



## INTISARI

Bisnis produk mi instan merupakan bisnis yang menjanjikan dikarenakan tingkat konsumsi masyarakat Indonesia yang tinggi. Selain itu Indonesia memiliki jumlah penduduk yang besar yaitu lebih dari 200 juta penduduk. Sehingga dimungkinkan penjualan produk akan terus meningkat tiap tahunnya.

Besarnya konsumsi pasar Indonesia terhadap mi Instan direspon oleh para produsen mi instan dengan meluncurkan berbagai jenis produk mi instan. Produk mi instan yang menguasai 80% pasar berdasarkan diagram pareto adalah Indomie goreng pedas, mie sedap goreng, indomie rasa kaldu ayam, sarimi rasa ayam, dan mie sedap kuah rasa ayam bawang.

Faktor-faktor penyebab kesuksesan produk mi instan tersebut diukur dan ditentukan menggunakan metode kano dengan menggabungkan pertanyaan fungsional dan disfungsional. Penelitian terhadap faktor yang memengaruhi konsumen dalam memilih produk mi instan dilakukan melalui survei dengan *system random sampling*. Selain produk dianalisis menggunakan diagram kanvas sebagai pendukung penelitian.

Setelah dilakukan penelitian maka produk indomie mi goreng pedas merupakan produk yang paling sukses. Faktor penyebab indomie mi goreng pedas menjadi produk yang paling sukses adalah kualitas, ketahanan kemasan, dan *delivery* yang baik.

**Kata kunci:** mi instan, metode kano, kanvas strategi, pertanyaan fungsional, dan pertanyaan disfungsional.