

Manajemen Perubahan PT. Pesta Pora Abadi (Mie Gacoan)

Dinda Ayu Setia Putri¹, Intan Amelia^{2*}, Sentot Imam Wahjdono³

Universitas Muhammadiyah Surabaya^{1,2,3}

*email koresponden penulis: ameliaintan0629@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini menganalisis strategi manajemen perubahan yang diterapkan oleh Mie Gacoan untuk mempertahankan daya saing di pasar makanan cepat saji. Fokus utama adalah perubahan nama menu untuk memenuhi Sistem Jaminan Halal (SJH), penerapan inovasi teknologi seperti sistem wireless calling, dan penyesuaian jam operasional. Penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan data sekunder dari berbagai sumber. Hasil menunjukkan bahwa perubahan nama menu tidak hanya memenuhi regulasi tetapi juga meningkatkan kepercayaan konsumen. Penerapan sistem wireless calling berhasil mengurangi waktu tunggu pelanggan dari dua jam menjadi 15 menit, meningkatkan efisiensi operasional dan kepuasan pelanggan. Penyesuaian jam operasional menjadi 24 jam di beberapa gerai strategis juga memberikan fleksibilitas lebih kepada konsumen dan meningkatkan omset harian. Selain itu, strategi harga yang kompetitif dan investasi dalam infrastruktur gerai memperkuat daya tarik perusahaan, khususnya di kalangan generasi muda. Penelitian ini menyimpulkan bahwa manajemen perubahan yang terencana mampu menghadapi tantangan pasar sekaligus menciptakan peluang pertumbuhan bisnis. Keberhasilan ini menjadi contoh nyata bagaimana inovasi dan adaptasi strategis dapat meningkatkan posisi perusahaan sebagai market leader.

Kata kunci: inovasi teknologi, kepuasan pelanggan, Manajemen perubahan, Mie Gacoan.

PENDAHULUAN

Manajemen perubahan merupakan salah satu aspek penting dalam dunia bisnis yang memengaruhi keberlanjutan dan daya saing suatu organisasi. Perubahan yang terjadi baik dalam internal maupun eksternal perusahaan memerlukan pendekatan strategis untuk memastikan adaptasi yang efektif dan efisien. Dalam konteks ini, Mie Gacoan, sebagai salah satu waralaba restoran asal Indonesia yang berada di bawah naungan PT. Pesta Pora Abadi, telah menunjukkan bagaimana manajemen perubahan diterapkan untuk mendukung pertumbuhan bisnis dan mempertahankan daya tarik pelanggan.

Didirikan pada awal tahun 2016 di Kota Malang, Mie Gacoan telah menjadi market leader di bidangnya dengan lebih dari 3.000 karyawan dan puluhan gerai yang tersebar di seluruh Indonesia, terutama di Pulau Jawa, Sumatra, dan Bali. Namun, keberhasilan tersebut tidak terlepas dari tantangan, seperti kebutuhan untuk memenuhi standar halal dan meningkatkan efisiensi operasional. Perubahan-perubahan strategis, seperti penggantian nama menu demi memenuhi Sistem Jaminan Halal (SJH) dan penerapan teknologi wireless calling, menjadi contoh konkret bagaimana Mie Gacoan beradaptasi terhadap tuntutan pasar dan regulasi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi langkah-langkah manajemen perubahan yang diterapkan oleh Mie Gacoan dalam menghadapi tantangan bisnisnya. Dengan fokus pada inovasi, efisiensi, dan pelayanan, pembahasan ini diharapkan dapat memberikan wawasan tentang pentingnya strategi manajemen perubahan dalam mendukung keberlanjutan bisnis di era kompetitif.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan deskriptif kualitatif dengan desain penelitian studi kepustakaan (studi literatur) untuk menggambarkan manajemen perubahan yang diterapkan oleh Mie Gacoan. Studi kepustakaan atau studi literatur merupakan penelitian yang merujuk pada sejumlah buku, jurnal, artikel, konferensi ilmiah yang berkaitan dengan masalah dan tujuan penelitian. Pendekatan ini dipilih karena mampu memberikan pemahaman yang mendalam mengenai fenomena yang terjadi, khususnya terkait strategi inovasi, efisiensi operasional, dan penyesuaian terhadap regulasi yang dilakukan oleh perusahaan. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder yang bersumber dari artikel, berita daring, jurnal akademik, dan publikasi resmi terkait, yang relevan dengan topik manajemen perubahan dan operasional Mie Gacoan.

