnal ilmiah, buku teks, serta publikasi lain yang relevan dengan analisis strategi pemasaran dan SWOT.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui tiga teknik utama. Pertama, wawancara semi terstruktur dengan pihak manajemen dan staf operasional untuk menggali informasi terkait strategi pemasaran, keunggulan kompetitif, serta kendala yang dihadapi perusahaan. Kedua, observasi lapangan untuk mengamati langsung aktivitas pemasaran, pola pelayanan, dan interaksi dengan pelanggan di outlet. Ketiga, studi dokumentasi terhadap laporan internal dan literatur pendukung guna memperkuat validitas temuan lapangan.

Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan secara bertahap dan sistematis. Data yang telah dikumpulkan diklasifikasikan ke dalam faktor internal dan eksternal perusahaan. Faktor internal dianalisis menggunakan Matriks Internal Factor Evaluation (IFE) untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan. Faktor eksternal dianalisis menggunakan Matriks External Factor Evaluation (EFE) untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman.

Hasil dari matriks IFE dan EFE selanjutnya dipetakan ke dalam Matriks SWOT untuk menentukan posisi strategis perusahaan. Posisi ini digunakan sebagai dasar perumusan alternatif strategi pemasaran yang relevan dan aplikatif bagi Mie Gacoan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis SWOT adalah alat strategis yang digunakan untuk mengevaluasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi kinerja perusahaan. Dalam konteks Mie Gacoan, analisis ini dilakukan untuk mengidentifikasi empat elemen utama: kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weaknesses*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*). Proses ini membantu manajemen memahami kondisi internal perusahaan serta faktor eksternal yang dapat mempengaruhi keberlanjutan dan pertumbuhannya. Dengan demikian, analisis SWOT menjadi dasar yang kuat dalam merumuskan strategi pemasaran yang tepat untuk mencapai tujuan jangka panjang.

Kekuatan (*Strengths*) yang dimiliki Mie Gacoan, seperti cita rasa unik, harga terjangkau, dan lokasi yang strategis, memungkinkan perusahaan untuk menarik pelanggan. Kekuatan lainnya adalah desain outlet yang menarik bagi konsumen muda dan beragamnya variasi menu yang disediakan. Kekuatan-kekuatan ini memberikan keunggulan kompetitif yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan posisi Mie Gacoan.



di pasar kuliner. Dengan memanfaatkan kekuatan ini, Mie Gacoan dapat menarik lebih banyak pelanggan dan mempertahankan loyalitas mereka.

Namun, seperti halnya perusahaan lainnya, Mie Gacoan juga memiliki kelemahan (*Weaknesses*) yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan daya saing. Salah satu kelemahan utama adalah waktu pelayanan yang cukup lama pada jam sibuk, yang dapat menyebabkan ketidakpuasan pelanggan. Selain itu, terbatasnya inovasi pada menu minuman dan kurangnya promosi di beberapa wilayah baru menjadi faktor penghambat pertumbuhan. Menangani kelemahan ini akan menjadi langkah penting dalam meningkatkan pengalaman pelanggan dan memperkuat daya tarik Mie Gacoan.

Peluang (*Opportunities*) yang tersedia untuk Mie Gacoan meliputi tren makanan pedas yang terus berkembang di kalangan konsumen muda dan peningkatan penggunaan platform pengantaran makanan digital. Dengan memanfaatkan tren ini, Mie Gacoan dapat memperluas pasar dan meningkatkan penjualannya. Ancaman (*Threats*) yang dihadapi Mie Gacoan termasuk persaingan yang semakin ketat dari restoran dan kedai makanan lain yang menawarkan konsep serupa, serta fluktuasi harga bahan baku yang dapat memengaruhi biaya operasional. Oleh karena itu, analisis terhadap ancaman ini akan membantu Mie Gacoan mengembangkan strategi mitigasi yang efektif untuk menghadapi tantangan di pasar (Dongoran *et al.*, 2024).

Kekuatan utama Mie Gacoan terletak pada variasi menu pedas yang menjadi ciri khas dan daya tarik utama bagi pelanggan. Menu pedas yang dapat disesuaikan dengan selera masing-masing konsumen menawarkan pengalaman makan yang unik dan memuaskan, sehingga menarik bagi pecinta kuliner pedas. Selain itu, Mie Gacoan terus berinovasi dengan menambahkan variasi menu lainnya yang tidak hanya fokus pada mie, tetapi juga pilihan makanan pelengkap yang dapat dinikmati oleh berbagai kalangan.

Harga yang terjangkau juga menjadi kekuatan besar Mie Gacoan, memungkinkan restoran ini untuk menjangkau berbagai segmen pasar, terutama kalangan menengah ke bawah. Dengan harga yang bersaing, Mie Gacoan dapat menarik pelanggan yang ingin menikmati hidangan lezat tanpa harus merogoh kocek terlalu dalam. Hal ini menjadikan Mie Gacoan pilihan utama bagi konsumen yang mencari pengalaman kuliner berkualitas namun terjangkau.

Desain outlet yang modern dan menarik menjadi daya tarik visual yang kuat bagi Mie Gacoan. Outlet yang dirancang dengan konsep kekinian dan nyaman menciptakan suasana yang menarik bagi pelanggan, terutama generasi muda yang mengutamakan estetika dalam memilih tempat makan. Ditambah dengan lokasi yang strategis, Mie Gacoan semakin mudah dijangkau oleh konsumen, baik di pusat kota maupun daerah dengan kepadatan tinggi. Kombinasi dari kekuatan desain outlet dan lokasi yang mudah diakses memberikan keunggulan kompetitif yang signifikan bagi Mie Gacoan di pasar kuliner (Rahmadani *et al.*, 2023).

