

## **BAB 1. PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Makanan merupakan kebutuhan pokok manusia dalam kehidupannya kini semakin berkembang. Kebutuhan pokok tersebut bukan hanya makanan berat seperti nasi, bubur, roti dan makanan pokok lainnya, tetapi makanan ringan atau yang sering disebut cemilan kini sudah menjadi hal pokok yang dibutuhkan masyarakat dari berbagai tingkat umur. Hal ini terbukti dengan adanya banyak produk cemilan yang ditawarkan oleh perusahaan besar maupun kecil dan dipasarkan di warung-warung, toko-toko, dan juga supermarket Wilayah Kota Jember sendiri, peluang bisnis cemilan sangat terbuka lebar bagi para pelaku bisnis dilihat dari banyaknya pendatang di Kota Jember yang berstatus mahasiswa datang dari berbagai kota. Mereka cenderung menyukai jajanan atau makanan ringan untuk dikonsumsi karena bersifat praktis. Selain itu, banyak toko-toko agen makanan sehingga memudahkan pelaku usaha untuk mendistribusikan produknya tanpa harus membuang banyak tenaga untuk menjajakan produk secara langsung dengan konsumen akhir (Sholihin,2019).

Saat ini banyak di temui makanan dan minuman modern yang semakin di sukai kalangan muda seperti *dessert box*, *frozen food*, *coffee shop* dan lainnya. Era saat ini banyak konsumen menyukai makanan tersebut dibandingkan dengan makanan tradisional, hal tersebut ditandai dengan presentase jumlah konsumen makanan modern lebih banyak dibandingkan dengan makanan tradisional. Selain itu pola konsumsi masyarakat saat ini juga lebih cenderung mengkonsumsi makanan modern dengan tempat dan suasana yang baik. Beberapa masyarakat saat juga menjunjung tinggi kelas sosial masyarakat, guna memperlihatkan apa yang dikonsumsi untuk diunggah di media sosial.

Sejarah Onde-onde sendiri dibawa oleh pendatang dari Tiongkok lalu berkembang luas di Indonesia, Onde-onde merupakan cemilan tradisional yang masih sering kita jumpai di jual di pasar tradisional, onde onde yang sering kita jumpai adalah onde onde yang terbuat dari tepung terigu ataupun tepung ketan yang di goreng dengan di taburi wijen dan berisi kacang ijo. Variasi onde-onde sendiri selama ini sangat bermacam-macam namun yang sering kita jumpai yang terbuat dari tepung ketan dengan di taburi wijen dan di isi pasta kacang ijo, dengan di buatnya produk onde-onde dengan tiga varian rasa dengan diameter yang lebih kecil di banding yg di pasarkan di pasaran dengan warna-warni agar menarik konsumen dan varian rasa yang berbeda di setiap warna yang tersaji (Herdanto,2016).

Pada Proyek Usaha Mandiri (PUM) kali ini mencoba produk onde-onde dibuat beberapa varian aneka rasa yang biasanya hanya berisi kacang ijo, akan ada penambahan varian rasa coklat dan keju. Bertujuan agar pecinta kue tradisinal onde-onde tidak bosan dengan varian rasa onde-onde kacang ijo saja. Target pemasaran onde-onde di tujukan untuk semua kalangan dari kalangan bawah dan atas, mulai dari anak-anak, remaja, hingga orang tua menjadi target pemasaran onde-onde ceplus aneka rasa.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, terdapat beberapa masalah yang timbul dalam Proyek Usaha Mandiri ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pembuatan onde-onde aneka rasa?
2. Bagaimana analisis biaya produksi dan pemasaran onde-onde aneka rasa?
3. Bagaimana daya terima konsumen dengan penambahan varian rasa onde-onde ceplus aneka rasa?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari kegiatan Proyek Usaha Mandiri (PUM) ini adalah:

1. Mengetahui proses pembuatan onde-onde aneka rasa.
2. Mengetahui analisis biaya produksi dan pemasaran onde-onde aneka rasa.
3. Mengetahui pengaruh varian rasa terhadap daya Tarik konsumen.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat dari kegiatan Proyek Usaha Mandiri (PUM) ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi penulis, dapat di jadikan bahan pembuatan tugas akhir untuk menyelesaikan pendidikan di Politeknik Negeri Jember
2. Meningkatkan jiwa kewirausahaan kepada mahasiswa khususnya dibidang industri pangan.
3. Menghasilkan produk kue tradisional onde-onde dengan inovasi baru

