

**ANALISIS BISNIS PROSES PENDEKATAN *VALUE CHAIN* MODEL  
STUDI PADA UMKM RAJA SALE KABUPATEN BLITAR**

**SKRIPSI**



Oleh :

**ABDUR ROHMAN FATHUR**

**NIM : 16510170**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)  
MAULANA MALIK IBRAHIM  
MALANG**

**2023**

**ANALISIS BISNIS PROSES PENDEKATAN *VALUE CHAIN* MODEL  
STUDI PADA UMKM RAJA SALE KABUPATEN BLITAR**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada :

Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan

dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (SM)



Oleh

**ABDUR ROHMAN FATHUR**

**NIM : 16510170**

**JURUSAN MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)**

**MAULANA MALIK IBRAHIM**

**MALANG**

**2023**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**ANALISIS BISNIS PROSES PENDEKATAN *VALUE CHAIN* MODEL  
STUDI PADA UMKM RAJA SALE KABUPATEN BLITAR**

**SKRIPSI**

Oleh

**ABDUR ROHMAN FATHUR**

NIM : 16510170

Telah Disetujui Pada Tanggal 16 Maret 2023

**Dosen Pembimbing,**



**H. Slamet, SE, MM., Ph.D**

**NIP. 196604121998031003**

## LEMBAR PENGESAHAN

ANALISIS BISNIS PROSES PENDEKATAN *VALUE CHAIN*  
MODEL STUDI PADA UMKM RAJA SALE KABUPATEN BLITAR

### SKRIPSI

Oleh

**ABDUR ROHMAN FATHUR**

NIM : 16510170

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji  
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M.)  
Pada 30 Maret 2023

Susunan Dewan Penguji:

Tanda  
Tangan

1 Penguji Utama

**Dr. Lailatul Farida, M.AB**

NIP. 19791010201802012192

2 Ketua Penguji

**Prof. Dr. H. Nur Asnawi, M.Ag**

NIP. 197112111999031003

3 Sekretaris Penguji

**H. Slamet, SE, MM., Ph.D**

NIP. 196604121998031003

Disahkan Oleh:

Ketua Program Studi,

**Muhammad Sulhan, SE, MM**

NIP. 197406042006041002

## HALAMAN PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Abdur Rohman Fathur

NIM 1651070

Fakultas/Jurusan : Ekonomi / Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan

judul:

**“Analisis Bisnis Proses Pendekatan *Value Chain Models* pada UMKM Raja Sale Kabupaten Blitar”**

Merupakan hasil karya saya sendiri, bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Apabila dikemudian hari ada “klaim” dari pihak lain, maka bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab diri saya sendiri. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 19 April 2023

Hormat saya



A large, stylized handwritten signature in black ink, appearing to read 'Abdur Rohman Fathur'.

Abdur Rohman Fathur

NIM : 16510170

## **HALAMAN MOTTO**

**“Sesungguhnya Allah SWT tidak akan merubah nasib suatu kaum sebelum mereka merubah nasib mereka sendiri”**

**Bergerak !!!**

**“Selesaikan apa yang kamu mulai, jangan ada penyesalan dalam hidup !!!”**

**“Kerjakan secara *ITQAN*”**

## KATA PENGANTAR

Puja dan puji syukur atas kehadiran Allah SWT, dengan rahmat dan hidayah-Nya penelitian ini dapat terselesaikan dengan judul **“Analisis Bisnis Proses Pendekatan Value Chain Models pada UMKM Raja Sale Kabupaten Blitar”**

Shalawat. serta salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan agung kita Nabi besar Muhammad SAW yang telah membimbing kita dari kegelapan menuju jalan kebaikan, yakni *Din al-Islam*.

Penulis pribadi. menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir skripsi ini tidak akan berhasil dengan baik tanpa adanya bimbingan dan sumbangan pemikiran dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang tak terhingga kepada :

1. Bapak Prof. Dr. M. Zainuddin, MA. selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Dr. Misbahul Munir, Lc., M.El., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Bapak Muhammad Sulhan, SE, MM., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Bapak H. Slamet, SE., MM., Ph.D, selaku pembimbing skripsi, yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memeberikan kritik dan saran atas penelitian ini.

