

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kerupuk adalah bahan kering berupa lempengan tipis yang terbuat dari adonan yang bahan utamanya adalah pati. Berbagai bahan berpati dapat diolah menjadi kerupuk, diantaranya adalah ubi kayu, ubi jalar, beras, sagu, terigu, tapioka, dan talas. Pada umumnya pembuatan kerupuk adalah bahan berpati dilumatkan bersama atau tanpa bumbu kemudian dimasak (direbus atau dikukus) dan dicetak berupa lempengan tipis yang disebut kerupuk kering. (Kusantati, dkk 2007)

Kerupuk merupakan makanan pendamping atau teman makan sebagian besar masyarakat Indonesia. kerupuk yang memiliki rasa renyah, sedap dan gurih serta memiliki harga yang relatif murah menjadikan kerupuk sebagai salah satu makanan yang banyak dicari oleh masyarakat Indonesia. Kerupuk disukai oleh berbagai lapisan kalangan masyarakat tidak tergantung umur baik tua maupun muda, masyarakat desa maupun kota (Wahyono, R dan Marzuki, 2002).

Kerupuk banyak ditemukan di berbagai tempat, baik di kedai-kedai pinggir jalan, toko makanan, maupun di restoran dan hotel-hotel berbintang. Sering kita jumpai kerupuk pada umumnya dikemas dengan kemasan seadanya, dengan kemasan plastik tipis dan digantungkan di toko-toko yang kurang menarik minat para pembeli. Kemasan plastik yang tipis juga mempengaruhi berkurangnya daya tahan dari kerupuk tersebut.

Melihat peluang usaha dari kerupuk yang banyak diminati oleh sebagian besar kalangan masyarakat, membuat prospek usaha kerupuk menjadi suatu peluang bisnis yang cukup menguntungkan. Dengan menambah sedikit inovasi pada cita rasa kerupuk dan kemasan pada produk kerupuk, diharapkan usaha mampu bersaing dengan produk lain agar produk kerupuk tidak kalah saing dipasaran.

Sebagian besar kerupuk memiliki cita rasa yang gurih dan sedap. Rasa gurih dan sedap biasanya diperoleh dari penambahan rasa seperti bawang putih,

penambahan rasa seperti ikan dll. Untuk membuat usaha berbeda dan dapat menarik minat para konsumen. Diperlukan suatu inovasi yang lain. Pemberian rasa sedap dan gurih dianggap biasa dalam usaha kerupuk, oleh karena itu penambahan rasa buah seperti anggur, stawberry dan apel kedalam citarasa kerupuk menjadikan cita rasa kerupuk yang biasanya sedap dan gurih menjadi bercitarasa buah yang manis. Ditambah lagi dengan mengemas produk semenarik mungkin untuk menambah minat beli calon konsumen. Pengemasan yang baik ditujukan bukan hanya untuk menarik minat konsumen, pula untuk memperpanjang daya tahan produk.

Menyikapi hal itu muncullah sebuah ide berwirausaha dengan mengandalkan kemasan serta inovasi dari penambahan cita rasa pada kerupuk dengan menambah cita rasa buah-buahan. Selain bahan baku berupa kerupuk siap kemas yang mudah didapat, di sekitar daerah jember pada umumnya dan khususnya di Desa Balung Lor, Kecamatan Balung masih belum ada produk serupa. Oleh karenanya berwirausaha mengemas kerupuk rasa buah dirasa mampu untuk memunculkan usaha baru dan dapat membuka lapangan usaha baru bagi masyarakat sekitar. Dan juga sebagai bahan motivasi kepada mahasiswa yang ingin memulai suatu usaha.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka dapat dirumuskan masalah yaitu:

- a. Bagaimana proses pengemasan kerupuk rasa buah agar terlihat lebih menarik?
- b. Bagaimana pemasaran kerupuk rasa buah?
- c. Bagaimana kelayakan usaha pengemasan kerupuk rasa buah.

1.3 Tujuan dan Manfaat

1.3.1 Tujuan

Berdasarkan identifikasi dan perumusan masalah di atas, maka tujuan dari tugas akhir ini, yaitu:

- a. Mengetahui proses pengemasan kerupuk rasa buah di Desa Balung Lor Kecamatan Balung Kabupaten Jember.
- b. Mengetahui pemasaran yang digunakan pada pengemasan kerupuk rasa buah.
- c. Mengetahui kelayakan usaha pengemasan kerupuk rasa buah ini layak untuk diusahakan.

1.3.2 Manfaat

Manfaat yang diharapkan adalah:

- a. Mahasiswa dapat menerapkan secara teori maupun keterampilan yang telah dimiliki dibangku kuliah untuk diaplikasikan di masyarakat.
- b. Mahasiswa dapat belajar berwirausaha, terutama wirausaha dalam pengemasan kerupuk rasa buah.
- c. Memberikan peluang baru bagi masyarakat dalam dunia wirausaha.