

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pangan merupakan kebutuhan yang mendasar bagi kepentingan masyarakat pada suatu negara. Menurut Saliem *et al.* (2002), kebutuhan pangan merupakan penjumlahan dari kebutuhan untuk konsumsi langsung, kebutuhan industri dan permintaan lainnya, yang dipengaruhi oleh laju pertumbuhan penduduk. Percepatan pertumbuhan penduduk seharusnya diiringi dengan peningkatan ketersediaan pangan sehingga, ketahanan pangan masyarakat dapat terpenuhi. Laju pertambahan jumlah penduduk di Indonesia dalam 2 tahun terakhir menyebabkan perubahan jumlah konsumsi pangan masyarakat. Konsumsi pangan penduduk Indonesia berdasarkan data Susenas pada tahun 2010 kelompok bahan pangan padi-padian meliputi : beras sebesar 100,8 kg/tahun, jagung 2,1 kg/tahun, terigu sebesar 10,3 kg/tahun sedangkan pada tahun 2011 konsumsi kelompok bahan pangan padi-padian meliputi beras 102,8 kg/tahun, jagung 1,6 kg/tahun, terigu 10,9 kg/tahun.

Berdasarkan tahun 2010-2011 konsumsi masyarakat pada kelompok beras mengalami peningkatan sebesar 2 kg/tahun, pada komoditas jagung mengalami penurunan sebesar 0,5 kg/tahun dan terigu juga mengalami peningkatan sebesar 0,6 kg/tahun. Sedangkan pada tingkat konsumsi karbohidrat masyarakat Indonesia pada tahun 2011 kelompok padi-padian sebesar 1236 (kkal/kap/hari) yang masih didominasi oleh beras sebesar 996 (kkal/kap/hari) dan terigu sebesar 228 (kkal/kap/hari) sedangkan sisanya adalah jagung sebesar 12 (kkal/kap/hari).

Salah satu bentuk pangan yang memiliki sumber karbohidrat tinggi selain nasi adalah mi. Menurut Astawan (2008), mi merupakan produk pangan yang dibuat dari adonan terigu atau tepung lainnya sebagai bahan utama atau tanpa penambahan bahan lainnya. Menurut Juniwati (2003), mi sering dikonsumsi oleh konsumen baik sebagai sarapan maupun sebagai selingan. Mi merupakan produk pangan yang dalam 70 gram mi instan memiliki kandungan karbohidrat sebesar 42 gram. Produksi mi instan di Indonesia mencapai 1,5 juta ton di tahun 2008 dan diperkirakan pada tahun 2009 meningkat sebesar 1,8 juta ton (Anonim, 2009). Menurut World Instant Noodles Association (WINA) pada tahun 2012 Indonesia

termasuk konsumsi mi instan tertinggi kedua setelah China/Hongkong yakni sebesar 14,1 miliar bungkus. Sedangkan menurut Mahadi (2012), permintaan mi tahun 2012 mencapai 16,5 miliar bungkus. Hal tersebut juga terbukti frekuensi rata-rata konsumen membeli mi instan adalah sebanyak 324 bungkus dalam satu tahun (Aliyah, 2013).

Tabel 1. Konsumsi Mi Instan di Dunia dari Tahun 2008-2012

No	Country atau Region	2008	2009	2010	2011	2012
1	China / Hongkong	42,530	40,860	42,300	42,470	44,030
2	Indonesia	13,700	13,930	14,400	14,430	14,100
3	Japan	5,100	5,340	5,290	4,900	5,410
4	Vietnam	4,070	4,300	4,820	4,900	5,060
5	India	1,480	2,280	2,940	3,530	4,360
6	USA	4,150	4,290	4,180	4,270	4,340
7	Republic og Korea	3,340	3,480	3,410	3,590	3,520
8	Thalind	2,170	2,350	2,710	2,880	2,960

Sumber : *World Instan Noodles Association (WINA)* 2013

Mi yang dikonsumsi di Indonesia memiliki berbagai jenis karakteristik seperti mi basah, mi mentah, mi kering, dan mi instan yang masing-masing memiliki segmen pasar tersendiri. Produk mi instan telah mendominasi pasar mi, hal ini terbukti banyaknya produk mi instan yang ada di pasaran baik yang ada di toko kelontong, minimarket, maupun supermarket.

Tingginya permintaan konsumen terhadap mi merupakan peluang pasar yang potensial bagi pelaku usaha. Sehingga apabila mereka menginginkan untuk dapat memasuki pasar mi instan tersebut, maka perlu adanya informasi tentang karakteristik produk instan yang diinginkan oleh konsumen. Secara umum karakteristik produk mi instan yang diinginkan oleh konsumen tercatat dari beberapa atribut yang menempel pada produk tersebut. seperti pada warna, bentuk, tekstur, harga, kemasan, rasa dan ukuran. Beranekaragamnya karakteristik produk mi instan yang ada di pasaran merupakan penterjemahan para pengusaha terhadap selera konsumen.

Di Madura khususnya Kabupaten Bangkalan, secara produk mi tidak hanya menjadi makanan pokok, namun juga digunakan sebagai lauk pauk, sehingga banyak dijumpai penjual nasi yang menambahkan mi pada makanan yang dijualnya dan juga ketika ada hajatan, mi tidak hanya digunakan sebagai makanan pelengkap namun juga bisa dihidangkan sebagai lauk pauk. Hal tersebut dikarenakan mi mempunyai karakteristik sebagai makanan yang mudah diolah,

praktis penyajiannya serta dapat memenuhi selera yang diinginkan oleh berbagai kelompok masyarakat di Kabupaten Bangkalan, mulai dari orang dewasa maupun anak-anak. Promosi produk mi instan dengan berbagai jenis varian produk, ukuran membuat produk mi instan cepat dikenal oleh kalangan masyarakat khususnya Kabupaten Bangkalan. Apalagi produk mi instan dengan harganya yang terjangkau yang dapat dirasakan oleh semua kalangan baik kalangan atas, kalangan menengah dan kalangan bawah. Dalam hal ini perlu adanya kajian mengenai preferensi konsumen dalam pembelian mi instan di Kabupaten Bangkalan baik secara karakteristik produk mi instan dan perilaku konsumen dalam pembelian.

1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana karakteristik konsumen mi instan di Kabupaten Bangkalan ?
2. Bagaimana proses keputusan pembelian terhadap pembelian mi instan di Kabupaten Bangkalan ?
3. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi pembelian mi instan di Kabupaten Bangkalan ?
4. Atribut-atribut apa saja yang dapat mempengaruhi pembelian mi instan di Kabupaten Bangkalan ?

1.3. Tujuan

1. Untuk mengetahui karakteristik konsumen mi instan di Kabupaten Bangkalan.
2. Mengidentifikasi proses keputusan pembelian mi instan di Kabupaten Bangkalan.
3. Menganalisis faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi pembelian mi instan di Kabupaten Bangkalan.
4. Menganalisis atribut-atribut yang dapat mempengaruhi pembelian mi instan di Kabupaten Bangkalan.