

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Dalam kondisi perekonomian yang menuju arah globalisasi, merek yang kuat bukan cuma memberikan daya saing jangka panjang bagi perusahaan. Merek juga memberikan benefit sosial dan ekonomi, bahkan secara makro. Merek yang paling populer belum tentu paling dicari oleh konsumen. Pengelolaan merek yang didukung inovasi terbukti dapat membuat sebuah perusahaan keluar dari kerumunan, produknya lepas dari jebakan komoditisasi, dan karenanya mampu membukukan margin laba yang tinggi. Kendati demikian, bukan berarti perusahaan yang masuk ke industri yang produknya kian menjadi komoditas tak bisa mengibarkan merek. (Prih Saniarto, 2004:1-3). Merek tetap vital di mata konsumen dan dalam jangka panjang memberikan keunggulan kompetitif yang riil. (Cheliotis dalam Saniarto, 2004:2)

Berdasarkan data Susenas 2001 terlihat bahwa sebagian besar penduduk Indonesia lebih banyak menggunakan pengeluarannya untuk makanan. Pada tahun 2002, lebih dari 82% penduduk Indonesia menggunakan lebih dari 61% pengeluarannya untuk makanan. Untuk penduduk miskin, persentase pengeluaran rumah tangga yang digunakan untuk makanan jauh lebih besar. Untuk kelompok penduduk miskin, maka tidak kurang dari 69%-72% dari total pengeluaran digunakan untuk makanan. (Anomim, 2005:3-4). Secara umum pertumbuhan produksi pangan di Indonesia mengalami pertumbuhan yang cukup besar dari tahun ke tahun. Pertumbuhan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 1.1**  
**Tingkat Produksi Pertanian di Indonesia**

| Tahun  | Tepung Jagung (Ton) | Kacang Polong (Ton) | Kacang (Ton) | Kacang Hijau (Ton) | Ubi (Ton)  | Kentang Manis (Ton) |
|--------|---------------------|---------------------|--------------|--------------------|------------|---------------------|
| 2002   | 9,654,105           | 673,056             | 718,071      | 288,089            | 16,913,104 | 1,771,642           |
| 2003   | 10,886,442          | 671,600             | 785,526      | 335,224            | 18,523,810 | 1,991,478           |
| 2004   | 11,225,243          | 723,483             | 837,495      | 310,412            | 19,424,707 | 1,901,802           |
| 2005   | 12,523,894          | 808,353             | 836,295      | 320,963            | 19,321,183 | 1,856,969           |
| 2006*) | 12,495,742          | 783,554             | 851,133      | 311,623            | 20,054,634 | 1,868,994           |

*Sumber: Badan Pusat Statistik 2006*

Salah satu sektor industri pengolahan khususnya makanan di Jawa Barat tidak dapat diabaikan bukan karena sebagai sektor ekonomi yang memberikan kontributor terbesar namun karena industri makanan merupakan salah satu sektor yang memenuhi kebutuhan masyarakat luas secara langsung. (Sudarmadi, 2005)

Akhir-akhir ini konsumsi mie kian meningkat. Hal ini didukung oleh berbagai keunggulan yang dimiliki mie, terutama dalam hal tekstur, rasa, penampakan, dari kepraktisan penggunaannya. Dengan demikian, peluang usaha industri pengolahan mi, baik dalam skala industri kecil maupun industri besar, masih sangat terbuka luas. Tidak diketahui secara pasti bagaimana mi pertama kali dibuat. Namun, mi telah lama dipakai sebagai makanan pokok selain nasi oleh masyarakat Cina. (Astawan, 2006:1)

Mie adalah nama makanan yang terbuat dari tepung terigu yang telah diolah dan dinamakan mie. Makanan ini sebelumnya sangat terkenal di benua Asia, khususnya

Cina, Jepang dsb. mie dijadikan makanan favorit di sebagian besar negara-negara asia termasuk di Indonesia.(Anonim, 2005:1)

Perubahan gaya hidup masyarakat Indonesia membawa pengaruh terhadap pola konsumsi makanan. Makanan jenis instan saat ini banyak digemari terutama mie instan yang bagi sebagian masyarakat Indonesia merupakan makanan substitusi nasi. Fenomena ini sejalan dengan tumbuh kembangnya industri makanan mie instan. (Rarastyasingrum, 2005:1)