Tabel 1. Penilaian Kekuatan Dan Kelemahan Mie Gacoan Berdasarkan Matriks IFE

Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
Cita rasa unik	0,15	4	0,60
Harga terjangkau	0,15	5	0,75
Lokasi strategis	0,10	4	0,40
Desain modern yang menarik	0,10	4	0,40



Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
Kurangnya inovasi di menu minuman	0,10	2	0,20
Waktu pelayanan lama	0,10	2	0,20
Total	1,00		2,55

Tabel 1 dalam hasil analisis menunjukkan Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*) untuk Mie Gacoan, yang digunakan untuk menilai kekuatan dan kelemahan internal perusahaan. Matriks ini menilai berbagai faktor internal berdasarkan bobot dan rating yang dihitung untuk mengetahui kontribusi masing-masing faktor terhadap keberhasilan perusahaan. Setiap faktor diberi bobot yang mencerminkan pentingnya faktor tersebut terhadap kinerja perusahaan, dengan total bobot yang dijumlahkan menjadi 1,00. Rating yang diberikan untuk setiap faktor mencerminkan seberapa baik Mie Gacoan mengelola faktor tersebut, dengan nilai 1 menunjukkan sangat buruk dan 5 menunjukkan sangat baik (Alwi *et al.*, 2024).

Pada tabel tersebut, salah satu kekuatan utama Mie Gacoan adalah cita rasa unik yang menjadi daya tarik utama bagi pelanggan. Faktor ini diberi bobot 0,15 dan rating 4, dengan skor 0,60. Cita rasa yang berbeda dan khas dari menu pedas yang disediakan Mie Gacoan berhasil menarik perhatian banyak pelanggan, terutama mereka yang menyukai makanan pedas. Hal ini menunjukkan bahwa Mie Gacoan memiliki posisi yang kuat dalam hal produk yang ditawarkan.

Selain itu, harga terjangkau juga menjadi kekuatan besar bagi Mie Gacoan, dengan bobot 0,15 dan rating 5, menghasilkan skor 0,75. Harga yang kompetitif memungkinkan Mie Gacoan untuk menjangkau berbagai segmen pasar, terutama konsumen muda yang mencari makanan enak dengan harga yang bersahabat. Strategi harga yang tepat ini mendukung daya saing Mie Gacoan di pasar yang semakin kompetitif.

Namun, ada kelemahan yang perlu diperhatikan, seperti kurangnya inovasi di menu minuman, yang diberi bobot 0,10 dan rating 2, dengan skor 0,20. Kelemahan ini menunjukkan bahwa meskipun Mie Gacoan menawarkan menu makanan yang beragam, menu minuman mereka masih terbatas dan perlu diperbarui agar dapat menarik lebih banyak pelanggan. Selain itu, waktu pelayanan yang lama, yang juga diberi bobot 0,10 dan rating 2, menghasilkan skor 0,20. Hal ini menandakan bahwa Mie Gacoan perlu meningkatkan efisiensi pelayanan untuk menjaga kepuasan pelanggan, terutama pada jam sibuk (Salsabila *et al.*, 2024).

Salah satu kelemahan utama yang dihadapi Mie Gacoan adalah waktu pelayanan yang lama, terutama pada jam sibuk. Waktu tunggu yang terlalu lama dapat mengurangi kepuasan pelanggan dan berpotensi menyebabkan mereka memilih pesaing yang menawarkan layanan yang lebih cepat. Pada saat jam sibuk, antrian panjang dan keterlambatan dalam pengolahan pesanan bisa mengganggu pengalaman pelanggan, yang pada gilirannya mempengaruhi loyalitas mereka. Oleh karena itu, Mie Gacoan perlu meningkatkan efisiensi operasional, seperti menambah jumlah karyawan atau memperbaiki sistem manajemen antrian untuk mengurangi waktu tunggu.

Kelemahan lainnya adalah terbatasnya inovasi di menu minuman. Meskipun Mie Gacoan memiliki menu makanan yang beragam dan digemari banyak pelanggan, variasi minuman yang ditawarkan masih sangat terbatas. Hal ini bisa menjadi penghambat bagi pelanggan yang ingin mendapatkan pilihan minuman yang seimbang dengan menu makanan mereka. Oleh karena itu, Mie Gacoan dapat mempertimbangkan untuk



menambah berbagai pilihan minuman yang inovatif dan menarik untuk menarik pelanggan lebih banyak, serta menjaga keberagaman penawaran di restoran mereka (Lubis dan Limbong, 2024).

Selain itu, Mie Gacoan juga menghadapi kelemahan dalam hal kurangnya sistem teknologi yang mendukung pemesanan. Sistem pemesanan yang lebih terorganisir dan berbasis teknologi akan sangat membantu dalam meningkatkan efisiensi operasional, terutama untuk menerima dan memproses pesanan lebih cepat. Integrasi aplikasi pemesanan atau sistem manajemen restoran yang lebih canggih dapat membantu mengurangi kesalahan pemesanan, mengatur stok bahan makanan secara lebih efisien, dan mempercepat waktu pelayanan. Pengembangan dan investasi dalam teknologi ini bisa sangat bermanfaat dalam jangka panjang, mengingat perubahan perilaku konsumen yang semakin mengandalkan teknologi dalam berbagai aspek kehidupan.

Mie Gacoan memiliki beberapa peluang yang dapat dimanfaatkan untuk memperkuat posisinya di pasar. Salah satu peluang utama adalah tren makanan pedas yang semakin populer di kalangan konsumen. Makanan pedas telah menjadi pilihan favorit banyak orang, terutama di kalangan generasi muda yang mencari pengalaman makan yang berbeda dan menantang. Dengan menawarkan variasi menu pedas yang unik dan dapat disesuaikan dengan selera konsumen, Mie Gacoan dapat menarik lebih banyak pelanggan dan memperluas jangkauan pasarnya. Tren ini memberikan kesempatan besar untuk memperkenalkan produk baru dan menciptakan daya tarik yang lebih besar terhadap brand Mie Gacoan.

Selain itu, popularitas platform digital untuk pemesanan makanan juga membuka peluang besar bagi Mie Gacoan. Semakin banyak konsumen yang lebih memilih memesan makanan secara online menggunakan aplikasi seperti GoFood dan GrabFood, yang memberikan kenyamanan dan kecepatan dalam menikmati makanan favorit mereka. Dengan menjalin kemitraan dengan platform-platform pengantaran makanan ini, Mie Gacoan dapat memperluas pasar dan mencapai pelanggan di luar wilayah outlet fisiknya. Platform digital ini tidak hanya memperluas jangkauan geografis tetapi juga memberikan cara yang efisien dan mudah untuk memesan makanan, meningkatkan volume penjualan (Fitriawati, 2024).

