

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara industri dan bisnis yang perkembangannya pesat terutama bisnis yang bergerak di bidang makanan. Hal tersebut ditunjukkan dengan banyaknya usaha-usaha makanan yang baru merintis tersebar diseluruh Indonesia. Berdasarkan data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik Indonesia jumlah usaha penyedia makan dan minum mengalami peningkatan setiap tahunnya. Pada tahun 2018 jumlah restoran atau rumah makan sebanyak 7680 meningkat pada tahun 2020 jumlah makan atau rumah makan sebanyak 8042.

Pangan merupakan salah satu kebutuhan dasar manusia yang paling pokok. Makanan pokok merupakan sumber karbohidrat pemberi kontribusi energi terbesar jika dibandingkan dengan protein hewani, protein nabati, buah dan sayur terhadap total energi individu sehari. Manusia membutuhkan energi untuk mempertahankan hidup, menunjang pertumbuhan dan melakukan aktivitas fisik. Energi diperoleh dari karbohidrat, lemak dan protein yang ada di dalam bahan makanan. Kandungan karbohidrat, lemak dan protein suatu bahan makanan menentukan nilai energinya (Adha dan Suseno, 2020). Makanan di Indonesia pada umumnya dibagi menjadi dua yaitu makanan tradisional dan makanan modern. Makanan tradisional terbentuk oleh proses budi daya yang memiliki ciri khas dimana bahan dan penyajian makanannya yang sederhana, sedangkan makanan modern adalah makanan yang muncul di masa sekarang yang ditunjukkan dengan kecepatan penyajian makanannya dan biasanya menggunakan alat-alat yang sudah canggih. Namun, makanan modern keberadaannya mulai diimbangi oleh makanan tradisional yang mulai menunjukkan eksistensinya dengan berbagai inovasi yang telah dikembangkan, bahkan di mal-mal besar sekarang makanan tradisional bisa ditemukan. Salah satu makanan tradisional yang menyebar luas dengan cepat di Indonesia saat ini yaitu seblak. Hal ini dapat ditunjukkan dengan menyebarnya bisnis seblak di berbagai daerah dan di beberapa pusat perbelanjaan di Indonesia.

Seblak merupakan makanan khas yang berasal dari daerah Jawa barat yaitu Bandung yang mempunyai citarasa yang pedas dan berbahan dasar dari kerupuk basah yang dimasak dengan sayuran, mie, siomay dan sumber protein seperti telur, ayam, boga bahari atau olahan daging sapi, dimasak dengan bumbu tertentu. Pada awalnya seblak hanya dikenal dan dikonsumsi di daerah Jawa Barat saja, tapi dengan citarasa yang unik dan perkembangan bisnis seblak yang pesat kedai-kedai sudah bisa ditemui diberbagai daerah termasuk Jember.

CV. Sabay Cipta Rasa merupakan salah satu pelaku usaha yang menawarkan produk seblak dan memiliki citra produk dengan nama seblak preanger. CV. Sabay Cipta Rasa berada di Jl. Bangka III No. 18, Tegal Boto Lor, Sumbersari, Kecamatan Sumbersari, Kabupaten Jember, Jawa Timur. CV. Sabay Cipta Rasa merupakan perusahaan yang memiliki kedai-kedai seblak terutama di Jember dan beberapa cabang di berbagai daerah seperti Banyuwangi, Sidoarjo, Malang dan masih ada lagi lainnya. CV. Sabay Cipta Rasa didirikan pada tahun 2017 di awal merebaknya tren usaha kuliner seblak di Jember. Merebaknya usaha seblak di Jember memunculkan banyak pelaku-pelaku usaha yang sejenis, sehingga dapat mengakibatkan adanya persaingan yang ketat diantara pelaku usaha. Dengan adanya persaingan ketat tersebut CV. Sabay Cipta Rasa berusaha untuk dapat memberikan yang terbaik sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen agar mampu bertahan di tengah persaingan yang ada. Upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, CV. Sabay Cipta Rasa mengumpulkan komponen - komponen mulai dari bahan baku hingga produk jadi yang siap dikonsumsi yaitu dari produk penjualan, pengiriman, pemeliharaan dan pelayanan dengan memberikan nilai tambah setiap komponennya, sehingga bisa meningkatkan keuntungan perusahaan dan sebisa mungkin mengurangi biaya produksi perusahaan tanpa mengurangi kualitas produk olahan seblak preanger.

