BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor perdagangan Indonesia telah berkembang pesat di sejumlah bidang, terutama di industri makanan. Meningkatnya daya beli konsumen, kemajuan teknologi, kemudahan akses informasi, perbaikan infrastruktur, serta kebijakan pemerintah yang mendukung merupakan pendorong utama ekspansi ini. Pentingnya makanan dalam kehidupan sehari-hari menjadikan industri makanan dan minuman sangat menjanjikan. Pada tahun 2022, Badan Pusat Statistik (BPS) Indonesia melaporkan bahwa sekitar 36,7% usaha mikro dan kecil berada di industri makanan (Mufiyanti and Cempena 2024).

Sektor kuliner mencakup produksi, penjualan, dan promosi berbagai hidangan khas daerah. Dalam beberapa tahun terakhir, telah terjadi pergeseran signifikan dalam pilihan gaya hidup yang didorong oleh tren kuliner, yang menandakan pertumbuhan yang kuat di industri ini. Minat terhadap bisnis yang berkaitan dengan makanan sangat tinggi di kalangan kaum muda, yang menandakan adanya inovasi dan perkembangan berkelanjutan di industri ini.

Tren ini mencerminkan perubahan norma sosial, karena makan di luar kini lebih populer daripada memasak di rumah. Akibatnya, jumlah restoran di Indonesia terus meningkat, dan banyak di antaranya menawarkan *menu* unik dan menarik untuk menarik beragam konsumen. Mengingat sifat industri yang sangat kompetitif di Indonesia, restoran-restoran ini telah berhasil menempatkan diri sebagai bisnis

yang menjanjikan di tengah persaingan yang ketat. Dunia kuliner Indonesia saat ini ramai dengan kemunculan sebuah restoran yang menawarkan produk makanan unik: Mie Gacoan.

Mie Gacoan pertama kali didirikan pada tahun 2016 di Malang, Jawa Timur, di bawah manajemen PT Pesta Pora Abadi. Mie Gacoan dianggap sukses berkat banyaknya cabang dan jumlah pengunjung yang konsisten di setiap lokasinya (Handayani and Ula Ananta Fauzi 2023).

Harris Kristanto adalah sosok di balik kesuksesan Mie Gacoan. Lulusan jurusan ekonomi ini menjabat sebagai pemilik sekaligus Direktur Sumber Daya Manusia restoran tersebut. Kemampuannya dalam mengelola bisnis ini tentu tak perlu diragukan lagi. Menurut Harris, bisnis mie yang telah beroperasi selama sekitar enam tahun ini telah mampu menghasilkan margin laba sekitar 40–50% dari pendapatan penjualannya. Ini tentu merupakan pencapaian yang luar biasa, mengingat persaingan di bisnis restoran mie bukanlah hal yang mudah. Bisnis yang awalnya didirikan di Malang ini telah berkembang pesat.

Hanya dalam beberapa tahun, Mie Gacoan telah berekspansi ke kota-kota besar lainnya, seperti Banjarbaru, Banjarmasin, Surabaya, Yogyakarta, Medan, Bali, Solo, Bandung, dan lainnya. Hingga saat ini, Mie Gacoan telah mempekerjakan lebih dari 3.000 orang. Jumlah ini tentu akan terus bertambah, mengingat restoran ini masih terus melakukan ekspansi besar-besaran ke berbagai kota lain di seluruh Indonesia. Hal ini akan membuka lebih banyak lagi peluang kerja baru di masa depan (Hadijah 2024).