Peluang lain yang dapat dimanfaatkan adalah perubahan gaya hidup masyarakat, di mana semakin banyak orang yang cenderung memilih makan di luar rumah atau memesan makanan dari luar karena kesibukan pekerjaan atau gaya hidup yang lebih dinamis. Hal ini membuka pasar yang lebih luas bagi restoran yang dapat menawarkan kenyamanan, harga terjangkau, dan kualitas makanan yang konsisten. Dengan memanfaatkan tren ini, Mie Gacoan bisa mengembangkan konsep pemasaran yang lebih terintegrasi, baik dengan memanfaatkan teknologi maupun dengan meningkatkan kualitas pelayanan untuk menarik pelanggan yang lebih luas.

Matriks EFE (*External Factor Evaluation*) digunakan untuk menilai faktor-faktor eksternal yang memengaruhi kinerja Mie Gacoan, yakni peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Threats*) yang ada di pasar. Tabel yang disajikan menunjukkan berbagai faktor eksternal yang berperan dalam menentukan strategi pemasaran Mie Gacoan. Setiap faktor diberikan bobot yang menunjukkan pentingnya faktor tersebut terhadap perusahaan, serta rating yang mengukur sejauh mana perusahaan dapat memanfaatkan atau menghadapinya.



Tabel 2. Peluang Dan Ancaman Mie Gacoan Berdasarkan Matriks EFE

Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Tren makanan pedas	0,15	5	0,75
Peningkatan penggunaan platform digital	0,15	4	0,60
Pertumbuhan pelanggan generasi muda	0,10	4	0,40
Munculnya kompetitor baru	0,15	3	0,45
Fluktuasi harga bahan baku	0,10	2	0,20
Total	1,00		2,40

Berdasarkan matriks tersebut, faktor *tren makanan pedas* diberi bobot 0,15 dan rating 5, menghasilkan skor 0,75. Hal ini menunjukkan bahwa tren makanan pedas merupakan peluang yang sangat besar bagi Mie Gacoan, mengingat popularitas makanan pedas yang terus meningkat, terutama di kalangan konsumen muda. Mie Gacoan dapat memanfaatkan tren ini untuk menarik lebih banyak pelanggan dengan menawarkan variasi menu pedas yang lebih inovatif dan menarik (Wati dan Armaniah, 2024).

Faktor *peningkatan penggunaan platform digital* juga merupakan peluang penting dengan bobot 0,15 dan rating 4, menghasilkan skor 0,60. Dengan semakin banyaknya konsumen yang memanfaatkan platform pengantaran makanan digital seperti GoFood dan GrabFood, Mie Gacoan memiliki kesempatan besar untuk memperluas pasar dengan mengoptimalkan kemitraan dengan platform tersebut. Selain itu, *pertumbuhan pelanggan generasi muda* dengan rating 4 (skor 0,40) menunjukkan bahwa kelompok ini merupakan segmen yang potensial bagi Mie Gacoan, yang sudah dikenal dengan desain outlet modern dan menu yang cocok dengan selera generasi muda.

Namun, ada juga ancaman yang harus diperhatikan, seperti *munculnya kompetitor baru* yang diberi bobot 0,15 dan rating 3, menghasilkan skor 0,45. Persaingan yang semakin ketat dari restoran dengan konsep serupa mengharuskan Mie Gacoan untuk meningkatkan inovasi dan diferensiasi untuk tetap unggul. Selain itu, *fluktuasi harga bahan baku* yang diberi rating 2 (skor 0,20) menjadi ancaman yang dapat memengaruhi biaya operasional Mie Gacoan. Fluktuasi ini dapat menekan margin keuntungan dan memaksa perusahaan untuk mengelola biaya dengan lebih efisien. Secara keseluruhan, skor total matriks EFE sebesar 2,40 menunjukkan bahwa Mie Gacoan dapat memanfaatkan peluang yang ada dengan baik, namun perlu meningkatkan strategi untuk mengatasi ancaman yang muncul.

Ancaman utama yang dihadapi Mie Gacoan adalah kompetisi yang semakin ketat dengan munculnya kompetitor baru di pasar. Industri kuliner, terutama yang menawarkan makanan cepat saji dan konsep serupa, semakin ramai dengan banyaknya restoran atau kedai baru yang bermunculan. Para pesaing ini sering kali membawa inovasi baru, baik dari segi menu maupun pelayanan, yang bisa menarik pelanggan dari Mie Gacoan. Oleh karena itu, Mie Gacoan perlu terus berinovasi, menjaga kualitas produk, dan memperkuat loyalitas pelanggan agar tetap unggul di pasar yang kompetitif ini.

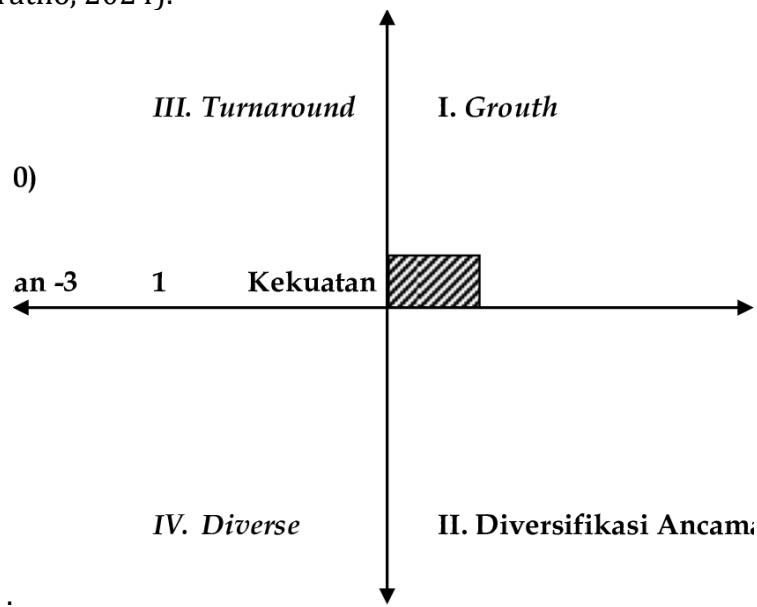
Selain itu, ketergantungan pada bahan baku yang harganya fluktuatif menjadi ancaman yang signifikan bagi Mie Gacoan. Fluktuasi harga bahan baku, terutama bahan-bahan utama untuk menu mie pedas, dapat memengaruhi margin keuntungan dan kestabilan biaya operasional. Ketergantungan pada pemasok tertentu juga berisiko jika terjadi gangguan pasokan. Mie Gacoan perlu mengelola pemasok dengan bijak dan



mempertimbangkan diversifikasi sumber bahan baku agar lebih stabil dalam menghadapi perubahan harga yang tak terduga (Wijayaningsih *et al.*, 2024).

