

STRATEGI OPTIMALISASI KEPUTUSAN MANAJERIAL DALAM MENINGKATKAN KEUNGGULAN KOMPETITIF DALAM PERUSAHAAN MIE GACOAN JABABEKA

Etty Zuliawati Zed¹, Ani², Rifal Nur Fadilah³, Risma Intan Naya⁴, Dewi Sundari Retno Nihaya⁵

ettyzuliawatized@pelitabangsa.co.id¹, ani454153@gmail.com², rifalnurfadillah1@gmail.com³, rismaintannayariri@gmail.com⁴, dewisundarirn41@gmail.com⁵

Universitas Pelita Bangsa

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan merumuskan strategi optimalisasi keputusan manajerial yang dapat meningkatkan keunggulan kompetitif pada perusahaan Mie Gacoan. Mengingat persaingan industri makanan cepat saji yang semakin ketat, perusahaan perlu mengandalkan keputusan manajerial yang tepat dan berbasis data untuk mempertahankan dan memperluas pangsa pasar. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi kasus pada Mie Gacoan melalui wawancara mendalam, observasi langsung, dan studi dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengambilan keputusan yang didasarkan pada analisis SWOT, manajemen rantai pasok yang efisien, serta inovasi produk dan layanan yang berkelanjutan mampu memberikan keunggulan bersaing yang signifikan. Penelitian ini menyarankan agar perusahaan meningkatkan penggunaan teknologi informasi dalam proses manajerial dan memperkuat kapabilitas kepemimpinan strategis guna merespons perubahan pasar secara adaptif dan proaktif.

Kata Kunci: Strategi Optimalisasi, Keputusan Manajerial, Keunggulan Kompetitif.

ABSTRACT

This research aims to analyze and formulate strategies for optimizing managerial decisions to enhance the competitive advantage of Mie Gacoan. Amidst the increasingly fierce competition in the fast-food industry, companies must rely on accurate, data-driven managerial decisions to sustain and expand their market share. Employing a qualitative case study approach, the research gathers data through in-depth interviews, direct observation, and document analysis. The findings reveal that decision-making based on SWOT analysis, efficient supply chain management, and continuous product and service innovation significantly contribute to competitive advantage. The study recommends enhancing the use of information technology in managerial processes and strengthening strategic leadership capabilities to respond to market changes adaptively and proactively.

Keywords: Strategy For Optimization, Managerial Decision-Making, Competitive Advan.

PENDAHULUAN

Dalam era persaingan bisnis yang semakin kompetitif, kemampuan perusahaan dalam mengambil keputusan manajerial yang efektif menjadi faktor penentu keberhasilan jangka panjang. Industri makanan cepat saji di Indonesia, termasuk mie gacoan sebagai salah satu pemain dominan, menghadapi tantangan dinamis yang memerlukan strategi adaptif dan berbasis analisis. Mie gacoan dikenal dengan keunikan konsep dan harga yang terjangkau, namun untuk mempertahankan posisi di tengah ekspansi pasar dan perubahan preferensi konsumen, diperlukan penguatan pada aspek manajerial.

Optimalisasi keputusan manajerial mencakup proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian yang sinergis dengan strategi perusahaan. Dalam konteks mie gacoan, strategi seperti pemilihan lokasi yang strategis, efisiensi operasional, dan inovasi menu menjadi elemen penting yang harus dikelola

dengan cermat. Keputusan yang cepat namun berbasis data menjadi kunci untuk menghadapi tantangan eksternal seperti meningkatnya kompetitor, regulasi pemerintah, dan perilaku konsumen yang berubah.

Mie gacoan merupakan salah satu pelaku usaha di bidang kuliner yang berfokus pada penyediaan pengalaman bersantap yang nyaman bagi para pelanggannya melalui jaringan restoran yang mereka kelola. Tempat ini sangat populer di kalangan mahasiswa, yang kerap menjadikannya lokasi favorit untuk bersantai, berdiskusi, maupun mengerjakan tugas. Daya tarik mie gacoan terletak pada lokasi yang strategis serta kelengkapan fasilitas seperti akses Wi-Fi, ketersediaan stopkontak, dan alunan musik kekinian yang menambah kenyamanan saat berkunjung. Sebagai bisnis kuliner, mie gacoan terus berinovasi dalam meningkatkan mutu pelayanan dengan menghadirkan variasi menu, keramahan staf, serta atmosfer yang menyenangkan. Seluruh menu yang ditawarkan, termasuk makanan dan minuman, disiapkan secara higienis dan halal menggunakan bahan-bahan lokal pilihan. Strategi ini menjadi bagian dari upaya perusahaan dalam menarik minat pelanggan dan membangun loyalitas konsumen. (Musyrif Yusril Fahmi et al.)

