

## **BAB 1. PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Makanan ringan atau camilan kini telah menjadi gaya hidup tersendiri bagi masyarakat Indonesia di semua daerah. Makanan ringan biasanya dinikmati sebagai teman di waktu senggang, santai, maupun saat berkumpul dengan keluarga. Camilan yang beredar di masyarakat sangat beragam, mulai dari kerupuk, keripik, stik, dan aneka ragam camilan lainnya. Oleh karena itu, usaha dibidang makanan ringan atau camilan menjadi peluang bisnis yang besar bagi para pengusaha. Salah satunya usaha pengemasan keripik singkong.

Keripik singkong merupakan makanan ringan yang banyak digemari masyarakat karena memiliki ciri khas rasa yang renyah dan gurih. Proses pengemasan Keripik Singkong “Dalisa” menggunakan produk yang di produksi oleh Bapak Toyo dengan nama merek “Mayor”. Proses produksi Keripik Singkong “Mayor” dilakukan 3 kali dalam seminggu, dimana setiap 1 kali produksi dapat menghasilkan 100 kemasan dengan berat 200 gram. Keripik singkong “Mayor” ini cukup memiliki banyak konsumen tetap karena konsistensi rasanya dan juga harga yang ditawarkan relatif murah yakni seharga Rp 6.000 per kemasan. Keripik singkong ini biasanya dijual dengan rasa original dan menggunakan kemasan yang sederhana sehingga kurang menarik perhatian konsumen. Kemasan yang digunakan sangat sederhana, yakni hanya menggunakan plastik kiloan dan di ikat menggunakan tali rafia, serta label yang digunakan yakni kertas biasa. Oleh karena itu perlu adanya penambahan rasa dan inovasi dalam hal pengemasan untuk meningkatkan nilai jual keripik singkong.

Pengemasan disebut juga pembungkusan atau perwadahan merupakan salah satu cara untuk mengawetkan bahan atau produk, yang bertujuan untuk memperpanjang umur simpan dan juga dapat mencegah atau mengurangi terjadinya kerusakan-kerusakan pada produk. Seiring dengan berkembangnya zaman, kemasan juga menjadi bahan pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian produk. Jika sebelumnya keripik singkong hanya dikemas menggunakan plastik kiloan dan di ikat dengan tali rafia sehingga produk kurang menarik perhatian

konsumen. Namun, dengan adanya tambahan inovasi keripik singkong ini akan dikemas menggunakan *Standing Pouch* kombinasi yang di press menggunakan alat *Handsealer* agar dapat memperpanjang umur simpan dan mencegah kerusakan pada produk. Varian rasa yang ditambahkan pada produk keripik singkong adalah varian rasa balado pedas. Rasa pedas pada camilan saat ini sangat disukai oleh konsumen dan tentu hal ini menjadi peluang usaha bagi produk keripik singkong.

Proses penjualan Keripik Singkong “Dalisa” dilakukan dengan saluran pemasaran langsung dan tidak langsung melalui *Marketplace* atau *Platform* seperti *Shopee*. Seperti yang kita ketahui dengan perkembangan teknologi saat ini seseorang bisa berbelanja dan menjual produknya tanpa keluar rumah cukup melalui *Platform*. Tentunya hal ini menjadi peluang bagi penjualan Keripik Singkong “Dalisa” agar produk ini dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas dan tidak hanya terfokus pada satu tempat saja.

Data terbaru yang dirilis oleh [www.sirclo.com](http://www.sirclo.com) menunjukkan rangking 5 *Marketplace* terbesar di Indonesia berdasarkan jumlah pengunjung bulannya di kuartal kedua tahun 2020. Total pengunjung *Marketplace* setiap bulannya tercatat 270 juta pengunjung itu artinya ada sekitar 9 juta pengunjung setiap harinya (Iqbal, 2021). Adapun data peringkat *marketplace* terbesar di Indonesia disajikan pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1 Peringkat Marketplace terbesar di Indonesia

No	Platform	Jumlah Kunjungan Perbulan
1.	<i>Shopee</i>	93,4 juta
2.	Toko Pedia	86,1 juta
3.	Bukalapak	35,2 juta
4.	Lazada	22 juta
5.	Blibli	18,3 juta

Sumber: Data Sekunder (Kaya dari *Marketplace*, 2021)

Usaha pengemasan keripik singkong ini diharapkan mampu menarik daya beli masyarakat dan juga dapat menjadi alternatif berwirausaha. Perhitungan untuk menganalisis usaha yakni menggunakan metode BEP (*Break Event Point*), R/C Ratio (*Revenue Cost Ratio*), dan ROI (*Return On Investment*) sehingga diketahui 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 produk Keripik Singkong “Dalisa” di Kabupaten Bondowoso?
2. Bagaimana analisis usaha pengemasan produk Keripik Singkong “Dalisa” di Kabupaten Bondowoso?
3. Bagaimana proses pemasaran produk Keripik Singkong “Dalisa”?

## **1.3 Tujuan**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan dari pelaksanaan Tugas Akhir ini adalah:

1. Dapat melakukan proses pengemasan produk Keripik Singkong “Dalisa” di Kabupaten Bondowoso.
2. Dapat menganalisis kelayakan usaha pengemasan produk Keripik Singkong “Dalisa” di Kabupaten Bondowoso.
3. Dapat mengetahui proses pemasaran produk Keripik Singkong “Dalisa”.

## **1.4 Manfaat**

Berdasarkan tujuan Tugas Akhir maka manfaat yang diharapkan dari Tugas Akhir ini sebagai berikut:

1. Dapat meningkatkan kreatifitas dalam meningkatkan peluang bisnis yang ada.
2. Dapat dijadikan referensi dalam penyusunan Tugas Akhir
3. Sebagai upaya untuk meningkatkan inovasi serta pengembangan produk Keripik Singkong
4. Dapat digunakan sebagai acuan berwirausaha bagi mahasiswa dan juga masyarakat.