

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan industri dan bisnis kuliner saat ini menunjukkan pertumbuhan yang pesat dengan adanya perubahan gaya hidup masyarakat modern yang serba praktis dan dinamis. Fenomena yang terjadi pada kalangan konsumen ini menuntut industri makanan untuk menciptakan produk pangan yang mudah diperoleh, cepat disajikan, dan memiliki citarasa dan kualitas yang dikehendaki. Kondisi ini mendorong tren produksi makanan siap konsumsi atau *ready to eat meal* (RTE). Produk makanan RTE adalah produk makanan dalam kemasan yang dapat langsung dikonsumsi tanpa harus melalui proses pemasakan lagi (Temgire et al., 2021). Perkembangan teknologi pengolahan dan pemasaran meningkatkan daya saing industri ini, sehingga diperlukan proses pemilihan secara tepat terhadap produk RTE yang akan dipasarkan. Perilaku konsumen menjadi salah satu poin penting yang mendasari pemilihan produk. Perilaku konsumen merupakan proses dan aktivitas seseorang yang berhubungan dengan pencarian, pemilihan, pembelian, penggunaan, serta pengevaluasian produk untuk mencukupi kebutuhan dan keinginannya (Firmansyah, 2018). Perilaku konsumen terhadap suatu produk pangan dipengaruhi oleh faktor kesukaan terhadap rasa, aspek sosial dan budaya daerah, kualitas, dan harga (Sholihah et al., 2025). Pemahaman terhadap perilaku konsumen menjadi penting ketika membangun usaha sebagai produsen pada bidang pangan.

Indonesia dikenal sebagai negara dengan tingkat konsumsi dan budaya makan pedas yang tinggi. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2024 total produksi cabai rawit mencapai 15.687.569 kuintal (BPS, 2024). Data tersebut menunjukkan tingginya permintaan makanan pedas di Indonesia. Salah satu produk pangan pedas khas kuliner Indonesia adalah sambal. Sambal menjadi kondimen penambah citarasa yang mampu meningkatkan selera makan masyarakat. Tingginya minat masyarakat terhadap sambal mendorong banyak produsen untuk mengembangkan varian sambal dalam bentuk siap konsumsi, seperti sambal lauk. Sambal lauk merupakan produk pangan olahan yang mengkombinasikan sambal

dengan bahan lauk tertentu baik produk hewani ataupun nabati seperti ikan, udang, dan tempe sehingga mendukung proses konsumsi yang lebih praktis bagi konsumen.

Sambal lauk iris adalah salah satu inovasi dalam pengolahan dan penyajian sambal yang terinspirasi dari sambal embe khas Bali. Keunggulan dari sambal lauk iris adalah tekstur yang renyah dan sensasi rasa yang kompleks hasil perpaduan bahan-bahan yang digoreng kering, memberi aroma wangi yang tidak ditemukan pada sambal pada umumnya. Produk ini dibuat dari perpaduan irisan bawang merah, bawang putih, cabai rawit merah, serai, daun jeruk, serta tambahan lauk pilihan yang memberi rasa gurih dan khas. Adanya penambahan lauk pilihan pada sambal iris mendukung konsep makanan praktis dan siap konsumsi, baik sebagai teman makan bersama lauk dan sayur tambahan atau hanya dikonsumsi bersama nasi putih. Wujud sambal yang kering memungkinkan penyimpanan dalam jangka waktu yang lebih lama dengan kualitas yang stabil tanpa adanya penambahan bahan pengawet.

Sebelum melakukan proses produksi dan penjualan sambal lauk iris, telah dilakukan survei sederhana pada 49 responden yang 93,9% merupakan kalangan pelajar dan mahasiswa. Melalui survei, diketahui sebanyak 85,7% responden menyukai makanan pedas dan 91,8% menyukai sambal, dengan frekuensi konsumsi sambal 1-2 kali/minggu 44,9%, 3-4 kali/minggu 22,4%, dan lebih dari 4 kali/minggu 30,6%, dengan 53,1% responden membeli sambal dalam kemasan dengan frekuensi 1-2 kali/bulan. 55,1% responden belum pernah mengetahui dan mengonsumsi produk sambal lauk iris sehingga produk tersebut terkesan baru bagi sebagian besar responden yang dominan berasal dari populasi pelajar dan mahasiswa. Berdasarkan pendapat keseluruhan responden dapat disimpulkan produk sambal lauk iris dinilai menarik, praktis, gurih, dan cocok dijadikan lauk atau taburan sehingga meningkatkan selera makan. Survei juga menyertakan pertanyaan berupa beberapa pilihan lauk yang dapat digunakan dalam produk, yaitu teri Medan, rebon, tempe, dan ikan pindang. Dari hasil survei, lauk teri Medan memperoleh persentase tertinggi sebesar 30,6%, sehingga teri Medan dipilih sebagai bahan utama yang akan digunakan dalam proses produksi

sekaligus menjadi fokus dalam pengembangan produk sambal lauk iris. Secara keseluruhan, sambal lauk iris teri Medan dapat menjadi peluang bisnis kuliner baru sehingga lebih dikenal oleh masyarakat luas, melalui beberapa evaluasi, perencanaan, dan strategi pemasaran yang diterapkan.



