

Pentingnya Etika Bisnis dalam Bisnis Kuliner (Studi kasus Mie Gacoan)

Agnes Eka Sintiya*¹
Bagus Darmawan²
Daniel Yosua Rafael Makapuas³
Fajar Dwi Saputra⁴
Hans Rio Hutabarat⁵

^{1,2,3,4,5} Program Studi Akuntansi, STIE Pembangunan Tanjungpinang, Kepulauan Riau

*e-mail: agnes.ekasint25@gmail.com¹

Abstrak

Mie Gacoan, yang sedang naik daun, harus menghadapi tantangan untuk mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan di tengah persaingan yang ketat. Penerapan etika bisnis yang baik berpotensi memperkuat hubungan jangka panjang dengan pelanggan dan memastikan bahwa strategi pemasaran serta operasional perusahaan sesuai dengan nilai-nilai etika yang diharapkan konsumen. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi peran etika bisnis terhadap kepuasan pelanggan Mie Gacoan. Artikel ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur untuk menganalisis data sekunder. Hasil penelitian menunjukkan Mie Gacoan, sebagai contoh usaha kuliner, berhasil menerapkan etika bisnis yang konsisten dalam meningkatkan kepercayaan pelanggan. Dampak positif dari penerapan etika ini tercermin pada kepuasan pelanggan, yang mendorong pembelian berulang dan peningkatan volume penjualan, omset, dan modal usaha, yang menunjukkan keberhasilan usaha secara keseluruhan.

Kata kunci: Etika Bisnis, Kepuasan Konsumen, Mie Gacoan

Abstract

Mie Gacoan, which is currently gaining popularity, faces the challenge of maintaining and improving customer satisfaction amidst fierce competition. The application of good business ethics has the potential to strengthen long-term relationships with customers and ensure that the company's marketing and operational strategies align with the ethical values expected by consumers. The aim of this research is to explore the role of business ethics in customer satisfaction at Mie Gacoan. This article employs a qualitative approach with a literature study method to analyze secondary data. The findings show that Mie Gacoan, as an example of a culinary business, has successfully implemented consistent business ethics in building customer trust. The positive impact of this application of ethics is reflected in customer satisfaction, which encourages repeat purchases and increases sales volume, revenue, and business capital, indicating overall business success.

Keywords: Business Ethics, Customer Satisfaction, Mie Gacoan

PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi dan persaingan bisnis yang semakin ketat, perusahaan dituntut untuk tidak hanya fokus pada keuntungan finansial, tetapi juga pada aspek etika dalam menjalankan bisnis. Etika bisnis merujuk pada prinsip-prinsip moral yang mengatur perilaku individu dan organisasi dalam konteks bisnis. Penerapan etika bisnis yang baik dapat berkontribusi pada reputasi perusahaan, loyalitas pelanggan, dan pada akhirnya, kepuasan pelanggan.

Seiring meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap makanan praktis dan lezat, industri kuliner Indonesia terus berkembang. Restoran atau warung makan yang menawarkan ide unik, seperti variasi tingkat kepedasan dalam menu, adalah salah satu jenis usaha kuliner yang menarik perhatian. Mie Gacoan, yang menawarkan mie pedas dalam berbagai tingkat kepedasan, adalah salah satu contoh restoran yang berhasil memenuhi kebutuhan ini. (Kemala et al., 2024)

Mie Gacoan, sebagai salah satu merek makanan yang sedang naik daun di Indonesia, menghadapi tantangan untuk mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan di tengah persaingan yang ketat. Perusahaan yang mampu menerapkan etika bisnis yang baik berpotensi untuk menarik lebih banyak pelanggan dan membangun hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan.

Di sisi lain, Mie Gacoan sebagai merek yang dikenal dengan produk mie pedasnya, perlu memahami bagaimana penerapan etika bisnis dapat mempengaruhi persepsi dan kepuasan pelanggan. Hal ini penting untuk memastikan bahwa strategi pemasaran dan operasional yang diterapkan tidak hanya menarik secara komersial, tetapi juga sesuai dengan nilai-nilai etika yang diharapkan oleh konsumen.

Dengan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi peran etika bisnis terhadap kepuasan pelanggan Mie Gacoan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih dalam mengenai hubungan antara etika bisnis dan kepuasan pelanggan, serta memberikan rekomendasi bagi Mie Gacoan dalam meningkatkan praktik etika bisnis mereka.