Rantai nilai adalah serangkaian kegiatan yang dilakukan di dalam suatu perusahaan untuk menghasilkan keluaran tertentu, melihat berbagai kegiatan kompleks yang dilakukan oleh berbagai pelaku untuk membawa bahan baku melalui suatu rantai hingga menjadi produk akhir yang dijual. Pajogo et al. (2008) dalam Segara, Kusmantini dan Utami (2019) menyatakan bahwa ada empat

aktivitas dari rantai nilai, yaitu: Fokus pada Pelanggan (*Customer Focus*), Manajemen Pengembangan & Penelitian (*R&D Management*), Manajemen Proses (*Process Management*), dan Manajemen Pemasok (*Supplier Management*). Aktivitas rantai nilai yang pertama adalah fokus pada pelanggan, fokus pada pelanggan termasuk salah satu misi UKM. UKM harus memiliki fokus pada pelanggan agar dapat memenuhi kebutuhan pelanggan. Aktivitas rantai nilai yang kedua adalah manajemen pengembangan & penelitian. Saat ini persaingan bisnis sangatlah ketat, umur produk dipasar tidak selamanya bisa bertahan karena banyak bermuncunya produk baru. Hal ini menuntut peran dari manajemen pengembangan & penelitian pada suatu perusahaan sebagai salah satu cara agar perusahaan tetap melakukan inovasi. Aktivitas rantai nilai yang ketiga adalah manajemen proses, saat ini mengutamakan kualitas sangatlah penting dikarenakan perusahaan tidak akan dapat bersaing jika kualitas produknya buruk. Maka dari itu manajemen proses sebagai salah satu cara untuk mengawasi kualitas produk perusahaan. Aktivitas rantai nilai yang terakhir adalah manajemen pemasok, peran pemasok dalam mencapai kualitas produk yang unggul telah diakui dalam arena rantai pasokan. Membantu memberikan informasi kepada manajemen mengenai pengadaan barang. Sistem ini juga memuat informasi mengenai hubungan dengan pihak luar seperti vendor atau supplier. Dari keempat hal tersebut menunjukkan bahwa perusahaan dapat memperoleh hasil dengan menargetkan elemen tertentu sebagai sarana untuk mencapai hasil yang kompetitif. Kualitas produk sangat menentukan akan keberhasilan persaingan perdagangan. Bagi perusahaan sangat penting untuk menjaga konsistensi kualitas produk yang dihasilkan sesuai dengan tuntutan pasar.

Dari latar belakang yang diuraikan diatas, peneliti tertarik untuk mengkaji penelitian berupa analisis rantai nilai dari produk seblak kemasan pada CV. Sabay Cipta Rasa Kabupaten Jember. Dengan memanfaatkan rantai nilai dan penambahan nilai yang baik diharapkan mampu mengetahui besarnya keuntungan serta aktivitas-aktivitas yang menghasilkan nilai tambah berawal dari bahan mentah sampai dengan penanganan produk hingga dijual kepada konsumen. Teknik analisis yang digunakan yaitu teknik analisis rantai nilai, analisis nilai tambah, dan analisis biaya usaha.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas maka diperoleh rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana rantai nilai produk seblak kemasan pada CV. Sabay Cipta Rasa Kabupaten Jember?
2. Bagaimana penerimaan, biaya, dan pendapatan produk seblak kemasan pada CV. Sabay Cipta Rasa Kabupaten Jember?
3. Bagaimana nilai tambah produk seblak kemasan pada CV. Sabay Cipta Rasa Kabupaten Jember?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka dapat dijelaskan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Mengetahui kondisi rantai nilai produk seblak kemasan pada CV. Sabay Cipta Rasa.
2. Mengetahui penerimaan, biaya, dan pendapatan produk seblak kemasan pada CV. Sabay Cipta Rasa.
3. Menentukan nilai tambah produk seblak kemasan pada CV. Sabay Cipta Rasa.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, manfaat yang diperoleh dari penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti
Sebagai wawasan bagaimana rantai nilai, analisis biaya dan pendapatan serta nilai tambah produk seblak kemasan pada CV. Sabay Cipta Rasa.
2. Bagi Perusahaan
Sebagai bahan informasi untuk bahan pertimbangan dalam meningkatkan keunggulan produk seblak kemasan pada CV. Sabay Cipta Rasa.
3. Bagi Peneliti lain
Sebagai bahan acuan, khususnya bagi peneliti lain yang berminat untuk mendalami lebih lanjut tentang analisis rantai nilai.