

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Meningkatnya aktivitas serta kesibukan masyarakat mengakibatkan terjadinya perubahan pola konsumsi masyarakat. Perubahan yang terjadi adalah masyarakat lebih memilih mengkonsumsi makanan siap saji atau makanan instan daripada makanan tradisional. Begitu juga di Indonesia yang merupakan negara dengan jumlah penduduk terbanyak nomor 3 di dunia, permintaan untuk makanan instan di Indonesia sangat tinggi. Hal ini menjadi kesempatan yang baik bagi produsen makanan instan untuk bisa meraih keuntungan yang sebesar-besarnya sehingga setiap perusahaan pasti akan melakukan berbagai cara untuk bisa menarik perhatian konsumen sehingga perusahaan tetap bisa bersaing dengan kompetitornya dan produksi tetap berjalan dengan baik.

Mi instan adalah satu dari berbagai macam makanan siap saji yang ada di dunia. Mi instan sering dikonsumsi oleh masyarakat karena harganya yang murah, rasa yang nikmat, dan sangat mudah didapatkan. Produk yang berbahan dasar terigu ini menjadi yang paling disukai oleh masyarakat Indonesia (Maulana, 2020). Menurut Survei Sosial Ekonomi Nasional (SUSENAS) tahun 2020 konsumsi mi instan masyarakat Indonesia adalah yang terbesar kedua di dunia dengan 41,5 miliar bungkus per tahun. Hal ini sejalan dengan banyaknya merek dagang mi instan di Indonesia diantaranya Indomie, Sarimi, Sedap, Supermi, Sukses, Gaga, ABC, Lemonilo, dan lain sebagainya.

Tingginya konsumsi mi di Indonesia ini membuat perusahaan harus selalu siap untuk bisa memenuhi keinginan masyarakat terhadap produknya. Berbagai inovasi perlu diberikan oleh perusahaan, sehingga konsumen tidak akan bosan dengan mi instan yang ada di pasaran. Inovasi yang biasa dilakukan adalah dengan menciptakan varian rasa baru yang belum ada di

pasaran maupun menambahkan bahan-bahan lain sebagai pelengkap untuk mengonsumsi mi tersebut.

Dalam satu porsi mi instan biasanya mengandung sodium, minyak dan MSG berlebih yang bisa memberikan efek negatif seperti penyakit yang dapat membahayakan tubuh yang mengonsumsi (Kevin, 2018). Bagi Lemonilo hal itu merupakan peluang untuk memunculkan suatu inovasi baru bagi mi di Indonesia. Inovasi yang dilakukan Lemonilo adalah dengan menciptakan terobosan baru yaitu mi instan sehat dengan penambahan bahan alami yaitu saripati bayam, tanpa menambahkan MSG, dan diolah dengan cara pemanggangan.

Tujuan sebuah perusahaan dalam memproduksi dan memasarkan suatu produk adalah produk tersebut dapat diterima dan mendapatkan nilai yang baik oleh masyarakat luas atau dalam arti lainnya masyarakat merasa puas dengan produk tersebut. Namun untuk mencapai tingkat kepuasan konsumen, produk yang dibuat harus bisa memenuhi apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen sehingga produk tersebut sesuai dengan apa yang konsumen harapkan (Kotler, 2005).

Mengacu keadaan tersebut kepuasan konsumen menjadi tujuan utama yang harus dicapai oleh perusahaan. Setelah mengetahui kepuasan konsumen, perusahaan akan mengetahui bagaimana keinginan konsumen terhadap produk mereka, sehingga dapat menjadi pertimbangan bagi produsen terhadap produk-produk selanjutnya.

Dengan hadirnya berbagai merek dan inovasi yang dihadirkan untuk produk mi instan yang ada di pasaran membuat konsumen memiliki kebebasan untuk menentukan produk yang ingin mereka beli. Kunci dari kepuasan konsumen dan kesuksesan perusahaan untuk bersaing dengan kompetitornya adalah kualitas dari produk yang diproduksi. Kinerja perusahaan akan sangat berdampak pada kepuasan konsumen, apabila perusahaan kurang memperhatikan kepuasan konsumen akan berdampak langsung terhadap produknya yang sewaktu-waktu dapat tergantikan oleh produk pesaing sejenis (Kotler, 1995).

Hadirnya mi instan Lemonilo merupakan tantangan tersendiri bagi produk mi sejenis yang telah ada sebelumnya di Indonesia. Mi instan Lemonilo akan menjadi pesaing baru untuk produk sejenis dan atau produk yang sudah ada sebelumnya, sehingga Lemonilo harus bisa menempatkan diri dengan baik, agar bisa meraih hati konsumen.

Karenanya penulis terdorong untuk melakukan penelitian dengan judul **Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Atribut Produk Mi Instan Merek Lemonilo.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, dapat diambil rumusan masalah yang akan diteliti adalah:

Bagaimana Tingkat Kepuasan Konsumen terhadap Atribut Mi Instan Merek Lemonilo?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka penelitian ini memiliki tujuan yaitu :

1. Menganalisis tingkat kepuasan konsumen terhadap atribut mi instan Lemonilo
2. Menganalisis atribut-atribut mi instan merek Lemonilo untuk mengetahui prioritas-prioritas yang perlu diperbaiki dari atribut produk.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi masyarakat

Peneliti berharap penelitian ini dapat menjadi informasi baru yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat tentang penilaian konsumen terhadap produk mi instan Lemonilo.

2. Pengembangan Iptek

Sebagai saran dan pertimbangan untuk pihak-pihak terkait dapat menambah wawasan dan memperkaya inovasi iptek dalam produksi makanan instan, terutama mi instan yang banyak digemari masyarakat.