Proses pengumpulan data dilakukan melalui metode studi literatur dengan menelusuri dan mencatat informasi dari berbagai sumber. Informasi yang terkumpul kemudian dikelompokkan ke dalam kategori utama, seperti inovasi produk dan pelayanan, strategi pengelolaan operasional, serta dampak perubahan terhadap konsumen. Teknik analisis data melibatkan langkah-langkah reduksi data untuk memilih informasi yang relevan, pengelompokan data berdasarkan kategori tertentu, dan penarikan kesimpulan dengan menghubungkan temuan dengan teori manajemen perubahan yang diadaptasi dari (Adolph, 2016).

Kerangka analisis dalam penelitian ini difokuskan pada proses sistematis perubahan yang melibatkan pengetahuan, sarana, dan sumber daya untuk memengaruhi individu serta organisasi. Hasil analisis ini bertujuan untuk memberikan gambaran tentang bagaimana Mie Gacoan berhasil beradaptasi dengan berbagai tantangan di pasar. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan wawasan bagi perusahaan lain yang menghadapi situasi serupa dalam mengelola perubahan dengan pendekatan yang strategis dan efektif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil

Berdasarkan hasil pencarian studi literatur didapatkan 3 Jurnal Nasional. Artikel atau jurnal penelitian tersebut mengidentifikasi tentang “strategi manajemen perubahan yang diterapkan oleh Mie Gacoan dalam menghadapi tantangan bisnisnya”.

Tabel 1. Analisis strategi manajemen perubahan yang diterapkan oleh Mie Gacoan dalam menghadapi tantangan bisnisnya

No	Nama dan Judul	Metode Penelitian	Isi
1	Firnanda Eka Wahyuni, Devita Zahra Amanda, Annisa Nur Amelia (2024) “Strategi Perencanaan dan Pengembangan Bisnis Mie Gacoan: Inovasi Menu, Pemasaran, dan	Kualitatif dengan instrumen studi literatur dan publikasi artikel jurnal dan juga buku	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi dalam pengembangan menu Mie Gacoan yang dapat meningkatkan daya Tarik konsumen dan meningkatkan penjualan. Inovasi itu melalui beberapa cara yaitu variasi rasa, penambahan bahan berkualitas tinggi, dan penawaran paket komplit. Selain itu, Strategi pemasaran yang efektif untuk memperkenalkan

	Pelayanan Pelanggan Untuk Pertumbuhan Usaha Yang Berkelanjutan”		inovasi menu dengan cara mengenali karakter pelanggan, mengoptimalkan promosi dengan menggunakan sosial media dan menawarkan produk baru dengan harga diskon.
2	Indria Guntarayana, Krisma Putri, Ratih Y Chuly (2018) “Analisa Strategi Dalam Pemasaran (Studi Kasus Pada Mie Gacoan di Karangtengah Kota Blitar)”	Kualitatif dan Kuantitatif dengan teknik pengamatan langsung atau observasi	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peneliti melakukan observasi pada cabang-cabang Mie gacoan yang berada di Blitar dengan analisis strategi pemasaran Mie gacoan sudah dapat dikatakan baik, Mie gacoan menjual produknya dengan cara offline maupun online dan membuat restoran menjadi instagramabel untuk memikat konsumen yang datang, dan hambatan yang mungkin akan dialami oleh Mie gacoan yaitu, adanya usaha serupa (pesaing) yang menjual produk serupa dengan harga yang lebih murah, produk yang sama, dan kualitas yang lebih baik.
3	Dwi Kartika Prananingrum, Hommy Dorthy Ellyany Sinaga (2024) “Strategi Diferensiasi Produk Mie Gacoan dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif”	Kuantitatif dengan teknik melalui kuesioner terstruktur yang dibagi menjadi 5 bagian yaitu informasi demografis, inovasi, kualitas, merek, dan harga	Hasil penelitian menunjukkan bahwa bisnis di industri makanan harus fokus pada areaarea utama untuk membedakan produk mereka secara efektif, inovasi muncul sebagai pendorong untuk peningkatan produk yang berkelanjutan, kualitas juga ditemukan sebagai faktor yang signifikan, memperkuat gagasan bahwa produk berkualitas tinggi sangat penting untuk kepuasan dan loyalitas pelanggan, branding menunjukkan dampak positif yang kuat, yang mengindikasikan bahwa identitas merek yang mapan mempengaruhi preferensi konsumen, terakhir harga yaitu identifikasi sebagai penentu utama, yang menunjukkan bahwa penetapan harga yang strategis dapat meningkatkan nilai yang dirasakan dan menarik basis pelanggan yang luas.

