BAB I
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Masyarakat memiliki salah satu budaya yang disebut "*njajan*". *Njajan* atau *ngemil* adalah suatu budaya karena masyarakat memiliki kecenderungan mengkonsumsi makanan ringan dengan frekuensi yang cukup tinggi. Hal tersebut dikarenakan masyarakat ingin mengkonsumsi makanan yang lebih praktis, meskipun nilai gizi makanan ringan tersebut kemungkinan besar lebih rendah daripada menu utama yang biasa dikonsumsi. Perubahan pola konsumsi masyarakat ini berdampak positif terhadap perkembangan industri makanan dan minuman terutama untuk industri bahan baku makanan ringan. Contoh makanan ringan yang sering dikonsumsi masyarakat saat ini adalah gorengan seperti tempe "menjes", "ote-ote", kerupuk, pisang goreng, tahu isi, dan lain-lain (Kompasiana, 2013).Tingginya kebiasaan masyarakat daerah Jawa Tengah untuk mengkonsumsi makanan ringan dapat dilihat dari jumlah produksi kelompok usaha makanan ringan yang ada di Magelang. Magelang memiliki sekitar 50 kelompok usaha di bidang makanan ringan. Setiap kelompok usaha tersebut memiliki tingkat produksi kurang lebih 200 kg per hari dan dipasarkan di beberapa area di Jawa Tengah. Hal itu berarti bahwa setiap hari diproduksi sekitar 10.000 kg makanan ringan (Prasetyo, 2003). Kondisi tersebut bahwa tingkat konsumsi makanan ringan oleh masyarakat di Jawa Tengah cukup tinggi.

Salah satu bahan baku utama pembuatan makanan ringan tersebut adalah tepung terigu protein rendah. Tepung terigu didapat dari hasil penggilingan biji gandum. Meskipun gandum sulit didapatkan di Indonesia, tetapi banyak orang yang menilai pengembangan industri terigu di

Indonesia akan sangat menguntungkan hingga beberapa tahun ke depan. Hal itu disebabkan budaya konsumsi makanan ringan yang berbasis terigu juga cukup tinggi. Oleh karena itu, nilai import gandum mengalami kenaikan pada beberapa tahun terakhir.

Pengembangan industri terigu memiliki prospek yang sangat menguntungkan karena banyak sekali produk makanan ringan, roti, mie, dan produk makanan lain berkembang pesat di Indonesia. Budaya *njajan* yang ada dalam masyarakat juga memberikan kontribusi yang cukup besar dalam perkembangan industri terigu, terutama terigu protein rendah. Perkembangan yang pesat juga meningkatkan nilai persaingan dalam bidang industri terigu, bisa menjadi *Tight Competition* atau bahkan menjadi *Hyper Competition.* Strategi pemasaran yang kurang tepat dan kurang optimal memungkinkan konsumen untuk membeli produk pesaing.

Tugas PUPP perluasan pemasaran terigu PT. Asia Raya ini diharapkan dapat meningkatkan lapangan kerja dan bermanfaat bagi orang lain. Tujuan lain dari perluasan pemasaran tersebut adalah untuk membantu memenuhi kebutuhan konsumen serta mempermudah untuk mendapatkan produk yang diinginkan. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan volume penjualan dan kepercayaan konsumen terhadap produk terigu protein rendah PT. Asia Raya. Selain itu, strategi perluasan pemasaran pada makalah ini dapat berguna sebagai solusi alternatif bagi pesaing yang mengalami kesulitan di dalam persaingan industri terigu yang dewasa ini terlihat didominasi oleh beberapa produsen, seperti Bogasari. Kapasitas produksi diperkirakan adalah 50 ton gandum per produksi. Letak pabrik beralamat di Jalan Beringin Bendo 6A Sidoarjo. Produk terigu protein rendah yang dijual dikemas dalam karung plastik ukuran 25 kg.

Rembang menjadi pilihan tujuan perluasan pemasaran karena perluasan pemasaran yang dituju adalah wilayah Jawa Tengah. Rembang merupakan salah satu wilayah di Jawa Tengah yang jarak geografisnya cukup dekat dengan lokasi pabrik, sehingga dirasa cukup untuk mengawali proses perluasan pemasaran tepung terigu merek Boldun di wilayah Jawa Tengah. Alasan lain dipilihnya Rembang adalah karena sasaran yang ingin dituju pada strategi perluasan pemasaran ini adalah masyarakat kalangan kelas menengah ke bawah. Beberapa alasan itulah yang mendukung dipilihnya wilayah Rembang sebagai target strategi perluasan pemasaran terigu PT. Asia Raya.

1.2. Tujuan

Tujuan dari penulisan Tugas Perencanaan Unit Pengolahan Pangan ini adalah:

1. Merencanakan strategi perluasan pemasaran terigu protein rendah PT. Asia Raya dengan kapasitas produksi 50 ton gandum per hari.
2. Menganalisa kelayakan teknis dan ekonomis dari perencanaan strategi perluasan pemasaran terigu protein rendah PT. Asia Raya.