

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pola perkembangan konsumsi masyarakat terhadap suatu produk mengalami perkembangan yang sangat pesat, terlebih dengan munculnya istilah Generasi Z. Menurut Francis dan Hoefel dalam Zis et.al (2021), Generasi Z atau yang sering disebut dengan Gen Z merupakan generasi yang lahir antara tahun 1995 – 2010. Mereka dikenal dengan generasi digital *native* karena sejak dini sudah mengenal ponsel dan internet. Generasi ini memiliki karakteristik yang ingin serba praktis, individual, lebih global, lebih berfikiran terbuka, lebih cepat terjun kedalam dunia kerja, dan lebih ramah terhadap adanya perkembangan teknologi (Adam dalam Bayti dan Ariani, 2020)

Menurut Case *and* Fair dalam Aditya dan Satria (2018), Perubahan selera konsumen bisa memmanifestasikan dirinya dalam perilaku pasar. Oleh karena itu, preferensi Gen Z dapat berdampak kuat pada kondisi pasar. Terlebih dengan adanya teknologi yang semakin berkembang pesat membuat Gen Z memiliki pola pikir yang lebih kreatif dan kritis. Perbedaan Gen Z dengan generasi sebelumnya tentunya akan berpengaruh pada selera dalam memilih suatu produk. Pada umumnya Gen Z menyukai produk yang sedang tren dan keren (Nurhalim, 2022).

Pola konsumsi gen Z terhadap produk makanan terutama produk makanan ringan (*snack*) melonjak naik di era sekarang. Hal tersebut terjadi karena konsumsi makanan ringan merupakan salah satu bagian dari gaya hidup khususnya pada gen Z. Menurut Mondelez dalam Soraya (2018), mayoritas konsumen Indonesia yang memiliki hobi *snackers* didominasi oleh remaja kategori usia 16-20 tahun, dengan persentase *heavy* 37%, dan 63% *light snackers*. Banyak makanan ringan yang telah beredar dipasaran seperti keripik, kerupuk, manisan, *crackers*, dan rempeyek. Rempeyek adalah salah satu makanan ringan yang dapat dikonsumsi dengan cara disajikan sebagai teman makan dan bisa juga dinikmati secara langsung. Rempeyek memiliki berbagai macam isian didalamnya seperti ebi, kacang tanah, dan kedelai. Akan tetapi, saat ini rempeyek masih belum menyentuh tren makanan yang disukai oleh semua kalangan khususnya gen Z. Hal

tersebut dibuktikan dengan tampilan produk rempeyek yang kurang menarik minat konsumen untuk membelinya.

Perilaku gen Z dalam memilih produk tidak hanya berkaitan dengan harga yang murah tetapi juga mementingkan kualitas produk. Sering kali konsumen gen Z melihat kualitas produk dengan memilih kemasan produk yang menarik, sehingga banyak sekali produsen yang meningkatkan kemasan produknya agar lebih digemari oleh konsumen gen Z. Konsumen merasa jika suatu produk dikemas dalam kemasan yang lebih besar akan terlihat lebih *value for money* dan dapat menawarkan nilai yang lebih (Prendergast dan Marr dalam Mufreni, 2016)

Berdasarkan fenomena tersebut, maka melalui pelaksanaan tugas akhir ini akan dilakukan pengembangan produk makanan ringan (rempeyek) menjadi lebih inovatif baik dari bentuk, isian maupun kemasannya, sehingga dapat menjadi alternatif pilihan makanan ringan yang dapat diterima oleh masyarakat khususnya gen Z. Pengembangan produk rempeyek ini memiliki karakteristik berbentuk bulat yang memiliki isian kedelai hitam dan dikemas dengan kemasan *standing pouch zipper*. Usaha ini masih tergolong baru, sehingga diperlukan suatu kajian yang lebih mendalam terkait dengan proses pembuatan, kelayakan usaha dan saluran pemasaran yang tepat untuk produk tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, diperoleh rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana proses produksi Rempeyek Bulat “Gen Z” di Desa Ajung Kecamatan Ajung Kabupaten Jember?
2. Bagaimana analisis kelayakan usaha Rempeyek Bulat “Gen Z” di Desa Ajung Kecamatan Ajung Kabupaten Jember?
3. Bagaimana proses pemasaran dari produk Rempeyek Bulat “Gen Z” ?

1.3 Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disebutkan diatas, tujuan dari pelaksanaan tugas akhir ini sebagai berikut:

1. Dapat melaksanakan proses produksi Rempeyek Bulat “Gen Z” di Desa Ajung Kecamatan Ajung Kabupaten Jember.
2. Dapat menganalisis kelayakan usaha Rempeyek Bulat “Gen Z” di Desa Ajung Kecamatan Ajung Kabupaten Jember.
3. Dapat melakukan proses pemasaran dari produk Rempeyek Bulat “Gen Z” .

1.4 Manfaat

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan yang telah diuraikan, pelaksanaan tugas akhir ini diharapkan mampu memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Dapat memberikan wawasan baru kepada mahasiswa dalam berwirausaha.
2. Dapat meningkatkan kreatifitas dan inovasi mahasiswa dalam berwirausaha.
3. Dapat dijadikan referensi bagi mahasiswa yang melaksanakan tugas akhir dengan tema produk sejenis.