B. Pembahasan

Mie Gacoan memulai perubahan besar pada nama menu untuk memenuhi Sistem Jaminan Halal (SJH) dari Majelis Ulama Indonesia (MUI). Nama-nama seperti Mie Setan dan Mie Iblis dianggap kurang sesuai dengan konsep halal. Oleh karena itu, perusahaan mengganti nama-nama tersebut menjadi Mie Suit, Mie Hompimpa, dan Mie Gacoan.

Langkah ini menunjukkan komitmen perusahaan dalam memenuhi kebutuhan konsumen Muslim dan mematuhi regulasi yang berlaku. Dengan perubahan ini, Mie Gacoan mampu meningkatkan kepercayaan konsumen dan memperluas pangsa pasar mereka.

Meskipun perubahan nama menu berisiko mengurangi daya tarik awal, konsumen tetap memberikan tanggapan positif terhadap langkah ini. Hal ini didukung oleh fakta bahwa konsumen lebih mementingkan rasa dan harga produk dibandingkan dengan nama menu. Perubahan tersebut tidak hanya meningkatkan citra positif perusahaan tetapi juga memperkuat loyalitas konsumen. Langkah ini juga membuktikan bahwa Mie Gacoan mampu menyesuaikan diri dengan tuntutan pasar tanpa kehilangan identitas utama produknya. Dengan demikian, strategi ini memperlihatkan efektivitas manajemen perubahan dalam menghadapi tantangan bisnis.

Untuk mengatasi waktu tunggu yang lama, Mie Gacoan menerapkan teknologi wireless calling sebagai inovasi dalam pelayanannya. Teknologi ini memungkinkan pelanggan mengambil makanan ringan dan minuman secara mandiri saat pesanan sudah siap. Sementara itu, makanan utama seperti mi tetap diantarkan langsung oleh staf kepada pelanggan. Hasilnya, waktu tunggu yang sebelumnya mencapai dua jam dapat berkurang menjadi hanya 15 menit. Perubahan ini menunjukkan bagaimana inovasi teknologi dapat meningkatkan efisiensi operasional dan kenyamanan pelanggan.

Penggunaan teknologi wireless calling juga berdampak positif pada efisiensi kerja staf di gerai-gerai Mie Gacoan. Sebelumnya, staf harus mengantarkan semua pesanan secara manual, yang menghabiskan banyak waktu dan tenaga. Dengan teknologi ini, staf dapat lebih fokus pada penyajian makanan utama, yang meningkatkan kualitas pelayanan. Sementara itu, pelanggan merasa lebih puas dengan kecepatan dan kemudahan pelayanan. Langkah ini menjadi contoh bagaimana teknologi dapat memecahkan masalah operasional secara efektif.