Gambar 1. 1 Peringkat 10 Rumah Makan pada Tahun 2023



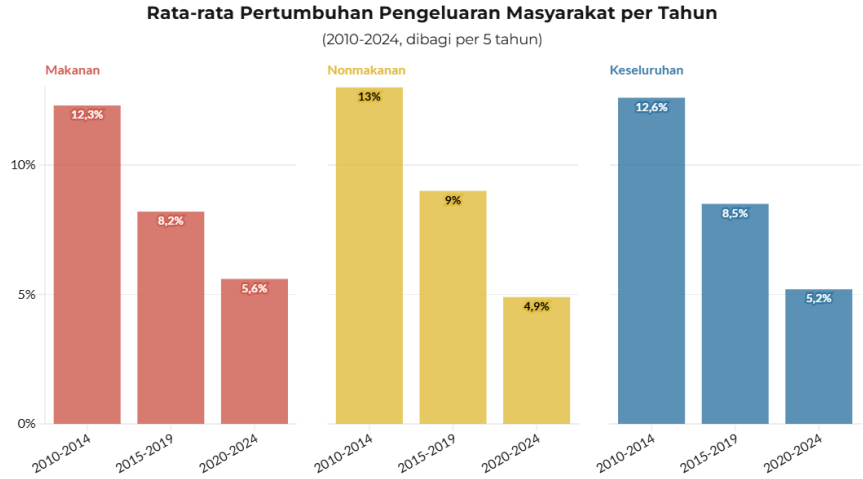
Sumber:GoodStats.id,USDA

Mie Gacoan merupakan salah satu bisnis kuliner dengan pertumbuhan tercepat di Indonesia. Menurut laporan industri yang diterbitkan oleh GoodStats, restoran mie pedas yang sedang populer ini, yang dikelola oleh PT Pesta Pora Abadi, menempati peringkat keenam di antara restoran dengan pendapatan tertinggi di Indonesia. Penjualannya mencapai US$135,9 juta, atau sekitar Rp2,10 triliun (nilai rupiah tahun 2023), pada tahun 2023—meningkat hampir 100% dibandingkan tahun 2022, ketika penjualannya mencapai US$75,9 juta, atau sekitar Rp1,17 triliun (nilai rupiah tahun 2023). Selain itu, jumlah gerai Mie Gacoan juga mengalami peningkatan yang signifikan, dari 79 gerai pada tahun 2022 menjadi 116 gerai pada tahun 2023 (Yonatan 2025).

Dengan ekspansi terbarunya ke Banjarbaru, Mie Gacoan telah menjadi merek makanan yang populer di Indonesia. Merek ini, yang mengusung konsep makanan cepat saji dengan hidangan mi pedas yang tingkat kepedasannya dapat disesuaikan, telah menarik perhatian yang signifikan, terutama dari kalangan konsumen muda. Memahami faktor-faktor yang memengaruhi perilaku pembelian konsumen sangat penting bagi kelangsungan perusahaan di sektor makanan dan minuman yang sangat kompetitif. (Zega et al. 2025).

Sejumlah keunggulan unik turut memperkuat daya tarik Mie Gacoan, terutama di kalangan konsumen muda. Konsumen sangat tertarik dengan nama produk yang unik, pilihan untuk menyesuaikan tingkat kepedasan, serta hidangan gratis seperti pangsit goreng. Merek ini menarik minat berbagai kalangan konsumen, terutama mahasiswa dan pengunjung kampus, berkat harganya yang sangat terjangkau. Menurut Wahyuni, baik generasi Milenial maupun Generasi Z lebih menyukai tempat makan yang menawarkan lebih dari sekadar makanan; mereka mencari tempat yang mendorong interaksi sosial santai dan juga terjangkau. Dekorasi restoran Mie Gacoan yang santai, modern, dan menarik secara visual (Instagrammable) mencerminkan tren ini (Devi et al. 2025).

Gambar 1.2 Pertumbuhan Pengeluaran Masyarakat per Tahun Periode 2010–2024



Sumber: BPS, diolah Kompas

Konsumen cenderung mencari makanan dan minuman dengan harga yang lebih terjangkau. Hal ini menjadi berkah bagi penyedia makanan dan minuman yang menawarkan pilihan yang lebih terjangkau, seperti Mie Gacoan. Menurut data Badan Pusat Statistik yang dianalisis oleh Kompas, pertumbuhan belanja konsumen telah melambat dalam beberapa tahun terakhir. Perlambatan pertumbuhan belanja ini bahkan meluas ke pengeluaran untuk makanan.

