

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berperan sebagai salah satu tulang punggung utama yang menopang laju pertumbuhan ekonomi Indonesia. Menurut catatan Kementerian Koperasi dan UKM (2021), Indonesia memiliki 64,2 juta unit UMKM yang menyumbangkan 61,07% dari PDB nasional (kurang lebih Rp8.573,89 triliun) sekaligus menyerap sekitar 117 juta pekerja. Besarnya kontribusi ini menjadikan UMKM sebagai fondasi ekonomi nasional yang pertumbuhan dan daya saingnya harus terus dipelihara.

UMKM yang terus tumbuh adalah bidang makanan dan minuman, khususnya usaha bumbu giling. Bumbu merupakan kunci kelezatan masakan Indonesia yang umumnya menggunakan racikan rempah yang lengkap (Ambarita & Simatupang, 2018). Karena proses meracik bumbu memerlukan waktu dan tenaga yang tidak sedikit, banyak masyarakat lebih memilih membeli bumbu giling siap pakai. Kondisi ini menjadikan bumbu giling sebagai produk dengan permintaan yang relatif stabil di pasar tradisional.

Salah satu daerah dengan pasar bumbu giling yang cukup besar adalah Kota Bandar Lampung. Menurut Sijabat (2019), ibu rumah tangga di Bandar Lampung membeli bumbu giling satu sampai dua kali per minggu di pasar tradisional, dengan bumbu rendang sebagai jenis yang paling banyak dibeli. Pola belanja yang rutin ini menandakan bahwa bumbu giling telah menjadi bagian dari kebutuhan dapur sehari-hari warga setempat. Selain permintaan yang besar, Provinsi Lampung juga merupakan salah satu daerah penghasil bahan baku utama bumbu giling, yaitu cabai merah keriting dan bawang merah, sebagaimana tersaji pada **Tabel 1.1**.

Tabel 1.1 Data Produksi Bawang Merah dan Cabai Merah Keriting di Provinsi Lampung Tahun 2021–2025

No	Komoditas	2021	2022	2023	2024	2025	Satuan
1	Bawang Merah	17.618	17.266	21.929	16.451	10.358	Kwintal
2	Cabai Merah Keriting	215.319	227.201	218.782	212.322	194.282	Kwintal

Sumber :BPS Provinsi Lampung (Direktorat Jenderal Hortikultura, 2026)

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa produksi bawang merah dan cabai merah keriting di Provinsi Lampung cenderung berfluktuasi dari tahun ke tahun. Meskipun produksi lokal berfluktuasi, pemilik Usaha Uda Bumbu menyampaikan dalam wawancara bahwa pasokan bahan baku tetap aman karena kekurangan dari daerah setempat dapat ditutupi oleh pasokan dari luar daerah, khususnya Jawa. Dengan demikian, kelangsungan produksi UMKM bumbu giling tidak terganggu dari sisi ketersediaan bahan baku. Kondisi ini menempatkan Bandar Lampung sebagai wilayah dengan dua faktor pendukung yang kuat bagi UMKM bumbu giling, yaitu permintaan pasar yang cukup besar dan ketersediaan bahan baku yang memadai.

Salah satu UMKM bumbu giling yang berkembang di Bandar Lampung adalah Usaha Uda Bumbu, yang berdiri sejak tahun 2020 dan berlokasi di Pasar Perumnas, Way Halim, Bandar Lampung. Dari wawancara, diketahui bahwa pemilik Usaha Uda Bumbu menangani sendiri seluruh pengelolaan usaha, mulai dari proses produksi sampai penjualan. Pada awal berdirinya, omzet yang didapat masih di kisaran Rp500.000 per hari, setara sekitar Rp15.000.000 per bulan. Semakin dikenal masyarakat seiring waktu, omzet usaha ini melonjak hingga menyentuh kisaran Rp150.000.000–Rp180.000.000 per bulan pada 2025. Usaha ini memproduksi dan menjual 40 varian produk, terdiri dari 17 varian bumbu giling dasar, 22 varian bumbu racik dan 1 varian santan segar, rinciannya tersaji pada **Tabel 1.2**.

Tabel 1.2 Produk Usaha Uda Bumbu

No	Kategori Produk	Jumlah Varian	Rincian Produk
1	Bumbu Giling Dasar	17 Varian	Bawang merah giling, kunyit giling, jahe giling, bawang putih giling, lengkuas giling, kemiri giling, Cabai merah giling kelapa gongseng giling, lada giling, ketumbar giling, rempah rendang, rempah kalio, rempah briani, rempah kebuli, rempah sup, rempah soto, rempah kaldu.
2	Bumbu Racik	22 Varian	Rendang, soto, malbi, sup, kalio, ungkep, pepes, asam padeh, gulai, kare, sambal kentang, tongseng, capcai, rawon, ayam kalasan, opor, ayam bakar, ikan bakar, nasi kebuli, nasi briani, cabai merah sambal, cabai hijau sambal.
3	Santan Segar	1 Varian	Santan segar hasil perasan kelapa.