Hasil analisis SWOT menempatkan Mie Gacoan pada Kuadran I dalam diagram SWOT, yang menunjukkan bahwa perusahaan berada dalam posisi yang sangat menguntungkan. Posisi ini berarti Mie Gacoan memiliki kekuatan internal yang kuat dan dapat memanfaatkan peluang eksternal yang ada untuk mencapai pertumbuhan yang pesat. Dengan kekuatan dalam hal cita rasa unik, harga terjangkau, serta tren makanan pedas yang berkembang, Mie Gacoan memiliki fondasi yang solid untuk mengembangkan dan memperluas pasarnya lebih jauh.

Posisi di Kuadran I ini mendorong Mie Gacoan untuk mengimplementasikan strategi agresif, yang berfokus pada ekspansi dan penguatan posisi pasar. Strategi ini dapat meliputi peningkatan jumlah cabang, memperluas kemitraan dengan platform pengantaran makanan, dan memperkenalkan inovasi produk yang menarik. Dengan memanfaatkan peluang pasar yang ada, seperti permintaan tinggi akan makanan pedas dan pertumbuhan penggunaan teknologi digital, Mie Gacoan dapat mempercepat pertumbuhannya dan mempertahankan daya saing di pasar yang semakin kompetitif (Assidiqi dan Suratno, 2024).



Gambar 1. Grafik Analisis SWOT dalam Mie Gacoan

Strategi SO (*Strengths-Opportunities*) berfokus pada memanfaatkan kekuatan internal yang dimiliki oleh Mie Gacoan untuk menangkap peluang yang ada di pasar. Salah satu cara untuk melaksanakan strategi ini adalah dengan memperluas jaringan melalui platform pengantaran online. Dengan meningkatnya penggunaan aplikasi pengantaran makanan seperti GoFood dan GrabFood, Mie Gacoan memiliki peluang besar untuk menjangkau lebih banyak pelanggan tanpa terbatas oleh lokasi fisik. Kemitraan dengan platform-platform ini memungkinkan Mie Gacoan untuk memperluas cakupan pasar dan meningkatkan volume penjualan, terutama di wilayah yang belum terjangkau oleh outlet fisik.

Selain itu, strategi SO juga mencakup penambahan inovasi menu untuk menarik lebih banyak pelanggan dan memenuhi permintaan pasar yang terus berkembang. Mie Gacoan dapat memperkenalkan varian menu baru yang lebih beragam, termasuk pilihan sehat atau minuman yang lebih menarik, untuk menarik segmen pasar yang lebih luas.

Dengan memanfaatkan kekuatan dalam hal variasi menu pedas dan tren makanan, Mie Gacoan dapat terus berinovasi dan menciptakan daya tarik bagi pelanggan yang lebih beragam. Hal ini juga memungkinkan Mie Gacoan untuk tetap relevan dan kompetitif di pasar yang dinamis.

Strategi WO (Weaknesses-Opportunities) bertujuan untuk mengatasi kelemahan yang ada dengan memanfaatkan peluang yang tersedia. Salah satu kelemahan utama Mie Gacoan adalah waktu pelayanan yang lama pada jam sibuk. Untuk mengatasi kelemahan ini, Mie Gacoan dapat memanfaatkan peluang yang ada dengan memperbaiki sistem reservasi dan pemesanan melalui aplikasi digital atau sistem antrian online. Dengan adanya sistem yang lebih efisien, pelanggan dapat memesan makanan lebih cepat, mengurangi waktu tunggu, dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Sistem yang lebih terorganisir juga dapat membantu manajemen lebih baik dalam mengelola lonjakan pesanan pada jam-jam sibuk (Pradini *et al.*, 2024).

Selain itu, Mie Gacoan dapat memanfaatkan tren penggunaan platform digital untuk mengurangi kelemahan dalam hal promosi dan peningkatan brand awareness. Dengan lebih banyak pelanggan yang mengandalkan aplikasi pemesanan online dan media sosial, Mie Gacoan dapat memperbaiki strategi pemasarannya dengan memanfaatkan fitur-fitur digital seperti iklan bertarget, promo khusus di platform pengantaran, atau kolaborasi dengan influencer. Hal ini tidak hanya memperbaiki waktu tunggu dan kualitas pelayanan, tetapi juga meningkatkan visibilitas merek dan menarik lebih banyak pelanggan.

Kemajuan teknologi, terutama dalam platform pengantaran makanan seperti GrabFood dan GoFood, memberikan peluang besar bagi Mie Gacoan untuk memperluas jangkauan pasarnya. Dengan semakin populernya penggunaan aplikasi pengantaran makanan di kalangan konsumen, Mie Gacoan dapat memanfaatkan platform ini untuk meningkatkan penjualannya. Kolaborasi dengan aplikasi seperti GrabFood dan GoFood memungkinkan Mie Gacoan menjangkau pelanggan yang lebih luas, bahkan di luar wilayah yang terjangkau oleh outlet fisik mereka. Selain itu, kemudahan yang ditawarkan oleh platform digital ini juga meningkatkan kenyamanan pelanggan, yang semakin memilih untuk memesan makanan dari rumah atau kantor (Afriliani, 2023).

Selain itu, teknologi digital juga dapat membantu Mie Gacoan dalam mengelola operasional restoran secara lebih efisien. Misalnya, dengan menggunakan sistem manajemen restoran yang terintegrasi, Mie Gacoan dapat memantau tingkat persediaan bahan baku, mengelola pesanan dengan lebih baik, serta meningkatkan koordinasi antar bagian dalam restoran. Implementasi teknologi ini akan mempercepat proses pemesanan dan mengurangi potensi kesalahan dalam pengolahan pesanan, sehingga meningkatkan pengalaman pelanggan secara keseluruhan.

