

## I. PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Indonesia adalah negara yang memiliki jumlah penduduk keempat terbanyak di dunia setelah Tiongkok, India, dan Amerika Serikat. Total penduduk Indonesia yaitu 270,2 juta jiwa (BPS 2021). Jumlah penduduk yang banyak, menjadikan kebutuhan pangan rakyat menjadi bagian yang perlu diperhatikan. Keadaan stabilitas ketahanan pangan akan berpengaruh pada kestabilan ekonomi dan nasional. Menurut Hafsah (2006), kabapilitas negara dalam menyediakan bahan makanan bagi rakyatnya merupakan salah satu tolok ukur kemajuan suatu bangsa. Kualitas manusia sebagai sumber daya juga bergantung pada peran penting pangan. Oleh karena itu, makanan yang dikonsumsi tidak hanya bertujuan untuk mengenyangkan perut, tetapi harus memiliki kandungan gizi yang cukup, tampilan menarik, dan membangkitkan selera bagi yang memakannya.

Pada zaman modern, segala sesuatu berkembang secara cepat. Baik secara ilmu pengetahuan maupun teknologi, sehingga masyarakat dituntut untuk melakukan kegiatan secara efisien dan efektif. Terlihat dari pola dan gaya hidup masyarakat dalam memilih tempat tinggal, cara komunikasi, transportasi, maupun konsumsi. Dalam realitas kehidupan, masyarakat mudah untuk mendapatkan segala sesuatu. Sehingga berpengaruh terhadap gaya hidup dan pola konsumsi yang menuntut serba cepat atau instan (Amin 2007). Termasuk dalam konsumsi makanan, ibu-ibu dengan gaya hidup modern yang bekerja diluar rumah cenderung sibuk dengan pekerjaannya dan tidak memiliki cukup waktu mempersiapkan

makanan untuk anggota keluarganya. Sehingga memilih makanan instan atau siap saji sebagai menu makanannya (Mulyani, Sudiartini, dan Sariani 2020)

Masakan Indonesia merupakan jenis masakan yang kaya akan rempah dan dalam prosesnya membutuhkan waktu yang relatif lama. Dalam memasak, bumbu memiliki peran penting untuk melengkapi rasa agar hasil makanan tidak tawar. Bumbu instan merupakan solusi bagi masyarakat dengan pola hidup modern dalam menghemat waktu dan tenaga untuk memasak. Bumbu instan merupakan campuran antara rempah rempah dan bumbu lain yang telah diolah dalam takaran tertentu untuk sebuah masakan. Hal ini menjadikan waktu memasak lebih cepat dan efektif. Di Bandar Lampung, sebuah rumah tangga memiliki frekuensi pembelian bumbu instan kemasan sebanyak 2 kali dalam sebulan dengan jumlah pembelian 3 - 4 sachet (Juwita, Sayekti, dan Indriani 2015). Sedangkan dalam bentuk bumbu instan giling, rumah tangga membeli sebanyak 1- 2 kali dalam satu pekan (Sijabat, Sayekti, dan Lestari 2021). Keadaan ini menunjukkan bahwa minat dan kebutuhan bumbu instan dalam rumah tangga menjadi sebuah kebutuhan yang konstan.

Kebutuhan bumbu instan akan terus meningkat seiring peluang usaha dan gaya hidup masyarakat yang semakin modern. Dalam penelitian Fitri & Maihani (2022), menunjukkan produksi bumbu instan sejak tahun 2013 sampai dengan tahun 2017 mengalami rata rata pertumbuhan sebesar 5,63%. Kondisi ini menjadi peluang bagi industri besar maupun kecil seperti UMKM (Usaha Kecil Mikro dan Menengah) untuk menjalankan usaha pada produk bumbu instan. UMKM menjadi bagian penting dalam sebuah negara karena perannya yang besar dalam perekonomian suatu negara. Selain meningkatkan laju perokonomian negara, UMKM juga memiliki peran penting dalam menciptakan kesempatan kerja

sehingga dapat membantu mengurangi angka pengangguran dan mendukung pendapatan keluarga di daerah setempat. Pada tahun 2018, UMKM mampu menampung tenaga kerja sebesar 97% atau sejumlah 116.978.631 orang. Sedangkan 3% sisanya bekerja pada usaha besar, yaitu sejumlah 3.619.507 orang.

