

## **BAB 1. PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Seiring dengan pertumbuhan industri makanan, sektor makanan selalu menunjukkan pertumbuhan positif bahkan industri makanan nasional menjadi salah satu industri dengan tingkat pertumbuhan yang cukup tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa sektor industri makanan memiliki pengaruh pada pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Peluang industri makanan memiliki prospek yang cukup menjanjikan seperti yang kita ketahui hampir seluruh masyarakat Indonesia memiliki budaya mengonsumsi makanan ringan atau cemilan mulai dari keripik, kerupuk dan juga stik.

Seiring dengan perkembangan serta pertumbuhan ekonomi yang semakin pesat ditambah dengan peluang untuk mendapatkan pekerjaan yang semakin kecil, salah satu ibu rumah tangga mulai mengasah otak guna memenuhi kebutuhan sehari-hari salah satunya dengan memproduksi Ladrang yang kemudian diberi nama atau brand ladrang "Azzaitun" agar lebih mudah dikenal oleh konsumen. Ladrang sendiri merupakan makanan ringan yang terbuat dari campuran tepung tapioka, tepung terigu dan bawang putih. Ladrang banyak digemari oleh masyarakat karena makanan satu ini memiliki ciri khas pada rasanya yang gurih dan harganya yang relatif murah. Proses produksi ladrang "Azzaitun" dilakukan selama 2 kali dalam seminggu, dimana tiap 1 kali produksi menghasilkan 30 bungkus ladrang dengan berat 180gram. Ladrang "Azzaitun" ini cukup memiliki banyak konsumen tetap karena konsistensi rasanya dan juga harganya yang relatif murah yakni Rp. 5000 dengan berat 180gram/bungkus dan biasanya dijual dengan kemasan yang masih sangat sederhana dan kurang menarik perhatian konsumen yakni hanya dikemas dengan plastik kiloan dan label kecil. Oleh karena itu perlu adanya pengembangan dalam pengemasan dan penambahan rasa pada ladrang "Azzaitun" guna meningkatkan nilai jual produk dan menarik lebih banyak konsumen.

Kemasan merupakan salah satu sarana penarik konsumen. Seiring dengan berkembangnya zaman dan semakin meningkatnya persaingan, fungsi kemasan

yang dulunya hanya sebagai wadah atau pelindung, kini juga menjadi pertimbangan konsumen dalam memutuskan untuk membeli sebuah produk. Jika sebelumnya lardang “Azzaitun” hanya dikemas dengan kemasan plastik kiloan sehingga produk terlihat kurang menarik. Namun, dengan adanya tambahan kreativitas lardang “Azzaitun” ini akan dikemas menggunakan kemasan *standing pouch* agar mampu memberi kesan produk lebih bersih, *higienis*, menarik dan membuat produk lardang “Azzaitun” tidak mudah melempem. Varian rasa yang akan ditambahkan pada produk lardang “Azzaitun” adalah varian rasa balado pedas, seperti yang kita ketahui akhir-akhir ini makanan ringan dengan tambahan rasa pedas sedang naik daun dan tentu saja hal ini menjadi peluang pasar bagi produk lardang “Azzaitun”.

Proses penjualan nantinya akan dilakukan dengan saluran distribusi secara langsung yakni dari tangan produsen ke konsumen dan juga melalui *Marketplace*. Kemudahan teknologi saat ini mampu membuat seseorang bisa berbelanja dan menjual produknya tanpa perlu keluar rumah yakni melalui *Marketplace*. Total pengunjung *Marketplace* setiap bulannya tercatat 270 juta pengunjung itu artinya ada sekitar 9 juta pengunjung setiap harinya. Bahkan data terbaru yang dirilih oleh *www.sirclo.com* menunjukkan ranking 5 *Marketplace* terbesar di Indonesia berdasar jumlah pengunjungnya.

Tabel 1.1 Ranking 5 *Marketplace* Terbesar di Indonesia

No	<i>Platform</i>	Jumlah kunjungan perbulan
1.	Shopee	93,4 juta
2.	Tokopedia	86,1 juta
3.	Bukalapak	35,2 juta
4.	Lazada	22 juta
5.	Blibli	18,3 juta

Sumber: Kaya dari *Marketplace* (2021)

Inovasi pada produk ini diharapkan mampu menarik daya beli masyarakat terhadap produk lardang “Azzaitun” dan mampu membuat produk lardang “Azzaitun” jauh lebih dikenal oleh masyarakat luas. Selain itu, juga dapat menjadi alternatif berwirausaha oleh karena itu dibutuhkan analisis usaha menggunakan metode BEP (*Break Event Point*), R/C Ratio (*Revenue Cost Ratio*), ROI (*Return Of Investment*) agar dapat mengetahui layak atau tidaknya usaha ini dijalankan.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana proses pengemasan Ladrang “Azzaitun” di Kabupaten Bondowoso?
2. Bagaimana analisis usaha pengemasan Ladrang “Azzaitun” di Kabupaten Bondowoso?
3. Bagaimana penggunaan *Marketplace* sebagai sarana pemasaran pada usaha pengemasan Ladrang “Azzaitun”?

## 1.3 Tujuan

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan dari penulisan laporan akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Dapat melakukan proses pengemasan Ladrang “Azzaitun” di Kabupaten Bondowoso.
2. Dapat menganalisis kelayakan usaha pengemasan Ladrang “Azzaitun” di Kabupaten Bondowoso.
3. Dapat mengetahui penggunaan *Marketplace* sebagai Sarana Pemasaran pada Usaha Pengemasan Ladrang “Azzaitun”.

## 1.4 Manfaat

Berdasarkan tujuan yang telah diuraikan, adapun manfaat yang diharapkan dari penulisan laporan akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Dapat dijadikan referensi usaha bagi masyarakat untuk menciptakan lapangan pekerjaan baru.
2. Menumbuhkan jiwa wirausaha dan meningkatkan kreativitas serta inovasi bagi mahasiswa dan pembaca.
3. Dapat digunakan sebagai referensi pada penulisan laporan akhir di tahun berikutnya.
4. Dapat dijadikan acuan bagi mahasiswa atau pembaca yang ingin berwirausaha dalam bidang pengemasan produk jadi.