Penerapan teknologi tersebut memberikan dampak signifikan pada kepuasan pelanggan Mie Gacoan. Berdasarkan survei internal perusahaan, mayoritas pelanggan menyatakan puas dengan sistem baru ini. Mereka menghargai kemudahan dalam mengambil pesanan dan waktu tunggu yang jauh lebih singkat dibandingkan sebelumnya. Perubahan ini tidak hanya menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih baik tetapi juga memperkuat loyalitas konsumen terhadap merek. Hal ini memperlihatkan pentingnya inovasi teknologi dalam menciptakan keunggulan kompetitif.

Mie Gacoan telah melakukan penyesuaian jam operasional di beberapa lokasi strategis untuk memenuhi permintaan pasar yang meningkat. Awalnya, gerai-gerai mereka beroperasi dari pukul 10.00 hingga 23.00, namun kini beberapa gerai buka selama 24 jam. Penyesuaian ini memberikan fleksibilitas lebih kepada konsumen untuk menikmati produk kapan saja, terutama di area dengan lalu lintas tinggi seperti kawasan kampus dan pusat kota. Langkah ini menunjukkan adaptabilitas perusahaan dalam menanggapi kebutuhan pasar yang dinamis (Arimurti, 2023).

Perubahan jam operasional ini menimbulkan tantangan baru dalam manajemen sumber daya manusia, khususnya dalam pengaturan shift kerja. Perusahaan membagi operasional menjadi tiga shift: pagi, sore, dan malam, untuk memastikan produktivitas staf tetap terjaga tanpa mengorbankan kualitas pelayanan. Pengaturan ini memerlukan koordinasi yang baik dan penyesuaian jadwal kerja yang efektif. Dengan demikian, Mie Gacoan berhasil menjaga konsistensi layanan meskipun terjadi perubahan signifikan dalam operasional (Kompasiana, 2024).

Penyesuaian jam operasional berdampak positif pada peningkatan penjualan di lokasi-lokasi strategis. Konsumen yang sebelumnya sulit mengakses gerai pada jam tertentu kini memiliki lebih banyak pilihan waktu untuk berkunjung. Hal ini berkontribusi pada peningkatan omset harian secara signifikan. Selain itu, perusahaan berhasil menjangkau lebih banyak segmen pasar dengan langkah ini, memperluas basis pelanggan mereka (SAB, 2024).

Mie Gacoan mempertahankan strategi harga terjangkau, dengan kisaran antara Rp9.500 hingga Rp10.500 per porsi. Harga yang kompetitif ini didukung oleh berbagai promosi menarik, seperti diskon pada produk baru atau penawaran khusus pada periode tertentu. Kombinasi antara harga yang ramah di kantong dan promosi yang menarik membantu perusahaan tetap kompetitif di pasar makanan cepat saji. Strategi ini juga memperkuat daya tarik konsumen, terutama di kalangan anak muda dan mahasiswa (Guntarayana et al., 2018).

Langkah-langkah perubahan yang dilakukan oleh Mie Gacoan telah membantu perusahaan memperkuat citra mereknya di mata konsumen. Komitmen terhadap kualitas produk, inovasi dalam pelayanan, dan kepatuhan terhadap regulasi halal menjadi fondasi penting dalam membangun reputasi positif. Citra ini menjadikan Mie Gacoan sebagai pilihan utama konsumen di berbagai wilayah, meningkatkan loyalitas pelanggan. Selain itu, perusahaan berhasil meningkatkan daya saingnya di pasar yang semakin kompetitif (Arimurti, 2023).

Selain inovasi yang telah diterapkan, Mie Gacoan terus mengeksplorasi peluang baru untuk meningkatkan pengalaman pelanggan. Salah satunya adalah rencana pengembangan aplikasi digital yang memungkinkan pelanggan memesan makanan dan melacak status pesanan secara real-time. Langkah ini menunjukkan komitmen perusahaan dalam memberikan pengalaman modern dan nyaman kepada pelanggan. Dengan memanfaatkan teknologi digital, Mie Gacoan berupaya meningkatkan efisiensi operasional dan kepuasan pelanggan secara keseluruhan (Kompasiana, 2024)..

