

1.1. Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia. Sebagai salah satu pilar utama ekonomi nasional, UMKM tidak hanya memberikan kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), tetapi juga memiliki peran besar dalam menyerap tenaga kerja, dengan lebih dari 97% tenaga kerja di Indonesia bekerja di sektor ini. (Hakim Piliang, 2024).

UMKM yang berfokus pada sektor agribisnis dikenal dengan istilah agroindustri. Istilah ini merupakan gabungan dari kata “*agriculture*” yang berarti pertanian dan “*industry*” yang merujuk pada proses pengolahan. Agroindustri berperan dalam mengolah hasil pertanian menjadi produk yang memiliki nilai tambah, seperti cokelat, keju, roti, keripik dan minuman herbal berbahan dasar rempah. Peran agroindustri sangat penting karena mampu meningkatkan nilai ekonomi hasil pertanian serta mendukung keberlanjutan usaha di sektor agribisnis (Asnidar, 2017).

Agroindustri memiliki peran strategis dalam pembangunan ekonomi nasional, khususnya di sektor agribisnis. Agroindustri berfungsi sebagai penghubung antara produksi pertanian dengan kebutuhan konsumen melalui pengolahan bahan mentah menjadi produk bernilai tambah. Namun, salah satu kendala utama yang dihadapi sektor ini adalah fluktuasi harga bahan baku, yang disebabkan oleh perubahan cuaca, musim panen, dan gangguan distribusi. Hal ini berdampak langsung pada biaya produksi (Harahap, 2023). Kenaikan harga bahan baku hingga 25% selama periode tertentu dapat menurunkan pendapatan agroindustri kecil hingga 15% (BKP, 2024).

UMKM agroindustri tidak hanya menghadapi tantangan dari sisi produksi seperti fluktuasi harga bahan baku, tetapi juga dari aspek pemasaran produk. Salah satu tantangan utama adalah dalam memilih dan mengoptimalkan saluran pemasaran yang tepat dan efektif. Banyak pelaku agroindustri skala kecil masih terbatas pada penggunaan saluran distribusi konvensional, seperti penjualan langsung di pasar tradisional atau melalui pengecer lokal, yang cakupannya

terbatas dan bersifat lokal. Padahal, di tengah perkembangan teknologi digital dan tren e-commerce yang semakin pesat, penggunaan saluran pemasaran digital seperti media sosial, marketplace, dan website menjadi peluang besar untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan volume penjualan. Sayangnya, pemanfaatan saluran digital ini masih belum optimal karena keterbatasan pengetahuan, keterampilan digital, dan akses teknologi dari pelaku usaha kecil. Permasalahan ini membuat produk agroindustri yang sebenarnya memiliki potensi tinggi, belum mampu bersaing secara maksimal di pasar yang lebih luas. Oleh karena itu, pemilihan dan pemanfaatan saluran pemasaran yang tepat menjadi kunci penting dalam mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM agroindustri di Indonesia (Kotler & Keller, 2016).

Sumatera Utara menempati posisi sebagai salah satu provinsi dengan jumlah UMKM tertinggi di Indonesia. Pada tahun 2022, jumlah UMKM di provinsi ini mencapai 595.779 unit, angka yang jauh lebih tinggi dibandingkan provinsi lain di Pulau Sumatera. Misalnya, Sumatera Selatan memiliki 330.693 unit, Sumatera Barat mencapai 296.052 unit, Lampung dengan 285.909 unit, dan Aceh yang hanya mencatat 229.101 unit. Namun, Sumatra Utara masih kalah dibandingkan beberapa provinsi di Pulau Jawa, seperti Jawa Tengah dengan 1.457.126 unit dan Jawa Barat yang memiliki jumlah UMKM tertinggi, yaitu 1.494.723 unit. Pada tabel berikut ini dapat dilihat data jumlah UMKM di Indonesia pada tahun 2022.