Demi mempertahankan kepuasan pelanggan, terutama pada jam sibuk, efisiensi pelayanan menjadi kunci. Waktu tunggu yang lama pada jam sibuk seringkali menjadi salah satu faktor yang membuat pelanggan kecewa. Oleh karena itu, Mie Gacoan perlu berfokus pada peningkatan kualitas layanan dengan mengoptimalkan manajemen antrian dan proses pelayanan. Salah satu cara yang dapat diterapkan adalah dengan menambah jumlah staf pada jam-jam sibuk atau memperkenalkan sistem pemesanan online yang memungkinkan pelanggan untuk mengurangi waktu tunggu di tempat. Pendekatan ini, Mie Gacoan tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan, tetapi juga meningkatkan efisiensi operasional secara keseluruhan.

Selain itu, pelatihan bagi karyawan untuk memberikan pelayanan yang lebih cepat dan ramah juga sangat penting. Karyawan yang terlatih dengan baik dapat menangani



pesan dengan lebih efisien dan memastikan setiap pelanggan merasa dihargai. Pelayanan yang cepat dan profesional tidak hanya mempengaruhi kepuasan pelanggan tetapi juga meningkatkan peluang pelanggan untuk kembali dan merekomendasikan Mie Gacoan kepada orang lain. Dengan meningkatkan kualitas layanan, Mie Gacoan dapat membangun loyalitas pelanggan yang kuat, yang sangat penting dalam industri makanan yang sangat kompetitif ini (Pralampita *et al.*, 2024).

Menambahkan menu baru secara berkala adalah strategi yang dapat meningkatkan daya tarik pelanggan dan menjaga loyalitas mereka. Pelanggan cenderung bosan dengan menu yang itu-itu saja, sehingga keberagaman menu yang ditawarkan oleh Mie Gacoan akan memberikan pilihan yang lebih banyak dan menarik. Misalnya, menawarkan pilihan menu yang lebih sehat atau edisi terbatas dengan bahan-bahan unik bisa menarik pelanggan yang mencari sesuatu yang baru. Diversifikasi menu juga bisa membantu Mie Gacoan menjangkau segmen pasar yang lebih luas, termasuk mereka yang memiliki preferensi makanan berbeda.

Selain itu, dengan memperkenalkan inovasi pada menu, Mie Gacoan dapat menciptakan buzz di kalangan pelanggan dan media sosial, yang pada gilirannya dapat menarik lebih banyak pelanggan. Misalnya, menu edisi terbatas atau menu musiman dapat menciptakan kesan eksklusivitas dan urgensi bagi pelanggan untuk mencoba makanan tersebut sebelum stok habis. Dengan strategi ini, Mie Gacoan tidak hanya dapat menjaga minat pelanggan yang sudah ada, tetapi juga menarik pelanggan baru yang ingin mencoba pengalaman kuliner yang berbeda.

Menggunakan media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Facebook untuk promosi dapat membantu Mie Gacoan menjangkau generasi muda yang merupakan target utama mereka. Media sosial adalah platform yang sangat efektif untuk membangun brand awareness dan berinteraksi langsung dengan pelanggan. Mie Gacoan dapat memanfaatkan fitur-fitur seperti Instagram Stories, TikTok challenges, atau konten promosi untuk menarik perhatian konsumen. Dengan membuat konten yang menarik dan relevan dengan tren yang sedang berkembang, Mie Gacoan dapat meningkatkan visibilitas merek dan memperkuat hubungan dengan pelanggan (Sitompul *et al.*, 2024).

Selain itu, media sosial juga memberikan kesempatan untuk menjalankan kampanye pemasaran yang lebih tersegmentasi dan berbasis lokasi. Mie Gacoan dapat menggunakan data dari platform ini untuk menargetkan iklan kepada audiens yang tepat, baik berdasarkan minat maupun lokasi geografis. Hal ini memungkinkan promosi yang lebih efisien dan dapat meningkatkan konversi penjualan. Dengan memanfaatkan media sosial secara maksimal, Mie Gacoan dapat menciptakan buzz yang lebih besar, menarik perhatian pelanggan baru, serta meningkatkan loyalitas pelanggan lama.

Diversifikasi pemasok bahan baku dapat membantu Mie Gacoan mengatasi fluktuasi harga bahan mentah yang sering terjadi. Ketergantungan pada satu atau dua pemasok utama dapat meningkatkan risiko jika terjadi gangguan pasokan atau lonjakan harga bahan baku. Dengan memiliki beberapa sumber pasokan untuk bahan utama, Mie Gacoan dapat lebih fleksibel dalam mengelola biaya dan menjaga kestabilan harga jual. Hal ini juga membantu perusahaan untuk tetap menjaga margin keuntungan meskipun ada perubahan dalam biaya bahan baku.

Selain itu, diversifikasi juga memberikan perlindungan terhadap risiko pasokan yang terkait dengan faktor eksternal seperti cuaca buruk atau kebijakan pemerintah yang memengaruhi impor bahan baku. Dengan memiliki lebih banyak pemasok dan hubungan bisnis yang baik dengan mereka, Mie Gacoan dapat memastikan bahwa mereka tetap dapat memenuhi permintaan pelanggan tanpa terhambat oleh gangguan pasokan.



Pengelolaan risiko operasional yang baik akan membantu perusahaan menjaga kelangsungan operasional dan stabilitas keuangan dalam jangka panjang.

Membuka cabang di kota-kota strategis yang memiliki potensi pasar tinggi adalah langkah penting untuk mendukung pertumbuhan agresif Mie Gacoan. Ekspansi ke wilayah baru tidak hanya memberikan peluang untuk menjangkau pelanggan baru, tetapi juga memperkuat posisi Mie Gacoan di pasar kuliner yang semakin kompetitif. Memilih lokasi yang tepat dengan potensi pasar yang besar, seperti kota-kota besar atau daerah dengan jumlah konsumen muda yang tinggi, akan memberikan dampak positif terhadap penjualan dan brand awareness (Kalista *et al.*, 2024).