Dari tahun 2010 hingga 2014, pengeluaran rumah tangga rata-rata tumbuh sebesar 12,6 persen per tahun. Tingkat pertumbuhan rata-rata ini turun menjadi hanya 5,2 persen per tahun dari tahun 2020 hingga 2024. Tren yang sama juga terjadi pada pengeluaran untuk makanan. Pengeluaran rata-rata untuk makanan tumbuh sebesar 12,3 persen per tahun dari tahun 2010 hingga 2014. Dari tahun 2020 hingga 2024, pengeluaran rata-rata ini hanya tumbuh sebesar 5,6 persen per tahun (Pahlevi 2025).

Mie Gacoan telah menjadi tempat nongkrong yang populer di kalangan mahasiswa dan kaum muda. Merek ini memposisikan diri sebagai jaringan ritel

makanan dan minuman terkemuka dan tepercaya, yang menjunjung tinggi standar internasional dalam hal kebersihan, pelayanan, dan kualitas produk. Misi merek ini berfokus pada penyediaan produk berkualitas tinggi namun terjangkau yang ditujukan bagi segmen masyarakat berpenghasilan menengah, memberikan pengalaman konsumen yang luar biasa dan berkelanjutan secara konsisten, serta mempromosikan kehadiran Indonesia di industri makanan dan minuman global (Aprilia 2023).

Di industri makanan yang sangat kompetitif, menghadirkan pengalaman bersantap yang unik, menarik, dan lezat sangatlah penting untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Konsep rasa mencakup beberapa dimensi sensorik—penampilan visual, aroma, profil rasa, tekstur, dan suhu penyajian—yang semuanya memainkan peran penting dalam membentuk kepuasan pelanggan. Ketika rasa memenuhi atau melampaui ekspektasi, hal itu akan menumbuhkan loyalitas pelanggan; sebaliknya, kualitas rasa yang buruk sering kali membuat pelanggan mencari pilihan bersantap lainnya. (Prasasti and Maisara 2022).

Mie Gacoan menjadi salah satu merek populer karena rasa mienya yang enak dengan level pedasnya, harga terjangkau, serta strategi pemasaran yang kuat, salah satu cabangnya pertama di banjarbaru membuat para konsumen di Banjarbaru penasaran bagaimana cita rasa makanan-makanan pada restaurant mie gacoan tersebut. Pada hasil observasi yang dilakukan, rata rata Mie Gacoan Landasan Ulin Bina Brata dan Mie Gacoan Jl A Yani KM 35 akan rame pada sore hari dan juga malam hari. Mie Gacoan sendiri sudah membuka outletnya di Banjarmasin dan Banjarbaru pada Tahun 2025. Pada Banjarmasin dan Banjarbaru, Mie Gacoan

Sendiri sudah membuka 4 cabang diantaranya pada cabang pertama di Hasan Basri Banjarmasin pada tanggal 10 Februari 2025, Cabang kedua di Jl A Yani KM 2,5 pada tanggal 10 Agustus 2025, Cabang ketiga di Landasan Ulin pada tanggal 28 April 2025 dan cabang keempat di Jl A Yani KM 35 tepatnya di depan ULM pada tanggal 8 Mei 2025. Sumber didapat langsung dari IG, Tiktok dan beberapa website yang terkait.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis apakah Mie Gacoan pada dua Lokasi Di Banjarbaru ini rame akan kepuasan Konsumen karna Variasi menu Makanan dan Minuman dengan cita rasa yang cukup unik karna rasa pedasnya dan bumbunya atau dikarenakan hal lain seperti harganya yang murah ataupun Kualitas Pelayanannya.

Gambar 1.3 Seritifikat halal Mie Gacoan



Sumber: pemalang.pikiran-rakyat.com

Restoran mie viral, Mie Gacoan kini telah mengantongi sertifikat halal dari Lembaga Pengkajian, Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetik (LPPOM) Majelis Ulama Indonesia (MUI). Sertifikat halal tersebut terbit per 16 November 2022 lalu. Restoran yang dimiliki oleh PT Pesta Pora Abadi itu telah mengumumkan sertifikat halal ini terbit melalui akun resmi Instagram @mie.gacoan. Dalam postingan tersebut diunggah sertifikat halal, dan sejumlah dokumen yang menyatakan makanan atau bahan makanan Mie Gacoan telah mendapatkan serifikat halal.