Sumber: Usaha Uda Bumbu (2026)

Melihat pertumbuhan tersebut, pemilik Uda Bumbu memiliki rencana untuk mengembangkan usahanya ke tahap yang lebih maju. Pemilik ingin mengembangkan usaha menjadi usaha bumbu kemasan bermerek. Selain itu, pemilik juga ingin menerapkan sistem digitalisasi pada berbagai aspek usaha serta membangun sistem kerja yang membuat usaha dapat berjalan tanpa bergantung sepenuhnya pada pemilik. Untuk mewujudkan tujuan tersebut, diperlukan strategi pengembangan usaha agar proses tersebut dapat dilakukan secara terarah dan sesuai dengan kondisi usaha.

Dalam tinjauan literatur, penelitian terdahulu oleh Ambarita dan Simatupang (2018) menunjukkan bahwa usaha bumbu giling memiliki prospek yang menguntungkan, namun kajian tersebut lebih berfokus pada aspek nilai tambah dan penyerapan tenaga kerja, bukan pada perumusan strategi pengembangan. Sementara itu, penelitian Sijabat (2019) di Kota Bandar Lampung fokus pada perilaku konsumen dalam membeli bumbu giling tanpa membahas perumusan strategi pengembangan usaha. Penelitian yang mengintegrasikan secara utuh perumusan strategi pengembangan dengan penilaian kelayakan implementasinya, khusus pada UMKM bumbu giling di Kota Bandar Lampung, belum pernah dilakukan.

Berdasarkan kondisi usaha dan kesenjangan penelitian tersebut, penelitian disusun untuk merumuskan strategi pengembangan yang tepat bagi Usaha Uda Bumbu sekaligus menilai kelayakan penerapannya sesuai kondisi dan kemampuan usaha. Perumusan strategi mengikuti kerangka manajemen strategi tiga tahap dari David & David (2016), yakni tahap input (Matriks IFE dan EFE), tahap pencocokan (Matriks IE dan SWOT), dan tahap keputusan (QSPM). Strategi yang dihasilkan kemudian diuji kelayakannya melalui aspek-aspek studi kelayakan yang sesuai. Aspek yang digunakan disesuaikan dengan kebutuhan tiap strategi, mencakup hukum, sumber daya manusia, teknis dan teknologi, pasar dan pemasaran, manajemen, serta keuangan. Penelitian ini juga diharapkan memberi arah yang jelas bagi Usaha Uda Bumbu dalam menjalankan pengembangan usaha secara terencana dan berkelanjutan.

1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang di atas, rumusan masalah yang diangkat pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana strategi pengembangan usaha yang tepat untuk Usaha Uda Bumbu di Bandar Lampung?
2. Apakah strategi pengembangan usaha layak untuk diimplementasikan?

1.3 Tujuan Penelitian

Sejalan dengan rumusan masalah di atas, penelitian ini memiliki dua tujuan:

1. Merumuskan strategi pengembangan Usaha Uda Bumbu Bandar Lampung.
2. Menguji kelayakan implementasi strategi.

1.4 Batasan Penelitian

penelitian ini membatasi hal berikut:

1. Penelitian ini hanya merumuskan strategi pengembangan usaha dan menilai kelayakan implementasi strategi. Keputusan implementasi sepenuhnya berada pada pemilik Usaha Uda Bumbu. Pengambilan data penelitian dilakukan pada bulan Mei 2026.

1.5 Sistematika Penulisan

Penulisan penelitian ini terbagi ke dalam lima bab dengan susunan sebagai berikut:

BAB I. PENDAHULUAN

Berisi uraian latar belakang, rumusan masalah, tujuan, batasan, dan sistematika penulisan.

BAB II. LANDASAN TEORI

Memuat kajian teori yang menjadi dasar penelitian, meliputi manajemen strategi, Matriks IFE, EFE, IE, SWOT, QSPM, studi kelayakan bisnis, serta penelitian terdahulu yang relevan.

BAB III. METODOLOGI PENELITIAN

Menguraikan tahapan penelitian secara berurutan, dari langkah awal pelaksanaan hingga tercapainya hasil.

BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Menampilkan temuan penelitian melalui tabel, gambar, dan grafik, lengkap dengan pembahasannya.

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

Berisi kesimpulan atas hasil penelitian serta saran yang dapat menjadi masukan bagi penelitian berikutnya.