Mie Gacoan juga berinvestasi dalam peningkatan fasilitas fisik gerai untuk meningkatkan kenyamanan pelanggan. Fasilitas seperti area duduk yang luas dan nyaman, colokan listrik untuk pengisian daya perangkat, serta hiburan live music menambah nilai pengalaman bersantap. Hal ini menciptakan suasana yang menarik, terutama bagi generasi muda yang mencari tempat makan sekaligus bersantai. Investasi ini menunjukkan bahwa perusahaan tidak hanya fokus pada produk tetapi juga pada menciptakan lingkungan yang menyenangkan bagi konsumen (SAB, 2024).

Langkah-langkah inovasi yang diterapkan oleh Mie Gacoan juga memengaruhi persaingan di pasar makanan cepat saji. Perusahaan berhasil menjadi market leader di segmen mi pedas, khususnya di wilayah Jawa dan Bali. Kompetitor yang sebelumnya mendominasi pasar kini harus beradaptasi dengan strategi agresif dan inovatif yang diterapkan oleh Mie Gacoan. Hal ini membuktikan efektivitas manajemen perubahan dalam meningkatkan posisi kompetitif perusahaan di industri kuliner (Wahyuni et al., 2024).

Karyawan memiliki peran penting dalam keberhasilan implementasi perubahan di Mie Gacoan. Perusahaan memberikan pelatihan khusus untuk memastikan staf memahami dan mendukung inovasi baru, seperti penggunaan teknologi wireless calling dan penyesuaian jam operasional. Pelatihan ini membantu mengurangi resistensi terhadap perubahan dan meningkatkan kualitas pelayanan secara keseluruhan. Dengan melibatkan karyawan dalam

proses perubahan, perusahaan memastikan bahwa transformasi berjalan lancar dan efektif (Arimurti, 2023).

Berdasarkan pemaparan data hasil penelitian terdahulu penelitian yang paling relevan dengan judul yang diangkat oleh peneliti adalah penelitian Firnanda Eka dkk., (2024) dan hasil penelitian Dwi Kartika Prananingrum, Hommy Dorthy Ellyany Sinaga (2024). Dalam kedua penelitian tersebut menjelaskan secara keseluruhan, perubahan yang dilakukan oleh Mie Gacoan menunjukkan pentingnya manajemen perubahan dalam menghadapi tantangan bisnis. Perubahan nama menu, inovasi teknologi, informasi demografis, merek, harga dan penyesuaian operasional memberikan dampak signifikan terhadap kinerja perusahaan. Strategi ini tidak hanya meningkatkan efisiensi tetapi juga memperkuat loyalitas pelanggan. Dengan langkah-langkah ini, Mie Gacoan berhasil mempertahankan posisinya di pasar yang kompetitif dan terus berkembang sesuai dengan kebutuhan konsumen.

KESIMPULAN

Mie Gacoan menunjukkan bagaimana strategi manajemen perubahan yang terencana dapat membawa perusahaan ke arah keberhasilan di pasar yang kompetitif. Perubahan nama menu untuk memenuhi Sistem Jaminan Halal (SJH) dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) menjadi langkah penting dalam memperkuat citra merek sebagai perusahaan yang peduli terhadap kebutuhan konsumen Muslim. Selain itu, penerapan inovasi teknologi, seperti sistem wireless calling, berhasil meningkatkan efisiensi operasional dan kepuasan pelanggan dengan mengurangi waktu tunggu secara signifikan. Penyesuaian jam operasional di beberapa lokasi strategis juga memberikan fleksibilitas lebih bagi konsumen, yang berdampak pada peningkatan omset harian.

Investasi dalam infrastruktur gerai dan strategi harga yang kompetitif, ditambah dengan promosi menarik, semakin memperkuat posisi Mie Gacoan sebagai market leader di segmen mi pedas di Indonesia. Perubahan ini tidak hanya meningkatkan pengalaman pelanggan tetapi juga memperluas pangsa pasar, terutama di kalangan generasi muda. Keberhasilan ini didukung oleh pelatihan dan keterlibatan karyawan, yang memastikan implementasi perubahan berjalan efektif dan efisien.