Dalam sertifikat yang diunggah Mie Gacoan, kategori makanan yang diolah oleh restoran dalam kategori sangat baik. Sertifikat itu telah ditandatangani oleh Muti Arintawati sebagai Direktur Utama Lembaga Pengkajian, Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetik (LPPOM) Majelis Ulama Indonesia (MUI).

"Berdasarkan pemeriksaan dokumen dan audit implementasi Sistem Jaminan Halal, Lembaga Pengkajian, Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetik Majelis Ulama Indonesia (MUI) menyatakan bahwa, PT Pesta Pora Abadi dinilai telah menerapkan Sistem Jaminan Halal dengan kategori sangat baik," tulis akun Instagram mie.gacoan, dikutip Jumat (3/2/2023). Sertifikat ini diteken oleh Muti Arintawati per 15 November 2022. Kemudian masa berlaku atas sertifikat halal ini hingga 15 November 2026 dengan nomor HS1A29611/112022/PAA (Damayanti 2023).

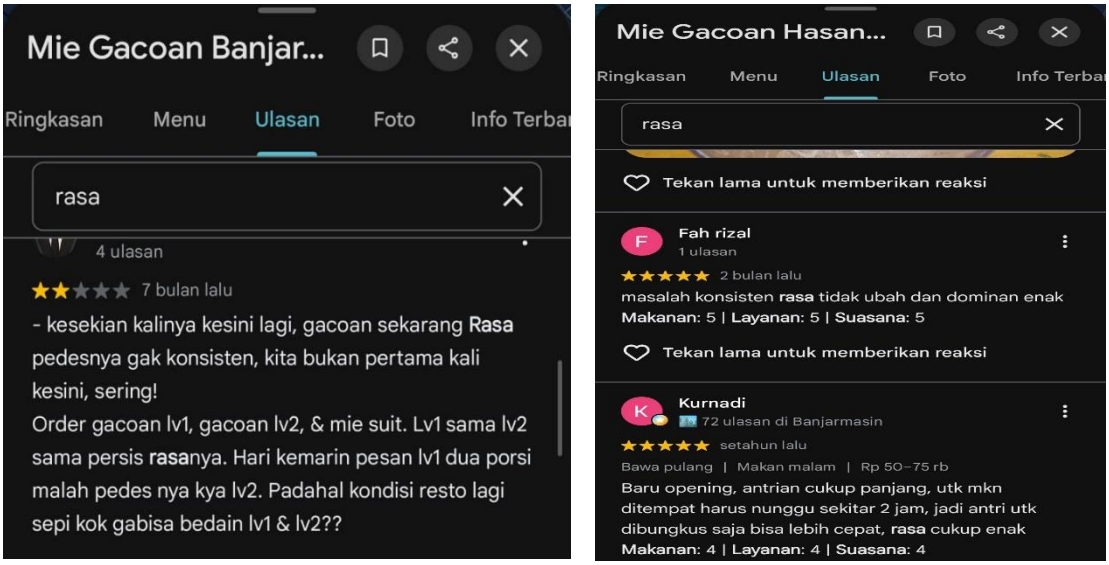
Mie Gacoan mempunyai variasi menu yang lebih sedikit yaitu 25 menu (12 Varian makanan & 13 Varian minuman). Mie Gacoan sendiri pada bagian *menu* makanan berat, hanya menyediakan mie kering yang mempunya level pedas 0-8 yaitu Mie Gacoan dan Mie Hompimpa, sedangkan yang non-pedasnya yaitu Mie

Suit. Makanan ringan menyediakan Siomay, Udang Rambutan, Udang Keju, Lumpia Udang dan Pangsit Goreng. Minumannya Es Gobak sodor, Es teklek, Es Sluku Bathok, Es Petak Umpet, Vanilla Latte, Air Mineral, Tea, Orange, Lemom Tea, Milo, The Tarik, Thai Tea dan Green Thai Tea.