Tabel 1 Penyerapan tenaga kerja 2018 - 2019

Jenis Usaha	Penyerapan Tenaga Kerja (orang)	
	2018	2019
Usaha Mikro, Kecil dan Menengah	116.978.631	119.562.843
Usaha Besar	3.619.507	3.805.829

Sumber Data: diolah dari Kementerian dan Usaha Kecil dan Menengah

Peluang pasar bagi industri bumbu instan sangatlah besar, baik dalam pasar lokal maupun pasar internasional. Melalui program *Indonesian Spice Up The World (IUSTW)*, kementerian perindustrian berkolaborasi dengan berbagai pihak untuk mendukung ekspor bumbu dan rempah Indonesia. IUSTW mengunggulkan lima dari makanan khas nusantara, yaitu rendang, sate, nasi goreng, gado gado, dan soto. Pemilihan lima makanan unggulan ini berdasarkan pada penilaian *CNN Travel* pada *World's 50 Best Foods* pada tahun 2017 – 2021. IUSTW memiliki target 4.000 restoran Indonesia di seluruh dunia tersedia pada tahun 2024 (Kemenperin 2022). Program ini secara otomatis akan mengenalkan rempah dan bumbu khas masakan nusantara kepada dunia internasional. Hal ini semakin memperbesar peluang industri bumbu instan khas masakan Indonesia di pasar internasional.

Aneka Bumbu Raja (ABR) merupakan salah satu UMKM yang bergerak dibidang pengolahan industri rumahan bumbu instan. Saat ini, ABR memiliki 14 varian produk bumbu instan, yaitu bumbu gule, bumbu tongseng, bumbu sop, bumbu soto, bumbu rendang, bumbu brongkos, bumbu rawon, bumbu opor, bumbu ungkep gurih atau marinade, bumbu tengkleng, bumbu rica rica, bumbu rujak,

bumbu nasi goreng, dan bumbu sate. Dalam produknya, ABR memiliki keunggulan dalam proses produksi yaitu ditumbuk secara manual, tanpa menggunakan bahan pengawet tambahan serta non MSG.

Meskipun ABR memiliki 14 varian produk dalam usahanya, UMKM ABR masih memiliki beberapa kekurangan seperti tidak memperhitungkan modal awal secara keseluruhan. Modal awal hanya diperhitungkan untuk membeli peralatan dan bahan baku yang dapat digunakan dalam sekali produksi atau perbulannya. Selain itu, UMKM ABR belum membebankan biaya keseluruhan yang dikeluarkan dalam biaya operasional. Terutama untuk biaya yang jumlahnya relatif kecil selain biaya bahan baku, seperti biaya penyusutan peralatan, biaya listrik dan air, serta biaya tenaga kerja. Dalam biaya tenaga kerja, mayoritas industri rumah tangga tidak menanggung biaya tersebut jika sumber tenaga kerja tersebut berasal dari lingkungan keluarga (Ediwodjojo dan Ginting 2018).

Dalam pengelolaan UMKM ABR, jumlah dan waktu produksi bumbu instan tidak selalu sama setiap bulannya. Hal ini dikarenakan pangsa pasar bumbu merek “RAJA” paling banyak adalah saat idul fitri dan idul adha. Sehingga produksi paling banyak dilakukan saat mendekati waktu idul fitri sampai dengan idul adha. Sedangkan pada bulan bulan lain memproduksi lebih sedikit sesuai dengan permintaan dari pasar. Sehingga, analisis kelayakan finansial perlu dilakukann pada usaha bumbu instan merek “Raja” di UMKM ABR untuk meninjau apakah layak atau tidak layak untuk terus dijalankan..

## **B. Tujuan Penelitian**

1. Mengetahui profil UMKM Aneka Bumbu Raja (ABR).

2. Mengetahui kelayakan finansial UKM Aneka Bumbu Raja (ABR).

### **C. Kegunaan Penelitian**

- a. Tujuan penulis dalam melakukan penelitian ini adalah dapat meningkatkan pemahaman melalui penerapan teori yang telah dipelajari selama masa kuliah. Sehingga mampu membandingkan antara teori dengan fakta yang terjadi di lapangan serta mengetahui lebih dalam tentang UMKM Aneka Bumbu Raja.
- b. Hasil penelitian ini bagi perusahaan dapat digunakan sebagai alat pertimbangan serta evaluasi dalam menjalankan dan mengembangkan usaha.
- c. Penelitian ini diharapkan dapat berperan sebagai bahan referensi bagi pihak lain yang melakukan penelitian serupa.