Tabel 1. Data 10 Provinsi dengan jumlah UMKM terbesar

No	Provinsi	Unit
1	Jawa Barat	1.494.723
2	Jawa Tengah	1.157.120
3	DKI Jakarta	638.566
4	Sumatera Utara	588.372
5	Banten	527.512
6	Sumatera Selatan	393.309
7	Jawa Timur	385.146
8	Nusa Tenggara Barat	282.955
9	Lampung	255.026
10	Nusa Tenggara Timur	266.299

Sumber : Kementerian Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah, 2022

Salah satu wilayah di Provinsi Sumatera Utara yang memiliki perkembangan UMKM yang cukup besar adalah Kota Medan. Pemerintah kota Medan saat ini memiliki berbagai program dalam mendukung perkembangan

UMKM seperti bantuan permodalan, akses pemasaran, pendampingan serta program pembinaan yang menjadi fokus utama dalam program UMKM. Salah satu UMKM yang memproduksi produk berbahan dasar komoditi pertanian (agroindustri) yang terdapat di Kota Medan tepatnya di Kecamatan Medan Sunggal yaitu UMKM Makame Rempah yang memanfaatkan rempah sebagai bahan baku utamanya.

Makame Rempah adalah UMKM yang berbasis di Kecamatan Medan Sunggal, Kota Medan, dengan fokus pada produksi minuman rempah olahan. Usaha ini didirikan oleh Buk Rahma Yulia Sari, seorang mantan karyawan bank BUMN yang memutuskan beralih ke dunia wirausaha. Selama masa pandemi, Buk Rahma mengikuti kelas online pembuatan jamu tanpa ampas, yang kemudian menginspirasinya untuk memproduksi minuman rempah. Dengan memanfaatkan kekayaan rempah-rempah lokal seperti jahe merah, kunyit, sereh, temulawak, dan habbatussauda, Makame Rempah menghasilkan produk minuman berbentuk *granules* (butiran) yang praktis, hanya perlu diseduh dengan air hangat. Produk ini tidak hanya menghadirkan cita rasa khas rempah Nusantara, tetapi juga bertujuan meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya pola hidup sehat.

UMKM Makame Rempah menggunakan 6 bahan baku utama, yaitu jahe merah, temulawak, kunyit, habbatussauda, sereh dan gula putih , yang harganya cenderung mengalami kenaikan selama empat tahun terakhir.

Tabel 2. Rata-Rata Harga bahan baku utama 4 tahun terakhir

No	Bahan Baku	Satuan	Harga (Tahun)			
			2021	2022	2023	2024
1	Jahe merah	Rp /Kg	50.000	40.000	35.000	40.000
2	Temulawak	Rp /Kg	20.000	20.000	25.000	30.000
3	Kunyit	Rp /Kg	20.000	20.000	25.000	30.000
4	Habbatussauda	Rp /Kg	80.000	80.000	90.000	90.000
5	Sereh	Rp /Kg	5000	5000	6000	6000
6	Gula tebu	Rp /Kg	12.000	15.000	18.000	19.000

Sumber : Data Primer diolah, 2025

Berdasarkan data pada Tabel 2, dapat diamati adanya tren kenaikan harga bahan baku utama dalam empat tahun terakhir. Beberapa komoditas mengalami fluktuasi, namun secara umum menunjukkan kecenderungan meningkat, yang mencerminkan tekanan biaya produksi yang semakin tinggi. Kenaikan ini berpotensi disebabkan oleh faktor-faktor seperti menurunnya produksi nasional,

inflasi, serta peningkatan permintaan pasar terhadap bahan herbal. Lonjakan harga yang konsisten, terutama pada bahan-bahan pokok seperti rempah dan pemanis, menjadi indikator penting yang perlu diperhatikan oleh pelaku usaha. Peningkatan biaya input ini berpotensi menekan margin keuntungan UMKM Makame Rempah dan mempengaruhi daya saing produknya di pasaran.

Kenaikan harga bahan baku utama secara langsung akan menyebabkan peningkatan biaya produksi yang berdampak pada penurunan pendapatan (Pasaribu, 2021). Meskipun adanya kenaikan harga bahan baku, harga jual produk seperti jahe merah *granules*, kunyit sereh *granules*, temulawak habbatussauda *granules* dan rempah tubruk tetap tidak mengalami perubahan. Hal ini terjadi karena produsen tidak mampu menaikkan harga jual akibat lemahnya daya beli konsumen serta tingginya persaingan dengan produk serupa. Kondisi ini berdampak negatif pada laba yang diperoleh UMKM Makame Rempah, karena pendapatan tetap sementara biaya produksi terus meningkat. Dan jika tren kenaikan harga bahan baku terus berlanjut tanpa adanya penyesuaian pada harga jual, di prediksi pendapatan pada UMKM Makame Rempah akan semakin berkurang dari tahun ke tahun, yang pada akhirnya memengaruhi keberlanjutan usaha. Rincian data produksi dan harga jual produk UMKM Makame Rempah selama 4 tahun terakhir dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3. Data produksi dan harga jual produk UMKM Makame Rempah