Selain itu, ekspansi ke wilayah baru juga membuka peluang untuk meningkatkan pengaruh merek Mie Gacoan secara nasional. Setiap cabang baru yang dibuka dapat menciptakan buzz di media sosial dan menarik perhatian pelanggan yang mungkin belum pernah mendengar tentang Mie Gacoan sebelumnya. Dengan ekspansi yang terencana dengan baik, Mie Gacoan dapat memperluas jangkauannya, meningkatkan keuntungan, dan mengukuhkan dirinya sebagai salah satu pemain utama di pasar kuliner.

Mie Gacoan dapat memperkenalkan program loyalitas pelanggan untuk meningkatkan retensi dan memberikan insentif bagi pelanggan setia. Program ini bisa berbentuk diskon khusus, hadiah, atau sistem poin yang dapat ditukarkan dengan produk gratis atau potongan harga. Program loyalitas yang efektif akan mendorong pelanggan untuk kembali lebih sering, yang pada gilirannya akan meningkatkan frekuensi pembelian dan memperkuat hubungan dengan merek. Selain itu, pelanggan yang merasa dihargai melalui program loyalitas cenderung lebih bersedia untuk merekomendasikan Mie Gacoan kepada teman dan keluarga mereka.

Implementasi program loyalitas ini juga bisa dilakukan melalui aplikasi atau platform digital, yang memungkinkan Mie Gacoan untuk mengumpulkan data tentang kebiasaan dan preferensi pelanggan. Dengan data ini, perusahaan dapat menyesuaikan penawaran dan promosi yang lebih personal kepada pelanggan, meningkatkan relevansi dan efektivitas strategi pemasaran. Program loyalitas yang sukses tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan, tetapi juga memberikan keuntungan kompetitif yang signifikan di pasar kuliner yang sangat kompetitif (Marisca *et al.*, 2024).

Menggunakan data pelanggan secara efektif adalah kunci untuk memahami preferensi konsumen dan merancang strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran. Data pelanggan dapat memberikan wawasan mendalam tentang kebiasaan pembelian, produk favorit, serta waktu dan frekuensi pembelian mereka. Dengan informasi ini, Mie Gacoan dapat menyesuaikan penawaran mereka untuk memenuhi kebutuhan pasar yang spesifik, misalnya dengan menawarkan promo yang relevan atau menciptakan menu yang lebih disukai oleh konsumen. Analisis data pelanggan dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang pola konsumsi, yang pada gilirannya dapat meningkatkan konversi penjualan dan kepuasan pelanggan.

Selain itu, dengan menganalisis data pelanggan, Mie Gacoan dapat menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih personal dan menyenangkan. Misalnya, dengan menggunakan sistem manajemen hubungan pelanggan (CRM), perusahaan dapat memberikan rekomendasi menu berdasarkan riwayat pembelian sebelumnya atau menawarkan promosi yang disesuaikan dengan preferensi individu. Personalisasi seperti ini dapat meningkatkan loyalitas pelanggan karena mereka merasa dihargai dan diperhatikan.

Data pelanggan juga bisa memberikan wawasan terkait segmentasi pasar, yang memungkinkan Mie Gacoan untuk mengidentifikasi kelompok pelanggan yang berbeda



dan menyesuaikan strategi pemasaran sesuai dengan kebutuhan mereka. Sebagai contoh, pelanggan muda yang lebih aktif di media sosial dapat dijangkau melalui kampanye digital, sementara pelanggan yang lebih tua mungkin lebih menyukai pendekatan yang lebih tradisional seperti penawaran melalui email atau aplikasi pesan. Segmentasi pasar yang cermat dapat memaksimalkan efektivitas iklan dan promosi.

Menggunakan data pelanggan juga membantu Mie Gacoan dalam memperkirakan tren pasar dan permintaan produk. Berdasarkan dengan perilaku menganalisis data penjualan yang terkumpul dari berbagai lokasi atau platform pengantaran makanan, perusahaan dapat memahami tren makanan yang sedang diminati dan mengadaptasi menu mereka lebih cepat. Hal ini sangat penting dalam industri kuliner yang sangat dinamis dan cepat berubah, di mana preferensi konsumen bisa berubah dengan cepat.

Terakhir, penting untuk menjaga privasi dan keamanan data pelanggan dalam proses pengumpulan dan analisis. Pelanggan yang merasa aman bahwa informasi mereka tidak akan disalahgunakan cenderung lebih percaya dan loyal kepada perusahaan. Oleh karena itu, Mie Gacoan harus memastikan bahwa mereka memiliki kebijakan yang jelas dan transparan mengenai pengelolaan data pelanggan serta mematuhi peraturan yang berlaku, seperti peraturan perlindungan data pribadi (Pramiarsih, 2024).

Pengembangan sumber daya manusia (SDM) merupakan elemen penting dalam mencapai keberhasilan operasional, terutama dalam bisnis layanan seperti Mie Gacoan. Pelatihan karyawan dalam hal keterampilan layanan dan manajemen waktu sangat diperlukan agar mereka dapat memberikan pelayanan yang cepat, efisien, dan ramah. Karyawan yang terlatih dengan baik dapat menangani pelanggan dengan lebih profesional, mengurangi kesalahan dalam pemesanan, dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan keterampilan yang lebih baik, mereka juga dapat memberikan pengalaman makan yang lebih menyenangkan, yang dapat mendorong pelanggan untuk kembali.

Manajemen waktu adalah keterampilan kritis yang harus dimiliki oleh karyawan Mie Gacoan, terutama pada jam-jam sibuk. Proses pelayanan yang cepat dan efisien tidak hanya bergantung pada jumlah karyawan yang tersedia, tetapi juga pada kemampuan mereka untuk bekerja dalam tekanan waktu tanpa mengurangi kualitas pelayanan. Pelatihan manajemen waktu dapat membantu karyawan mengatur prioritas tugas mereka dengan lebih baik dan mengurangi waktu tunggu pelanggan, yang pada akhirnya meningkatkan kepuasan pelanggan.

