

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Mie berasal dari Dinasti Han Timur pada tahun 200 sebelum masehi. Pada tahun 2005, telah ditemukan mie tertua di dunia berasal dari Cina. Mie tersebut berusia kurang lebih sekitar 4.000 tahun (Elmira,2022). Keberadaan tersebut menjadi bukti yang menunjukkan bahwa penduduk China kuno juga menjadi salah satu bangsa pertama yang menghasilkan mie. Dalam kebudayaan Cina, mie dilambangkan sebagai simbol panjang umur. Dalam perang dunia II membuat mie menjadi makanan yang sangat penting karena ketika kekurangan makanan saat perang, mie menjadi satu-satunya makanan kering yang tersedia.

Adapun yang disebut dengan “mie instan”, pertama kali dibuat oleh Momofuku Ando yang merupakan pemilik dan pendiri perusahaan Nissin yang terkenal di Jepang, pada tahun 1958. Pada mulanya mie instan yang masuk ke Indonesia dibawa oleh para pedagang Tiongkok (Elmira, 2022). Cita rasa yang lezat dan harganya yang murah membuat orang Indonesia mencintai dan membuat kreasi seperti mie ayam ataupun bakmi. Sampai akhirnya, Indonesia membuat merek mie lokal pada tahun 1968 yang disebut “Supermi” di bawah naungan PT. Lima Satu Sankyu yang kini telah diakuisisi PT. Indofood CBP Sukses Makmur. (Putra, 2022)

Mie instan menjadi pilihan hampir segala jenis usia terutama pada usia remaja menuju ke usia dewasa. Salah satu penyebab utama masyarakat memilih untuk mengkonsumsi mie instan selain rasa adalah kecepatan memasaknya. Untuk memasak sebuah mie instan cukup hanya dengan membutuhkan waktu selama 2-4 menit (Stefu, 2021) Munculnya mie instan sangat mempermudah banyak orang untuk mendapatkan makanan di waktu yang sempit dan saat tidak ada makanan. harganya yang murah terkadang menjadi pilihan beberapa orang untuk memilih mie instan. Di daerah perkotaan negara Indonesia seperti

Jakarta, memiliki banyak permasalahan di dalam waktu istirahat, seperti contohnya beberapa kasus perusahaan yang memiliki banyak sekali pekerjaan dan membuat karyawan terpaksa untuk memotong waktu istirahat mereka, dan memerlukan makanan yang cepat saji. Selain itu, terdapat beberapa rumah sakit yang tidak memiliki banyak pilihan makanan yang cenderung mahal. Tidak heran jika tingkat konsumen mie instan di Indonesia mencapai 60% hingga 100% di tiap pulaunya (Andini, 2020). Selain itu Indonesia juga menduduki peringkat kedua dalam mengkonsumsi mie instan setelah China (*World Instant Noodles Association* (WINA), 2018). Peningkatan permintaan produk mie instan dari tahun ke tahun sangatlah pesat. Dari varian lokal hingga impor sangat digemari masyarakat.

Seiring bertumbuhnya peningkatan mie instan, teknologi juga semakin maju dan berkembang. Masyarakat cenderung lebih menyukai sesuatu yang praktis dan modern. Tidak sedikit teknologi mesin yang diperkenalkan pada masyarakat pada saat ini, salah satu contohnya adalah *vending machine*.

Vending machine pertama kali ditemukan oleh Heron dari Alexandria dan pertama kali dikenal di London, Inggris pada awal 1880 menjual kartu pos otomatis. Tahun 1888 (Widiana, 2017), *vending machine* dibangun di Amerika Serikat yang menjual permen karet dan masuk ke Indonesia pada 21 maret 2013 yang menjual minuman dan terus berkembang sampai saat ini.

1.2 Permasalahan

Seiring perkembangan zaman, banyak masyarakat yang lebih menyukai mengkonsumsi *fast food*, salah satu penyebabnya adalah keterbatasan waktu. (Hartono , 2019) Para pekerja yang memiliki jam terbang kerja yang tinggi seperti pekerja kantoran, pekerja yang bekerja di instansi kesehatan memiliki permasalahan dalam keterbatasan waktu, dan kadang kala pekerjaan mereka sendiri mengharuskan para pekerja untuk lembur, dan bekerja menggunakan waktu istirahat mereka. Dari permasalahan diatas, dilakukanlah inovasi untuk menyediakan *vending machine* sebagai solusi bagi mereka yang membutuhkan

makanan cepat saji yang sesuai dengan keterbatasan waktu yang dimiliki. *Vending machine* mie instan yang akan menyediakan berbagai macam pilihan makanan dan yang akan beroperasi selama 24 jam, agar dapat mempermudah orang yang membutuhkan makanan pada malam hingga pagi hari.

1.3 Peluang

Vending machine merupakan suatu mesin otomatis dan pada umumnya menjual minuman, tetapi pada saat ini *vending machine* banyak menjual mainan, alat kosmetik, barang elektronik, sampai dengan makanan seperti di negara Korea dan Jepang. *Vending machine* mempermudah dalam bertransaksi karena metode pembayaran juga menggunakan mesin. Cara kerja *vending machine* sangat sederhana, pelanggan cukup memasukkan uang kedalam mesin dan memilih produk yang akan dibeli, lalu produk tersebut dapat langsung keluar dan pelanggan dapat langsung mengambilnya. Oleh karena itu, kami memanfaatkan kondisi saat ini dengan membangun bisnis *vending machine* yang menjual mie instan dimana belum ditemukan di Indonesia. Dengan didirikannya penjualan mie instan dengan konsep yang modern dan mengikuti era *new normal* ini, akan memudahkan masyarakat untuk mengkonsumsi makanan dengan kecepatan waktu dan menghindari kerumunan atau berdekatan. (Mac,2021)