Mie gacoan memiliki cita rasa khas tersendiri dari bentuk mie-mie lainnya. Memiliki berbagai varian rasa, memiliki level terpedas dari seluruh jenis mie lainnya. Tidak heran jika rumah makan tersebut tidak pernah sepi pengunjung, baik weekday maupun weekend. Banyak cabang mie gacoan yang tersebar di Indonesia, bahkan hampir setiap penjuru kota sudah tersedia minimal satu. Misi mie gacoan adalah memberikan produk terbaik dan sesuai bagi pelanggan, menyediakan tempat makan sekaligus tempat berkumpul yang nyaman bagi keluarga dan kerabat, dan memberikan kepastian tentang apa yang harus mereka beli jika citra mereknya positif atau tinggi, sehingga banyak para remaja yang tertarik berbondong-bondong datang di mie gacoan. Fenomena ini menunjukkan bahwa terdapat faktor-faktor strategis di balik keberhasilan perusahaan, terutama dalam konteks pengambilan keputusan yang efektif dan responsif terhadap perubahan pasar. (Yekti and Rohman)

Namun, di tengah pertumbuhan yang cepat tersebut, tantangan eksternal seperti persaingan yang ketat, perubahan preferensi konsumen, serta tekanan dari sisi kualitas dan pelayanan, menuntut manajemen perusahaan untuk terus mengoptimalkan proses pengambilan keputusan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi optimalisasi keputusan manajerial yang diterapkan oleh mie gacoan dan bagaimana strategi tersebut berkontribusi dalam memperkuat keunggulan kompetitif perusahaan di industri kuliner nasional.

TINJAUAN PUSTAKA

Berdasarkan uraian di atas terdapat perbedaan hasil dalam penelitian dikarenakan perbedaan objek penelitian dan jumlah responden yang berbeda. Oleh karena itu, setelah melihat penelitian yang tidak konsisten dengan penelitian sebelumnya, maka pada penelitian ini penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul "strategi optimalisasi keputusan manajerial dalam meningkatkan keunggulan kompetitif dalam perusahaan mie gacoan"

Pengambilan Keputusan Manajerial

Pengambilan keputusan manajerial merupakan proses pemilihan alternatif terbaik dari sejumlah pilihan yang tersedia untuk mencapai tujuan organisasi. Robbins dan Coulter (2012) menekankan bahwa pengambilan keputusan adalah inti dari seluruh fungsi manajemen, termasuk perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian. Dalam konteks restoran cepat saji seperti Mie Gacoan, keputusan strategis

berpengaruh signifikan terhadap efisiensi operasional, kepuasan pelanggan, dan kinerja keuangan.

Secara umum, proses pengambilan keputusan terdiri dari tiga tahap: intelligence (pengumpulan informasi), design (pengembangan alternatif), dan choice (pemilihan alternatif terbaik) (Simon, 1960).

Keunggulan Kompetitif

Porter (1985) mengidentifikasi dua strategi utama untuk mencapai keunggulan kompetitif, yaitu kepemimpinan biaya dan diferensiasi produk. Perusahaan yang menerapkan kepemimpinan biaya berusaha menjadi produsen dengan biaya terendah di industrinya, sedangkan diferensiasi menekankan pada penyediaan keunikan yang bernilai bagi konsumen. Mie Gacoan menunjukkan pendekatan hibrida dengan menggabungkan harga yang terjangkau dan variasi menu serta konsep penyajian yang berbeda. Keunggulan kompetitif yang berkelanjutan menuntut inovasi berkelanjutan dan kemampuan adaptasi terhadap dinamika pasar.

