

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia memiliki banyak sumber daya alam, baik di darat maupun perairan. Indonesia juga terkenal dengan berbagai tanamannya. Ada banyak jenis tanaman di Indonesia yang bisa menghasilkan bahan makanan, salah satu tanaman yang menghasilkan bahan makanan adalah umbi-umbian. Ada beberapa jenis umbi-umbian yang tumbuh di Indonesia yaitu bawang, wortel, kentang, ubi kayu, ubi jalar dan talas. Dari berbagai jenis umbi-umbian tersebut kentang sangat terkenal dikalangan masyarakat Indonesia. Selain mudah ditemukan kentang juga memiliki rasa yang enak. kentang dalam bahasa latinnya (*solanum tuberosum*) tergolong bahan makanan yang kaya nutrisi dan memiliki banyak manfaat bagi tubuh antara lain : karbohidrat, protein, serat, gula, vitamin c, asam folat, vitamin B6, magnesium, mangan, fosfor, kalium, dan antioksidan alami, seperti flavonoid dan karotenoid, dengan banyaknya gizi yang terkandung di dalam kentang, kentang banyak dijadikan olahan makanan diantaranya, yaitu : keripik kentang, kentang goreng, perkedel kentang, kue lumpur kentang, dan masih banyak lainnya.

Sebagian besar masyarakat Indonesia menyukai kentang. Baik yang diolah sebagai keripik kentang, kentang goreng, oseng kentang dan lainnya. Dalam pengolahannya harus diperhatikan karena jika salah dalam pengolahan akan mengurangi kandungan gizi kentang.

Oseng kentang merupakan olahan makanan yang mudah dibuat, selain mudah dalam proses produksi, oseng kentang juga mudah di pasarkan. Pemasaran oseng kentang lebih mudah dilakukan karena sebagian besar masyarakat Indonesia menyukai olahan berbahan dasar kentang terutama dalam rasa yang pedas. Maka dibuat lah produk oseng kentang.

Untuk memperkenalkan produk oseng kentang strategi pemasaran sangat penting karena untuk meningkatkan pendapatan dalam penjualan, di dalam

strategi pemasaran kita juga harus dituntut untuk bisa meningkatkan kualitas produk yang kita jual dari segi rasa, dan kemasan. Dalam segi rasa harus menciptakan inovasi yang baru agar para konsumen tidak mudah jenuh. Dalam segi kemasan kita harus bisa membuat kemasan yang unik dan kekinian agar menarik minat beli konsumen terhadap produk kita.

Berdasarkan latar belakang di atas penulis tertarik dengan proyek penelitian yang berjudul “**Perencanaan dan Pembuatan Bisnis Oseng Kentang *Delicious* (Tinjauan Aspek Pemasaran)**”

1.2 Identifikasi Proyek

Berdasarkan pemaparan latar belakang, maka identifikasi proyek akhir ini adalah “Bagaimana Perencanaan dan Pembuatan Bisnis Oseng Kentang *Delicious* (Tinjauan Aspek Pemasaran)?”

1.3 Tujuan Proyek

Tujuan proyek akhir Perencanaan dan Pembuatan Bisnis Oseng Kentang *Delicious* (Tinjauan Aspek Pemasaran) terdiri dari tujuan umum dan tujuan khusus. Rincian dapat dilihat sebagai berikut :

1.3.1 Tujuan Umum Proyek

Tujuan proyek secara umum, yaitu untuk mengetahui “Bagaimana Perencanaan dan Pembuatan Bisnis Oseng Kentang *Delicious* (Tinjauan Aspek Pemasaran)”

1.3.2 Tujuan Khusus Proyek

Tujuan khusus proyek akhir Perencanaan dan Pembuatan Bisnis Oseng Kentang *Delicious* (Tinjauan Aspek Pemasaran) adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana *segmentasi, targeting, dan positioning* (STP) Produk Oseng Kentang *Delicious*.
2. Untuk mengetahui bagaimana bauran pemasaran (*marketing mix*) Produk Oseng Kentang *Delicious*.

3. Untuk mengetahui bagaimana kendala-kendala yang dihadapi pada bagian Pemasaran Produk Oseng Kentang *Delicious*.
4. Untuk mengetahui solusi dari kendala yang dihadapi bagian Pemasaran Produk Oseng Kentang *Delicious*.

1.4 Manfaat Proyek

Dari proyek Perencanaan dan Pembuatan Bisnis Oseng Kentang *Delicious* (Tinjauan Aspek Pemasaran) memiliki beberapa manfaat, adapun manfaat dari proyek Perencanaan dan Pembuatan Bisnis Oseng Kentang *Delicious* (Tinjauan Aspek Pemasaran) adalah :

1.4.1 Bagi Penulis

Dapat mengetahui dan menerapkan strategi pemasaran yang akan digunakan untuk mengembangkan dan memperkenalkan produk terbaru kepada masyarakat serta dapat memperoleh pengetahuan tentang perencanaan bisnis dengan baik untuk menjadi pedoman dalam memasarkan produk.

1.4.2 Bagi Pihak Lain

Agar memotivasi pembaca untuk lebih kreatif menciptakan produk-produk terbaru dan lebih kekinian serta dapat memberikan informasi ke pembaca dalam memasarkan produk.

1.5 Tempat dan Waktu Pelaksanaan Proyek

Tempat pelaksanaan proyek akhir Perencanaan dan Pembuatan Bisnis Oseng Kentang *Delicious* (Tinjauan Aspek Pemasaran) di Jl. Pramuka, Gang. H. Idris, Kecamatan Bengkalis. Sedangkan penjualan dilakukan menggunakan sistem *Online*.

1.6 Sistematika Penulisan Laporan

Berdasarkan dari pengertian latar belakang proyek di atas maka dapat diambil kesimpulan bahwa sistematika penulisan dari laporan proyek Perencanaan

dan Pembuatan Bisnis Oseng Kentang *Delicious* (Tinjauan Aspek Pemasaran) disusun untuk memberikan gambaran umum tentang proyek yang dibuat, sistematika penulisan proposal laporan proyek akhir adalah sebagai berikut:

BAB 1: PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis menguraikan latar belakang, identifikasi proyek, tujuan proyek, tempat pelaksanaan proyek dan sistematika penulisan.

BAB 2: TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini penulis menguraikan tentang teori-teori yang relevan dengan pokok bahasan dalam proyek akhir ini, yang terbagi dalam penelitian terdahulu, kewirausahaan, dan pemasaran.

BAB 3: METODA DAN PROSES PENYELESAIAN PROYEK

Pada bab ini penulis akan menguraikan rencana persiapan proyek, rencana pelaksanaan proyek, rencana penyelesaian proyek, dan rencana pelaporan proyek yang terdiri dari laporan pelaksanaan proyek dan laporan keuangan pelaksanaan proyek.

BAB 4: HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini penulis akan menguraikan profit Produk Oseng Kentang *Delicious*, persiapan proyek, pelaksanaan proyek, penyelesaian proyek dan laporan proyek.

BAB 5: PENUTUP

Pada bab ini terdapat sejumlah kesimpulan dan saran sebagai uraian tugas akhir laporan, serta sasaran sebagai rekomendasi untuk perbaikan di tempat proyek akhir.