Selain itu, pengembangan SDM di Mie Gacoan juga perlu mencakup pelatihan dalam hal teknologi dan sistem yang digunakan dalam operasional restoran. Dengan mengintegrasikan teknologi dalam proses pemesanan dan manajemen stok bahan baku, karyawan dapat bekerja lebih efisien dan mengurangi kesalahan. Pelatihan tentang penggunaan aplikasi atau perangkat lunak pemesanan dapat mempercepat proses dan mengurangi kebingungannya, memberikan keuntungan yang signifikan baik bagi pelanggan maupun perusahaan.

Investasi dalam pelatihan SDM juga berhubungan langsung dengan peningkatan motivasi dan kepuasan kerja karyawan. Karyawan yang merasa dihargai dan memiliki kesempatan untuk mengembangkan keterampilan mereka cenderung lebih loyal dan termotivasi. Selain itu, mereka akan lebih bersemangat dalam memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan, yang berdampak pada peningkatan performa perusahaan secara keseluruhan. Oleh karena itu, program pelatihan yang efektif akan menghasilkan karyawan yang lebih terampil dan termotivasi, yang pada akhirnya meningkatkan kualitas pelayanan di Mie Gacoan.



Akhirnya, pengembangan SDM yang berkelanjutan memungkinkan Mie Gacoan untuk menghadapi tantangan di masa depan dengan lebih siap. Melalui peningkatan keterampilan karyawan dalam berbagai aspek, seperti layanan pelanggan, teknologi, dan manajemen waktu, perusahaan dapat menjaga standar layanan yang tinggi, meningkatkan efisiensi operasional, dan memperkuat posisi kompetitifnya di pasar kuliner yang sangat dinamis (Aprilia dan Sari, 2023).

KESIMPULAN

Mie Gacoan, dengan kekuatan dalam hal cita rasa unik, harga terjangkau, dan desain outlet yang menarik, berada dalam posisi yang sangat menguntungkan untuk tumbuh dan berkembang di pasar kuliner yang semakin kompetitif. Analisis SWOT menunjukkan bahwa perusahaan memiliki peluang besar untuk memanfaatkan tren makanan pedas yang sedang berkembang, serta meningkatkan penjualannya melalui platform pengantaran makanan digital. Mie Gacoan juga dapat memanfaatkan peluang yang ada dengan terus berinovasi dalam hal menu dan memperluas cakupan pasarnya ke wilayah baru.

Namun, seperti banyak perusahaan lainnya, Mie Gacoan juga menghadapi beberapa tantangan, seperti persaingan yang semakin ketat dan ketergantungan pada bahan baku yang harganya fluktuatif. Untuk itu, perusahaan perlu meningkatkan efisiensi operasional, terutama dalam hal pengelolaan waktu pelayanan dan teknologi pemesanan, guna mengurangi kelemahan yang ada. Selain itu, peningkatan kualitas pelayanan dan pengelolaan risiko operasional akan menjadi faktor penting untuk memastikan keberlanjutan dan pertumbuhan yang stabil dalam jangka panjang.

Berdasarkan hasil analisis SWOT, Mie Gacoan sebaiknya mengimplementasikan strategi agresif untuk memanfaatkan peluang yang ada. Salah satu rekomendasi utama adalah memperluas jaringan melalui platform pengantaran makanan seperti GrabFood dan GoFood. Kemitraan dengan platform digital ini akan mempercepat penetrasi pasar dan memungkinkan Mie Gacoan untuk menjangkau lebih banyak pelanggan di luar area geografis outlet fisiknya. Selain itu, penggunaan teknologi untuk meningkatkan sistem pemesanan dan manajemen antrian dapat membantu mengurangi waktu tunggu dan meningkatkan pengalaman pelanggan.

Strategi diversifikasi menu juga harus menjadi fokus utama untuk mempertahankan minat pelanggan dan meningkatkan loyalitas. Mie Gacoan dapat menambah pilihan menu baru yang menarik, seperti menu sehat atau minuman inovatif, untuk menarik segmen pasar yang lebih luas. Program loyalitas pelanggan yang berbasis digital, seperti diskon untuk pelanggan setia atau sistem poin yang dapat ditukarkan, dapat memperkuat hubungan dengan pelanggan dan mendorong mereka untuk kembali lebih sering.

Selain itu, Mie Gacoan harus mempertimbangkan untuk membuka cabang di kota-kota strategis yang memiliki potensi pasar tinggi. Ekspansi ke wilayah baru akan memberikan kesempatan untuk memperkenalkan merek Mie Gacoan ke lebih banyak pelanggan dan memperkuat posisinya sebagai pemimpin di pasar kuliner. Sebagai bagian dari ekspansi, perusahaan juga harus terus mengoptimalkan penggunaan media sosial dan pemasaran digital untuk memperkuat brand awareness, terutama di kalangan konsumen muda yang merupakan target utama Mie Gacoan.

Secara keseluruhan, dengan memanfaatkan kekuatan internal dan peluang eksternal secara maksimal, serta mengatasi kelemahan dan ancaman yang ada, Mie



Gacoan dapat meningkatkan daya saingnya di pasar dan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan. Implementasi strategi yang tepat, didukung oleh teknologi dan inovasi yang berkelanjutan, akan membantu perusahaan untuk mempertahankan relevansi dan dominasi di industri kuliner yang terus berkembang.

ACKNOWLEDGEMENTS

Pertama-tama, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada manajemen dan staf Mie Gacoan atas dukungan dan kerjasama yang sangat berharga selama penelitian ini. Keterbukaan mereka dalam memberikan informasi terkait operasional, strategi, dan tantangan perusahaan sangat memperkaya penelitian ini. Tanpa bantuan mereka, analisis ini tidak akan terwujud, dan penulis sangat berterima kasih atas waktu dan usaha yang mereka berikan.

Penulis juga ingin menyampaikan apresiasi yang mendalam kepada pembimbing akademik dan dosen yang telah memberikan arahan serta masukan konstruktif. Bantuan mereka sangat penting dalam menyempurnakan pendekatan penelitian dan meningkatkan kualitas analisis. Penulis sangat bersyukur atas dukungan yang tak henti-hentinya, yang membantu saya untuk memahami dan mengatasi tantangan dalam penelitian ini.