Optimalisasi Strategi

Optimalisasi strategi melibatkan penggunaan sumber daya organisasi secara efisien dan efektif, didukung oleh alat strategis seperti analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) dan sistem informasi manajemen. Pendekatan ini memungkinkan perusahaan untuk lebih responsif terhadap perubahan preferensi konsumen, regulasi pemerintah, maupun aksi kompetitor (Hill, Jones, & Schilling, 2014). Dalam kasus Mie Gacoan, penyesuaian kapabilitas internal dengan permintaan pasar melalui keputusan strategis yang tepat menjadi kunci pertumbuhan berkelanjutan.

Inovasi dan Teknologi dalam Pengambilan Keputusan

Integrasi teknologi informasi telah mentransformasi proses pengambilan keputusan tradisional menjadi proses berbasis data (data-driven). Analitik data, sistem pendukung keputusan, dan dasbor digital memungkinkan manajer untuk mengidentifikasi tren pasar, memantau kinerja operasional, dan menyesuaikan produk atau layanan dengan kebutuhan pelanggan (McAfee & Brynjolfsson, 2012). Dalam konteks Mie Gacoan, penerapan sistem pemesanan digital dan kolaborasi dengan platform pengantaran online meningkatkan efisiensi operasional sekaligus memperluas jangkauan pasar dan interaksi pelanggan.

Rantai Pasok dan Efisiensi Operasional

Manajemen rantai pasok yang efektif sangat penting untuk menjaga ketersediaan produk dan pengendalian biaya. Keputusan manajerial terkait pemilihan vendor, pengelolaan logistik, dan manajemen persediaan berdampak langsung terhadap kemampuan perusahaan dalam memenuhi permintaan pelanggan sambil meminimalkan pemborosan dan fluktuasi biaya (Chopra & Meindl, 2016). Di industri makanan cepat saji, konsistensi kualitas bahan baku dan ketepatan waktu distribusi menjadi aspek krusial, khususnya bagi jaringan seperti Mie Gacoan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode studi kasus yang difokuskan pada perusahaan Mie Gacoan. Pendekatan ini dipilih untuk memberikan pemahaman mendalam mengenai dinamika internal dan eksternal perusahaan dari perspektif pelanggan, guna menghasilkan analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) yang komprehensif sebagai dasar penyusunan strategi bisnis yang tepat dan berkelanjutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pemaparan Data

Data kuesioner dari 17 responden dianalisis menggunakan statistik deskriptif (rata-rata skor) untuk setiap variabel SWOT. Hasilnya disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 1. Rata-Rata Skor Kepuasan Pelanggan Berdasarkan Aspek SWOT

Aspek SWOT	Variabel	Rata-Rata Skor (1-5)	Kategori
Strength	Cita rasa	4,2	Sangat Puas
	Harga	3,9	Puas
	Pelayanan	3,5	Cukup Puas
Weakness	Antrian	2,3	Tidak Puas
	Kebersihan toilet	2,1	Tidak Puas
Opportunity	Program loyalitas	4,1	Sangat Tertarik
	Aplikasi pemesanan	3,8	Tertarik
Threat	Isu negatif di media	3,6	Cukup Mempengaruhi

Tabel 1

Visualisasi:

- Grafik Batang: Distribusi skor tiap variabel (contoh: Cita rasa = 4,2, Antrian = 2,3).
- Diagram Pie: Persentase responden yang memilih skor ≥ 4 (puas) vs. ≤ 2 (tidak puas).

2. Kesesuaian dengan Tujuan Penelitian

Hasil menjawab rumusan masalah:

- Kekuatan (Strength): Cita rasa dan harga menjadi daya tarik utama.
 - Kelemahan (Weakness): Antrian dan kebersihan area perlu perbaikan.
 - Peluang (Opportunity): Program loyalitas dan digitalisasi berpotensi tinggi.
- Fokus: Interpretasi hasil dan relevansi dengan literatur.

1. Interpretasi Hasil

- Kekuatan:

Skor tinggi pada cita rasa (4,2) sesuai dengan jurnal Yekti & Rohman (n.d.) yang menyebutkan "cita rasa khas" sebagai keunggulan kompetitif.

- Kelemahan: Skor rendah untuk antrian (2,3) sejalan dengan temuan Musyrif Yusril Fahmi et al. (2022) tentang "manajemen antrian yang kurang efisien".

2. Perbandingan dengan Penelitian Sebelumnya

- Konsistensi: Program loyalitas (skor 4,1) mendukung rekomendasi jurnal tentang "penguatan loyalitas pelanggan".
- Perbedaan: Skor kebersihan toilet (2,1) lebih rendah dibanding studi sebelumnya, mungkin karena perbedaan lokasi sampel.