Secara keseluruhan, Mie Gacoan berhasil mengelola perubahan dengan memadukan inovasi, kepatuhan terhadap regulasi, dan peningkatan kualitas pelayanan. Strategi yang diterapkan menunjukkan bahwa adaptasi terhadap perubahan bukan hanya tantangan, tetapi juga peluang untuk tumbuh dan berkembang. Kesuksesan ini menjadi contoh nyata bagi perusahaan lain tentang bagaimana manajemen perubahan yang baik dapat menciptakan nilai tambah yang signifikan bagi bisnis dan pelanggan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmatNya sehingga makalah ini dapat diselesaikan dengan baik. Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan, dan motivasi selama proses penyusunan penelitian ini. Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada pihak-pihak yang telah menyediakan data dan informasi yang relevan, sehingga makalah ini dapat tersusun dengan lengkap dan mendalam.

Tidak lupa, kami mengucapkan terima kasih kepada teman-teman dan keluarga yang senantiasa memberikan dukungan moral dan materiil selama proses penyusunan penelitian

ini. Segala kritik dan saran dari pembaca sangat kami harapkan untuk menyempurnakan karya ini di masa mendatang.

Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan menjadi kontribusi yang berarti dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang manajemen perubahan. Terima kasih.

DAFTAR PUSTAKA

- Adolph, R. (2016). *Manajemen Perubahan*.
- Arimurti, A. (2023). *Pemilik Mie Gacoan & Strategi Promosi Bisnis Mie Gacoan*. <https://blog.danamas.co.id/tips-bisnis/strategi-bisnis-mie-gacoan-yangsedangviral/>
- Ayunda, S. (2022, October 12). Sejarah Mie Gacoan, mulai dari Malang hingga seluruh Indonesia. *fnbpreneur.id*. Retrieved June 15, 2024, from <https://fnbpreneur.id>
- Daniel F. 12-10-2022). “Manajemen Perubahan: Pengertian, Pendekatan, Jenis, Fase & Tahapan, Strategi, dan Prinsip Manajemen Perubahan”. *EkonomiManajemen.com* . Diakses tanggal 15 Juni 2024
- Guntarayana, I., Putri, K., & Chuly, R. Y. (2018). Analisa strategi dalam pemasaran (Studi Kasus pada Mie Gacoan di Karangtengah Kota Blitar). *AKUNTABILITAS: Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Ekonomi*, 11(2), 46–56. <https://doi.org/10.35457/akuntabilitas.v11i2.1099>
- Kompasiana.com. (n.d.). Ini dia alasan kenapa Mie Gacoan diminati banyak orang, mulai dari kalangan remaja hingga dewasa! Nomor 7 bikin shock! *Kompasiana.com*. Retrieved June 15, 2024, from <https://www.kompasiana.com>
- Kompasiana. (2024). *Strategi Pemasaran Inovatif Mie Gacoan yang Memikat Konsumen*. <https://www.kompasiana.com/deay/662e09211470931097483ee2/strategipemasaran-inovatif-mie-gacoan-yang-memikat-konsumen>
- SAB. (2024). *Strategi Bisnis Mie Gacoan, Bongkar 7 Strategi Pemasaran Mienya*. <https://www.sab.id/strategi-bisnis-mie-gacoan-bongkar-strategipemasaran/>
- Prananingrum, D. K., & Sinaga, H. D. E. (2024). Strategi Diferensiasi Produk Mie Gacoan dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan West Science*. 2 (3). 282-290.
- Wahyuni, F. E., Amanda, D. Z., Amelia, A. N., Andarini, S., & Kusumasari, I. R. (2024). Strategi Perencanaan Dan Pengembangan Bisnis Mie Gacoan: InovasiMenu, Pemasaran, Dan Pelayanan Pelanggan Untuk PertumbuhanUsaha Yang Berkelanjutan. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 1 (3), 16–21. <https://doi.org/10.62017/wanargi>.