Walaupun pada prinsipnya mie dibuat dengan cara yang sama, tetapi di pasaran dikenal beberapa jenis mie, seperti mi segar/mentah (raw chinese noodle), mi basah (boiled noodle), mie kering (steam and fried noodle), dan mie instan (instant noodle). Dalam Standar Nasional Indonesia (SNI) nomor 3551-1994, mie instan didefinisikan sebagai produk makanan kering yang dibuat dari tepung terigu dengan atau tanpa penambahan bahan makanan lain dan bahan makanan yang diizinkan, berbentuk khas mi dan siap dihidangkan setelah dimasak atau diseduh dengan air mendidih paling lama 4 menit. Mie instan umumnya dikenal sebagai ramen. Mie ini dibuat dengan penambahan beberapa proses setelah diperoleh mie segar. Tahap-tahap tersebut yaitu pengukusan, pembentukan, dan pengeringan. Bahan baku pembuat mie diantaranya adalah tepung terigu, tepung tapioka, tepung singkong, tepung tempe, air, garam dapur, telur, CMC (Carboksi Metil Selulosa), soda abu (natrium karbonat dan kalium karbonat), zat pewarna, natrium benzoat, minyak goreng. Tahapan pembuatan mie instan melalui tahap diantaranya pengadukan bahan, pelempengan mie, pencetak mie, pemasakan awal, pemotongan awal, penggorengan, pendinginan. Bahan penyerta dalam mi instan, biasanya terdapat tiga atau empat macam komponen, yaitu

mie, bumbu, minyak, dan ada yang menambahkan sayuran kering. Bumbu yang menyertai mie instan antara lain terbuat dari garam, gula, monosodium glutamat, hidrolisat protein sayur, penyedap rasa (rasa ayam, sayur, sup buntut, bakso sapi, soto ayam, kalio ayam, udang, rawon, dan lain-lain), bubuk bawang putih, daun bawang kering, bubuk lada, dan bubuk cabai. Komponen minyak biasanya terbuat dari minyak sayur dan bawang merah. Adapun sayuran kering terdiri dari daun bawang, bawang goreng, wortel, jamur, dan lain-lain. Kadar air mie instan umumnya mencapai 5-8 % sehingga memiliki daya simpan yang lama. Berdasarkan proses pengeringan, dikenal dua macam mie instan. Pengeringan dengan cara menggoreng menghasilkan mie instan goreng (instant fried noodle), sedangkan pengeringan dengan udara panas disebut mie instan kering (instant dried noodle). Mie instan goreng mampu menyerap minyak hingga 20% selama penggorengan (dalam proses pembuatan mie) sehingga mie instan goreng memiliki keunggulan rasa dibandingkan mie jenis lain. Namun demikian, mie instan goreng disyaratkan terlebih dahulu agar pada perebusan tidak ada minyak yang terlepas ke dalam air dan hasilnya mie harus cukup kompak dan permukaannya tidak lengket. Agar produk mie insatan tahan lama maka dibutuhkan pengemas primer yang bersifat kedap air, rasa, bau, dan warna. Kemasan primer yang biasa digunakan adalah plastik polypropilen atau polietilen. Kemasan ini bersifat sekali pakai. Dalam penggunaannya, kemasan ini biasanya dilapisi dengan oriented polypropilen (OPP) sehingga tahan terhadap berbagai jenis kerusakan. Setelah dikemas dengan kemasan primer, mie dimasukkan dalam kotak karton sebagai kemasan sekunder. Umumnya, satu kotak karton berisi 40 bungkus mie. (Astawan, 2006:13-38)

## 1.2 Identifikasi Masalah

Permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Seberapa besar kinerja merek-merek mie instan goreng di Kota Bandung?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk menghimpun data dan informasi yang diperlukan dalam menjelaskan masalah yang ada dan mendukung pemecahan masalah yang telah dikemukakan di atas.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui seberapa besar kinerja merek mie instan goreng.

## 1.4 Kegunaan Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian ini, maka akan diharapkan dapat mengetahui kinerja merek-merek mie instan goreng di Kota Bandung.

Kegunaan yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah :

Kegunaan secara teoritis : Untuk memperkaya pengetahuan dan bahan informasi tambahan dalam pengembangan disiplin ilmu ekonomi manajemen pemasaran khususnya manajemen merek.

Kegunaan secara praktis : penelitian ini dapat memberi masukan kepada perusahaan yang bersangkutan terutama para pengelola merek-merek mie instan goreng agar mengetahui kinerja merek, posisi produk di Kota Bandung dan agar perusahaan dapat memperbaiki produk, dan komunikasi produknya sehingga penjualan dapat ditingkatkan.