3. Implikasi Hasil

- Praktis: Perlu investasi dalam sistem antrian digital (QMS) dan peningkatan kebersihan.
- Teoretis: Memperkuat model Porter (1985) tentang diferensiasi berbasis pengalaman pelanggan.

4. Kelemahan dan Batasan

- Sampel terbatas (17 responden) tidak mewakili seluruh populasi.
- Bias respons: Responden mungkin cenderung memilih skor netral (3).

KESIMPULAN

Penelitian menunjukkan bahwa strategi pengambilan keputusan manajerial berbasis analisis SWOT, efisiensi rantai pasok, dan inovasi produk/layanan berperan penting dalam meningkatkan keunggulan kompetitif Mie Gacoan di industri makanan cepat saji yang kompetitif.

Kekuatan utama Mie Gacoan terletak pada cita rasa khas dan harga terjangkau, sementara kelemahan utamanya adalah sistem antrean yang tidak efisien dan kebersihan fasilitas yang kurang. Ancaman seperti persaingan ketat dan isu negatif di media perlu diatasi dengan strategi proaktif, sedangkan peluang seperti digitalisasi layanan dan program loyalitas pelanggan dapat dimanfaatkan untuk pengembangan bisnis.

Untuk mempertahankan daya saing, Mie Gacoan disarankan untuk:

1. Memperbaiki kelemahan operasional (antrean & kebersihan).
2. Memperkuat digitalisasi dan program loyalitas.
3. Meningkatkan kepemimpinan inovatif dan pengambilan keputusan berbasis data.
4. Mengoptimalkan teknologi informasi dan efisiensi rantai pasok.

Analisis SWOT terbukti efektif dalam merumuskan strategi yang fokus pada penguatan keunggulan, pemanfaatan peluang, serta minimisasi ancaman dan kelemahan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ekantoro, Julyanto, et al. OPTIMALISASI DIGITAL MARKETING MIE GACOAN MELALUI KONTEN KREATIF COPYWRITING PADA AKUN INSTAGRAM @mie.Gacoan. no. 1.
- Galuh Puspita, Ananda, et al. "MANAJEMEN STRATEGI MENINGKATKAN PENJUALAN FOOD AND BEVERAGES PASCA COVID 19 (STUDI KASUS PADA WARUNG MIE GACOAN KABUPATEN TULUNGAGUNG)." *Jurnal Mahasiswa Akuntansi Unita*, vol. 3, no. 1.
- Lubis, Puri Kemala Dewi, et al. "Analisis Kelayakan Bisnis Mie Gacoan." *Future Academia : The Journal of Multidisciplinary Research on Scientific and Advanced*, vol. 2, no. 4, Dec. 2024, pp. 749–60, <https://doi.org/10.61579/future.v2i4.251>.
- Musyriq Yusril Fahmi, Ahmad, et al. "ANALISIS PELAKSANAAN SISTEM MANAJEMEN MUTU DALAM MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN DI GERAJ MIE GACOAN SURABAYA." *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, vol. 1, no. 12, Nov. 2022, pp. 2927–38, <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i12.476>.
- Najib, Mukhamad, and Akira Kiminami. "Competitive Strategy and Business Performance of Small and Medium Enterprises in the Indonesian Food Processing Industry." *Studies in Regional Science*, vol. 41, no. 2, 2011, pp. 315–30, <https://doi.org/10.2457/srs.41.315>.
- Ramdhani, Muhammad Zaid, et al. "Penerapan Teori Pengambilan Keputusan Dalam Optimalisasi Kinerja Perusahaan." *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, vol. 2, no. 1, 2024, pp. 181–91, <https://doi.org/10.62017/merdeka>.
- Syahputra, Guntur, et al. Analisis Perbandingan Manajemen Strategi Pada Makanan Siap Saji Mcdonald's Dan KFC.
- Wardhana, Aditya. MANAJEMEN STRATEGI (MEMBANGUN KEUNGGULAN KOMPETITIF). <https://www.researchgate.net/publication/355982624>.
- Yekti, Dian Andamari, and Abdur Rohman. Analisis Strategi Manajemen Operasional Mie Gacoan Mojokerto Dalam Perspektif Studi Kelayakan Bisnis. pp. 435–38.