METODE

Artikel ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur untuk menganalisis data sekunder secara mendalam dan membangun pemahaman tentang bagaimana peran etika bisnis terhadap kepuasan konsumen Mie Gacoan. Pendekatan ini mencakup proses sebagai berikut :

1. Subjek Penelitian : Subjek penelitian ini adalah pelanggan Mie Gacoan yang telah melakukan pembelian dan memiliki pengalaman langsung dengan produk serta layanan yang ditawarkan. Untuk tujuan penelitian ini, data sekunder yang diperoleh dari survei dan studi sebelumnya yang telah dilakukan mengenai kepuasan pelanggan di industri makanan, khususnya yang berkaitan dengan Mie Gacoan.
2. Desain Penelitian : Desain penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah studi deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan dan menganalisis hubungan antara etika bisnis dan kepuasan pelanggan berdasarkan data yang telah ada.
3. Metode Pengumpulan Data : Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh dari berbagai sumber, termasuk Penelitian sebelumnya yang membahas etika bisnis dan kepuasan pelanggan, baik dalam konteks Mie Gacoan maupun industri makanan secara umum.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebagai pemain utama di pasar restoran mie Indonesia, Mie Gacoan telah memainkan peran penting dalam memenuhi kebutuhan akan makanan cepat saji yang berkualitas dan nikmat. Mie Gacoan telah mengembangkan berbagai produk dan layanan baru. Untuk tetap kompetitif dan tetap relevan di pasar yang kompetitif ini. Oleh karena itu, untuk memastikan pertumbuhan bisnis Mie Gacoan yang berkelanjutan, perencanaan dan pengembangan menjadi sangat penting untuk memahami bahwa inovasi menu merupakan salah satu faktor yang sangat penting untuk keberhasilan bisnis kuliner. Mie Gacoan terus mengembangkan dan mengembangkan menu baru untuk memenuhi selera konsumen saat ini. Dengan memasukkan variasi, mie Gacoan memiliki rasa yang unik dan produk-produk berkualitas tinggi, yang menarik perhatian pelanggan dan mempertahankan loyalitas pelanggan. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap pelayanan dan inovasi menu Mie Gacoan (Wahyuni et al., 2024) :

1. Kualitas rasa dan Variasi Menu: Variasi dan variasi menu sangat penting untuk kepuasan pelanggan. Sebagian besar pelanggan menginginkan variasi menu yang beragam dan rasa yang lezat, jadi mie gacoan harus mempertahankan kualitas rasa yang sama agar pelanggan puas.
2. Ketepatan Penyajian dan Kualitas Pelayanan: Kualitas layanan staf restoran juga berpengaruh. Staf merasa dihargai karena kesopanan, keramahan, dan ketepatan menu, seperti pelayanan Mie Gacoan.
3. Kebersihan dan suasana tempat makan: Karena pelanggan cenderung ingin makan di tempat yang bersih dan tertata, menjaga kebersihan dan suasana yang menyenangkan adalah hal penting. Tempat makan yang luas dan bersih di Mie Gacoan membuat pelanggan senang datang dan membeli.

4. Harga yang relatif terjangkau: harga adalah faktor yang sangat penting. Pembeli saat ini lebih cenderung mencari harga makanan yang relatif murah tetapi memiliki rasa yang baik. Mie gacoan saat ini menggunakan ide ini untuk menarik pembeli.

Penerapan etika bisnis yang baik tidak hanya berfungsi untuk memenuhi kebutuhan konsumen, tetapi juga untuk menciptakan hubungan yang saling menguntungkan antara perusahaan dan pelanggan. Salah satu dampak positif dari etika bisnis adalah kemampuannya untuk membangun kepercayaan. Ketika konsumen merasa bahwa mereka diperlakukan dengan pelayanan yang ramah, mereka lebih cenderung untuk kembali dan merekomendasikan Mie Gacoan kepada orang lain. Kepercayaan ini menjadi fondasi yang kuat bagi loyalitas pelanggan, yang sangat penting dalam industri restoran.

Mie Gacoan memiliki praktik etika yang baik akan lebih mudah menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Reputasi yang baik tidak hanya meningkatkan citra perusahaan di mata publik, tetapi juga dapat menjadi alat pemasaran yang efektif, di mana konsumen cenderung merekomendasikan restoran yang mereka percayai kepada teman dan keluarga. Selain itu, dampak etika bisnis terhadap kepuasan konsumen dapat dilihat dari kualitas pelayanan yang diberikan.

Kepercayaan pelanggan juga meningkat ketika etika bisnis diterapkan secara konsisten. Ketika konsumen merasa aman dan dihargai, mereka lebih cenderung untuk kembali dan melakukan pembelian berulang. Contoh penerapan etika bisnis di Mie Gacoan dapat dilihat dalam beberapa aspek, seperti transparansi harga, di mana restoran menyediakan informasi yang jelas mengenai harga dan kualitas produk. Selain itu, pelayanan yang ramah kepada semua pelanggan tanpa diskriminasi menciptakan lingkungan yang inklusif dan menyenangkan bagi pengunjung yang ingin makan di restoran tersebut.