Gambar 1.1. Sambal lauk iris teri Medan "TEMAN SANTAP"

Perencanaan unit usaha dan pengolahan sambal lauk iris teri Medan akan digolongkan dalam kategori UMKM yang beroperasi dalam bentuk Usaha Dagang (UD), yaitu UD Sambal Lauk Nusantara dengan produk sambal lauk iris teri Medan yang diberi merek "TEMAN SANTAP", dengan dasar pertimbangan kesederhanaan, fleksibilitas, dan kesesuaian dengan skala usaha yang dijalankan. UD merupakan bentuk usaha perseorangan yang relatif mudah didirikan, tidak memerlukan prosedur hukum yang kompleks seperti PT, serta tidak menuntut modal awal yang besar, sehingga sangat sesuai untuk usaha berskala kecil hingga menengah. Namun, bentuk usaha UD memiliki beberapa keterbatasan, antara lain tanggung jawab hukum pemilik yang bersifat tidak terbatas sehingga seluruh risiko usaha ditanggung secara pribadi, tidak adanya pemisahan antara harta pribadi dan harta usaha, serta kepercayaan investor yang relatif lebih rendah dibandingkan badan usaha berbadan hukum seperti CV dan PT. Hal ini memberikan efisiensi biaya dan waktu, terutama pada tahap awal pengembangan usaha. Pemilihan merek "TEMAN SANTAP" didasarkan pada filosofi bahwa sambal yang dipasarkan bukan

sekadar berfungsi sebagai pelengkap seperti sambal pada umumnya, namun dapat digunakan sebagai lauk di setiap hidangan, sehingga kata “Teman” mencerminkan keakraban, kedekatan, dan rasa kebersamaan, sedangkan kata “Santap” merujuk pada fungsinya sebagai lauk saat makan.

Kapasitas produksi sambal lauk iris teri Medan “TEMAN SANTAP” adalah sebanyak 15.048 toples per tahun. Gambar produk sambal lauk iris “TEMAN SANTAP” dapat dilihat pada Gambar 1.1. Unit usaha dan pengolahan sambal lauk iris teri Medan “TEMAN SANTAP” dilakukan pada skala home industry di Jalan Mulyosari 1 No. 129, Surabaya, Jawa Timur dengan jumlah karyawan 2 orang. Dasar dari pemilihan lokasi ini adalah akses yang mudah untuk pengiriman bahan baku dan distribusi produk, karena berada di area yang dekat dengan pasar tradisional, *supermarket*, serta pusat perbelanjaan yang menyediakan kebutuhan bahan utama seperti cabai, bawang, dan ikan teri Medan. Lokasi ini juga berada tidak jauh dari kawasan sekolah, universitas, serta pemukiman padat penduduk, sehingga memudahkan pemasaran produk khususnya kepada target konsumen anak muda dan keluarga. Selain itu, tempat usaha memiliki utilitas yang memadai, seperti akses listrik, air bersih, serta jaringan internet yang mendukung kegiatan produksi dan penjualan *online*. Posisi lokasi yang mudah ditemukan juga memudahkan kurir untuk mengambil dan mengirimkan produk kepada konsumen, sehingga mempercepat layanan distribusi serta memperlancar proses pemesanan bahan secara daring.

Strategi pemasaran produk sambal lauk iris teri Medan. “TEMAN SANTAP” dilakukan dengan promosi secara *online* melalui media sosial seperti “Tiktok”, “Whatsapp”, “Instagram” dan *e-commerce* dengan menampilkan gambar dan video menarik yang disebarluaskan. Target pasar produk sambal lauk iris teri Medan “TEMAN SANTAP” adalah kalangan remaja hingga lanjut usia, khususnya ibu rumah tangga, mahasiswa, dan pekerja yang membutuhkan makanan praktis, siap saji namun tetap memiliki cita rasa yang autentik. Penjualan produk dilakukan melalui dua saluran utama, yaitu *offline* dan *online*. Penjualan *offline* dilakukan secara langsung dengan menitipkan produk pada kantin sekolah, kantin universitas, toko oleh-

oleh khas daerah, serta minimarket lokal yang memiliki potensi konsumen tinggi. Sementara itu, penjualan online dilakukan melalui platform e-commerce dan media sosial, sehingga konsumen dapat dengan mudah melakukan pemesanan dan produk akan dikirimkan langsung ke alamat tujuan. Kombinasi kedua saluran distribusi ini diharapkan dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan aksesibilitas produk bagi konsumen.

Perencanaan produksi sambal lauk iris teri Medan "TEMAN SANTAP" dilakukan dengan memperhatikan aspek ekonomis, manajerial, dan teknis agar unit usaha dapat beroperasi secara efektif serta efisien. Dari sisi ekonomis, dilakukan analisis kelayakan usaha yang mencakup perhitungan *Break Even Point* (BEP), *Pay Out Time* (POT), *Rate of Return* (ROR), dan *Minimum Attractive Rate of Return* (MARR). Aspek manajerial berkaitan dengan struktur serta pengaturan organisasi dalam menjalankan usaha sementara itu, aspek teknis mencakup pemilihan lokasi dan tata letak produksi, penyediaan alat dan bahan, kebutuhan tenaga kerja, serta utilitas pendukung.

1.2. Tujuan

Tujuan Perencanaan Unit Usaha Sambal Lauk Iris Teri Medan "TemanSantap." adalah sebagai berikut:

1. Melakukan perencanaan produksi dan analisis kelayakan usaha sambal lauk iris teri Medan "TEMAN SANTAP" dengan kapasitas produksi 15.048 toples/tahun (@60 g/toples).
2. Melakukan implementasi perencanaan produksi dan usaha yang telah disusun.
3. Mengevaluasi kelayakan faktor teknis dan ekonomi realisasi usaha sambal lauk iris teri Medan "TEMAN SANTAP" dengan kapasitas produksi 15.048 toples/tahun (@60 g/toples).