Peniliti memilih judul ini karena Mie Gacoan merupakan salah satu restoran yang berkembang pesat di Indonesia, termasuk di Banjarbaru. Selain itu, Mie Gacoan dikenal memiliki berbagai variasi menu dan cita rasa yang menjadi daya tarik utama bagi konsumennya. Dalam industri kuliner, kepuasan konsumen merupakan faktor penting yang menentukan keberhasilan suatu usaha. Oleh karena itu, peniliti tertarik untuk mengetahui apakah variasi menu dan cita rasa yang ditawarkan Mie Gacoan benar-benar berpengaruh terhadap kepuasan konsumen khususnya di Kota

Banjarbaru, apalagi mie gacoan ini rame akan pengunjung karna terkenal dengan harganya yang murah dengan level pedasnya.

Gambar 1.4 Ulasan Google Map



Sumber: Ulasan pada Google Map

Peneliti memilih Mie Gacoan Banjarbaru dibandingkan Mie Gacoan Banjarmasin karena berdasarkan observasi awal terhadap ulasan konsumen pada Google Maps, ditemukan bahwa Mie Gacoan Banjarbaru menerima lebih banyak keluhan terkait konsistensi cita rasa produk dibandingkan cabang Mie Gacoan Banjarmasin. Temuan tersebut menunjukkan adanya persepsi konsumen mengenai kualitas cita rasa yang belum sepenuhnya konsisten. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk menganalisis apakah cita rasa, bersama dengan variasi menu yang ditawarkan, berpengaruh terhadap tingkat kepuasan konsumen di Mie Gacoan Banjarbaru.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang terdapat dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah variasi menu dan cita rasa secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Mie Gacoan Banjarbaru?
2. Apakah variasi menu dan cita rasa secara Parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Mie Gacoan Banjarbaru?

1.3 Tujuan Penilitian

1. Menganalisis pengaruh variasi menu dan cita rasa secara simultan terhadap kepuasan konsumen di Mie Gacoan Banjarbaru
2. Menganalisis pengaruh variasi menu dan cita rasa secara parsial terhadap kepuasan konsumen di Mie Gacoan Banjarbaru

1.4 Signifikasi Penilitian

1. Secara Teoritis

   Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian ilmiah dalam bidang perilaku konsumen, khususnya terkait preferensi konsumen dalam memilih produk makanan di era persaingan bisnis kuliner yang semakin kompetitif. Selain itu, penelitian ini juga dapat memperkaya literatur mengenai hubungan antara strategi variasi produk dan Cita rasa dengan keputusan konsumen dalam menentukan pilihan tempat makan. Temuan dari penelitian ini diharapkan menjadi dasar bagi penelitian selanjutnya yang membahas perilaku konsumsi masyarakat dalam konteks industri makanan cepat saji dan waralaba modern.

2. Secara Praktis

   Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sejauh mana variasi menu dan cita rasa berpengaruh terhadap daya tarik konsumen di Mie Gacoan Cabang Banjarbaru. Secara khusus, penelitian ini ingin mengetahui pengaruh variasi menu dalam menarik minat konsumen, dengan mempertimbangkan keberagaman pilihan makanan, inovasi menu yang ditawarkan, serta kesesuaian *menu* dengan selera lokal.

   Selain itu, penelitian ini juga berfokus pada peran cita rasa dalam membentuk persepsi konsumen terhadap kualitas dan kenikmatan makanan yang disajikan. Melalui pendekatan kuantitatif, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman empiris mengenai bagaimana kedua faktor

tersebut—variasi menu dan cita rasa—secara bersama-sama memengaruhi keputusan konsumen untuk memilih Mie Gacoan sebagai tempat makan. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam perumusan strategi pemasaran dan pengembangan produk yang lebih efektif, khususnya dalam industri kuliner yang kompetitif.