Penerapan etika bisnis pada akuntan juga akan mempengaruhi kepuasan pelanggan yang akhirnya berakhir pada keberhasilan usaha. Indikator keberhasilan usaha adalah dengan meningkatnya volume penjualan, omset penjualan, dan modal usaha (Dwidyah Rini, 2016). Ketiga indikator tersebut telah dicapai Mie Gacoan yang dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 1. Volume Penjualan, Omset Penjualan, dan Modal Usaha Mie Gacoan

Keterangan	2022	2023	2024
Volume Penjualan (Porsi)	30.414	33.760	37.474
Omset Penjualan	Rp 395.382.000	Rp 438.874.020	Rp 487.156.142
Modal Usaha	Rp 237.691.644	Rp 299.813.024	Rp 390.074.444

Sumber: (Mustafida, 2024)

Berdasarkan tabel tersebut, ketiga indikator keberhasilan seorang akuntan dapat dicapai oleh Mie Gacoan. Dimana volume penjualan dan omset penjualan naik sebesar 11% tiap tahun. Sementara itu modal usaha juga mengalami kenaikan sebesar 26% pada tahun 2023 dan 30% pada tahun 2024. Dengan demikian, penerapan etika bisnis pada akuntan Mie Gacoan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan yang kemudian juga akan meningkatkan keberhasilan usaha Mie Gacoan itu sendiri.

KESIMPULAN

Etika bisnis memiliki dampak yang signifikan terhadap kepuasan konsumen di Mie Gacoan. Hasil yang diperoleh mengindikasikan bahwa penerapan prinsip-prinsip etika bisnis yang kuat tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan, tetapi juga berkontribusi pada pembangunan loyalitas jangka panjang dan reputasi yang baik di pasar. Dengan mengedepankan transparansi, kejujuran, dan tanggung jawab sosial, Mie Gacoan mampu menciptakan hubungan yang lebih baik dengan konsumennya, yang pada gilirannya dapat meningkatkan penjualan dan daya saing di industri makanan yang semakin kompetitif. Penerapan etika bisnis pada akuntan Mie Gacoan juga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan yang kemudian juga akan meningkatkan keberhasilan usaha Mie Gacoan itu sendiri.

Kelebihan dari pendekatan etika bisnis ini adalah terciptanya kepercayaan yang lebih tinggi dari konsumen, yang berpotensi menghasilkan rekomendasi positif dari mulut ke mulut dan meningkatkan citra merek. Namun, terdapat juga beberapa kekurangan yang perlu diperhatikan, seperti tantangan dalam menjaga konsistensi penerapan etika bisnis di seluruh aspek operasional dan pemasaran.

Untuk selanjutnya, penelitian lebih lanjut dapat dilakukan untuk mengukur secara kuantitatif hubungan antara etika bisnis dan kepuasan konsumen, serta untuk mengeksplorasi cara-cara untuk mengintegrasikan etika bisnis lebih dalam dalam strategi pemasaran dan operasional Mie Gacoan. Penelitian ini juga dapat mencakup analisis tentang bagaimana etika bisnis dapat beradaptasi dengan perubahan tren konsumen dan dinamika pasar, sehingga Mie Gacoan dapat terus berinovasi dan mempertahankan posisinya sebagai salah satu pilihan utama di kalangan konsumen. Dengan demikian, penerapan etika bisnis yang berkelanjutan tidak hanya akan memberikan manfaat jangka pendek, tetapi juga akan membangun fondasi yang kuat untuk pertumbuhan dan keberlanjutan perusahaan di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

- Dwidyah Rini, A. (2016). *RELEVANSI SIKAP DAN PENGALAMAN PELAKU USAHA MIKRO KECIL MENENGAH MUDA DALAM PEMAHAMAN AKUNTANSI DAN PENGARUHNYA TERHADAP KEBERHASILAN BISNIS*. 593–600.
- Kemala, P., Lubis, D., & Limbong, N. (2024). *Analisis Kelayakan Bisnis Mie Gacoan*. 2(4), 749–760.
- Mustafida. (2024). *Pengaruh Aspek Keuangan dan Financial Technology pada Warung Mie Gacoan*. 2. <https://doi.org/10.58518/al-faruq.v2i2.2680>
- Wahyuni, F. E., Amanda, D. Z., Amelia, A. N., Andarini, S., & Kusumasari, I. R. (2024). Strategi Perencanaan Dan Pengembangan Bisnis Mie Gacoan: Inovasi Menu, Pemasaran, Dan Pelayanan Pelanggan Untuk Pertumbuhan Usaha Yang Berkelanjutan. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 1(3), 16–21.