No	Produk	Harga/ kemasan (Rp)	Ukuran/ kemasan (gram)	Produksi			
				2021	2022	2023	2024
1	Jahe Merah	50.000	200	5.540	4.621	4.976	4.990
2	Kunyit Sereh	50.000	200	600	836	597	699
3	Temulawak- Habbatussauda	50.000	200	150	200	230	189
4	Rempah Tubruk	30.000	40	-	-	402	476

Sumber : Data Primer diolah, 2025

Berdasarkan data pada Tabel 3 mengambarkan dinamika produksi berbagai produk UMKM Makame Rempah selama periode 2021–2024. Setiap produk menunjukkan pola fluktuatif yang mencerminkan respons terhadap kondisi pasar, tren konsumen, serta ketersediaan bahan baku. Jahe merah konsisten menjadi produk unggulan dengan volume produksi tertinggi, mencerminkan permintaan pasar yang stabil. Sementara itu, kunyit sereh dan temulawak habbatussauda

menunjukkan variasi produksi yang tajam, mengindikasikan pengaruh langsung dari faktor eksternal seperti pandemi dan pasokan bahan baku. Produk baru seperti rempah tubruk juga mulai menunjukkan potensi pasar yang positif. Fluktuasi jumlah produksi ini dipengaruhi oleh perubahan permintaan konsumen yang berbeda setiap tahunnya, sehingga UMKM ini perlu menyesuaikan jumlah produksi secara dinamis untuk terus memenuhi kebutuhan pasar.

UMKM Makame Rempah memasarkan produknya melalui berbagai saluran untuk menjangkau konsumen secara lebih luas. Pemasaran dilakukan di bazar-bazar yang diselenggarakan di Kota Medan, seperti bazar yang disponsori Dinas Koperasi Kota Medan (DISKOP), serta melalui media sosial dan marketplace. Selain itu, Ibu Rahma Yulia Sari juga melibatkan lembaga pemasaran dalam memasarkan produknya, khususnya untuk menjangkau wilayah-wilayah yang tidak dapat dijangkaunya secara langsung. Beragam saluran pemasaran ini, baik secara langsung maupun tidak langsung, dimanfaatkan untuk memastikan produk sampai ke tangan konsumen di berbagai wilayah, baik di dalam Kota Medan maupun di luar kota. Dengan strategi tersebut, UMKM Makame Rempah berupaya memaksimalkan volume penjualan dan total pendapatan, sekaligus mempertahankan dan meningkatkan keberlanjutan usahanya.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pendapatan dan Saluran Pemasaran Pada UMKM Makame Rempah di Kecamatan Medan Sunggal Kota Medan”.

1.2. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Berapa besar pendapatan yang di peroleh oleh usaha UMKM Makame Rempah Di Kecamatan Medan Sunggal Kota Medan ?
2. Bagaimana saluran pemasaran pada usaha UMKM Makame Rempah di Kecamatan Medan Sunggal, Kota Medan ?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini yaitu :

1. Untuk menganalisis pendapatan usaha pada UMKM Makame Rempah Di Kecamatan Medan Sunggal Kota Medan.
2. Untuk mengkaji saluran pemasaran pada UMKM Makame Rempah di Kecamatan Medan Sunggal, Kota Medan.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak antara lain:

1. Bagi pelaku usaha, diharapkan dapat menjadi bahan referensi dalam menganalisis pendapatan dan saluran pemasaran usahanya.
2. Bagi kalangan akademik, dapat menjadi referensi atau informasi pada awal penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan Usaha Rempah atau UMKM Makame Rempah.
3. Bagi pemerintah, dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam merumuskan kebijakan atau program yang mendukung pengembangan UMKM, khususnya di sektor rempah-rempah.