Terakhir, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada keluarga dan teman-teman penulis yang selalu memberikan dorongan dan pengertian selama proses ini. Dukungan mereka, baik secara emosional maupun intelektual, menjadi sumber motivasi yang luar biasa. Saya sangat menghargai kesabaran dan keyakinan mereka kepada penulis yang memberikan kekuatan untuk menyelesaikan proyek ini dengan sukses.

DAFTAR PUSTAKA

- Afriliani, M. (2023). *Pemanfaatan digital marketing (aplikasi Gojek-GoFood) pada UMKM Pak Amin dalam peningkatan pemasaran produk pada masa pandemi COVID-19 (Doctoral dissertation, STIE Pembangunan Tanjungpinang)*. Repotori STIE Pembangunan Tanjungpinang. <http://repo.stie-pembangunan.ac.id/id/eprint/593/>
- Alwi, M. S., Aprilia, L., Aprilia, D., Kuntiani, R., & Limantara, A. D. (2024). Evaluasi strategi pemasaran digital produk Emina varian Brightening dengan metode Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) dalam upaya peningkatan daya saing produk. *Prosiding Simposium Nasional Manajemen dan Bisnis*, 3, 1285-1294. <https://doi.org/10.55927/sinmabis.v3i0.9482>
- Aprilia, D., & Sari, P. N. (2023). *Pengaruh brand image, persepsi harga, dan service quality terhadap keputusan pembelian Mie Gacoan cabang Mawar pada masyarakat Solo Raya (Doctoral dissertation, UIN Surakarta)*.
- Assidiqi, M. H., & Suranto, I. (2024). *Analisis SWOT untuk meningkatkan penjualan produk* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Dongoran, D., & Ardana, T. N. (2024). Analisis manajemen strategik pada McDonald's: studi kasus waralaba restoran cepat saji dengan pendekatan SWOT periode Oktober-Desember 2011. *Jurnal Ilmu Manajemen, Bisnis dan Ekonomi (JIMBE)*, 2(1), 44-50. <https://doi.org/10.56712/jimbe.v2i1.143>
- Fitriawati, A. T. (2024). Eksplorasi potensi pasar global bagi Restoran Gacoan di Klaten melalui platform e-commerce GoFood. *Management Sriwijaya: Proceedings of Economic Innovation*, 1, 1-9. <https://doi.org/10.36706/mspei.v1i1.1989>

- Lubis, P. K. D., & Limbong, N. (2024). Analisis kelayakan bisnis Mie Gacoan. *Future Academia: The Journal of Multidisciplinary Research on Scientific and Advanced*, 2(4), 749–760. <https://doi.org/10.59778/future.v2i4.245>
- Marisca, R. P. R., Kusumaningtyas, D., & Paramitha, D. A. (2024). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap loyalitas pelanggan pada UMKM "Baksokuy.ID" di Kabupaten Tulungagung. *Prosiding Simposium Nasional Manajemen dan Bisnis*, 3, 192–202. <https://doi.org/10.55927/sinmabis.v3i0.9549>
- Nasution, U. B., Yuliasih, M., Judijanto, L., Putra, S. D., Stj, R. C. M. A., & Setiyono, K. (2024). *Bisnis kuliner: Teori dan strategi pengembangan bisnis kuliner*. PT Sonpedia Publishing Indonesia.
- Pradini, G., Lutfiana, H., & Awaloedin, D. T. (2024). The role of public relations in improving environmental quality through green marketing: Stuja Coffee Jakarta. *International Journal of Education, Information Technology, and Others*, 7(2), 174–183. <https://doi.org/10.5281/zenodo.11076523>
- Pralampita, R., Mevitasari, A., & Adriana, E. (2024, September). Menciptakan kepuasan pelanggan melalui pengelolaan persepsi harga dan kualitas layanan di Mie Gacoan. In *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi dan Bisnis* (Vol. 4, pp. 149–160). <https://doi.org/10.55927/sneb.v4i0.9854>
- Pramiarsih, E. E. (2024). *Perilaku konsumen di era digital*. Deepublish.
- Rahmadani, F., Putri, D., Sermina, A., & Nofirda, F. A. (2023). Penerapan analisis SWOT terhadap persaingan strategi pemasaran (Studi kasus Mie Gacoan Pekanbaru). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 30138–30143. <https://doi.org/10.31004/jptam.v7i3.9641>
- Rusli, M. (2021). Merancang penelitian kualitatif dasar/deskriptif dan studi kasus. *Al-Ubudiyyah: Jurnal Pendidikan dan Studi Islam*, 2(1), 48–60. <https://doi.org/10.22373/al-ubudiyyah.v2i1.8906>
- Salsabila, A. S., Herawati, Y., & Hushori, A. (2024). Analisis IFAS dan EFAS sebagai perencanaan strategi untuk melakukan pengembangan usaha pada PD Mie Ayam Berkah Palembang. *Jurnal Terapan Ilmu Ekonomi, Manajemen dan Bisnis*, 4(1), 18–25. <https://doi.org/10.59937/jtiemb.v4i1.211>
- Sitompul, R. S. U., Saragih, A., Raharti, R., Siregar, A. N., & Nurbaiti, N. (2024). Penerapan teknologi digital marketing untuk meningkatkan strategi pemasaran pada bisnis kuliner Mie Gacoan. *Musytari: Neraca Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*, 10(6), 11–20. <https://doi.org/10.46306/musytari.v10i6.452>
- Wati, S. A., & Armaniah, H. (2024). Analisis strategi pemasaran untuk meningkatkan tingkat hunian kamar di Brits Hotel Puri Indah dengan menggunakan analisis SWOT. *Wawasan: Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi dan Kewirausahaan*, 2(4), 157–177. <https://doi.org/10.59937/wawasan.v2i4.219>
- Wijayaningsih, R., Thoyibah, A. U., Febriansyah, D., Capritalim, M., Anggitasari, R., Aslamiyah, S., & Rohaedi, T. B. (2024). Penerapan business plan pada usaha Mie Gacoan. *Musytari: Neraca Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*, 5(11), 61–70. <https://doi.org/10.46306/musytari.v5i11.418>