5. Ibu Dr. Vivin Maharani Ekowati., M.Si., MM selaku dosen wali yang selalu memberikan arahan dan semangat motivasi dalam pengerjaan tugas akhir ini.
6. Bapak dan ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
7. Ibu dan Ayah, atas semua yang telah beliau berikan kepada peneliti, penelitian ini selesai bukan semata hasil kerja keras peneliti tapi karena dahsyatnya do'a orang tua.
8. Istri terscinta, adik-adik ku, saudara, dan seluruh keluarga yang senantiasa memberikan doa semangat dan dukungan terus menerus sehingga peneliti terpacu untuk menyelesaikan skripsi ini.
9. Sahabat-sahabatku yang telah memberikan motivasi, semangat, sertadukungan dalam proses menyelesaikan skripsi ini.
10. Keluarga besar unior yang menjadi rumah kedua di perantauan yang sealalu menyemangati dengan caranya sehinga peneliti mampu menyelesaikan skripsi ini.
11. Dan seluruh pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Akhirnya, dengan segala kerendahan hati penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh darikata sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif demi kesempurnaan penulisan ini. Penulis berharap semoga karya yang sederhana ini dapat bermanfaat dengan baik bagi semua pihak. Amin ya Robbal 'Alamin...



## DAFTAR ISI

### HALAMAN SAMPUL DEPAN

### HALAMAN JUDUL

LEMBAR PERSETUJAN .....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iii
HALAMAN MOTTO .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	x
ABSTRAK (Bahasa Indonesia, Bahasa Inggris, Bahasa Arab) .....	xi

### BAB I PENDAHULUAN

1. Konteks Penelitian .....	1
2. Fokus Penelitian .....	6
3. Tujuan Penelitian .....	6
4. Manfaat Penelitian .....	7

### BAB II KAJIAN PUSTAKA

1. Penelitian Terdahulu .....	8
2. Tinjauan Rantai Nilai ( <i>Value Chain</i> ) .....	14
1) Pengertian Rantai Nilai .....	14
2) Model Rantai Nilai .....	15
3) Fungsi Rantai Nilai .....	22
4) Analisis Rantai Nilai ( <i>Value Chain</i> ) pada perusahaan Manufaktur .....	23
3. Tinjauan Bisnis Proses .....	25

1)    Pengertian Bisnis Proses.....	25
2)    Bisnis Proses dalam prinsip islam .....	26
4. Kerangka Berfikir .....	30

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	31
3.2 Subjek dan Lokasi Penelitian .....	32
3.3 Data dan Jenis Data Penelitian .....	33
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	35
3.5 Uji Keabsahan Data .....	39
3.6 Analisis Data .....	40

### **BAB IV PAPARAN HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

1. Paparan Hasil Penelitian .....	43
2. Profil UMKM Raja Sale .....	43
3. Paparan Rantai Nilai UMKM Raja Sale.....	45
4. Temuan Hasil Penelitian.....	62
5. Pembahasan .....	66

### **BAB V KESIMPULAN & SARAN..... 76**

1. Kesimpulan.....	76
2. Saran.....	78

### **DAFTAR PUSTAKA ..... 79**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Tabel Penjualan Tahunan .....	3
Tabel 2.1	Tabel Penelitian Terdahulu .....	8
Tabel 2.2	Tabel Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang .....	13
Tabel 3.1	Tabel Laporan Hasil Observasi.....	36
Tabel 3.2	Tabel Laporan Hasil Wawancara .....	37
Tabel 4.1	Tabel Daftar Pemasok Bahan Baku .....	50
Tabel 4.2	Tabel Parameter Wajib Kualitas Air Minum .....	68

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Skema <i>Value Chain</i> .....	16
Gambar 2.4 Kerangka Berfikir .....	30
Gambar 3.1 Langkah langkah analisis data .....	40
Gambar 4.1 Struktur Organisasi UMKM Raja Sale .....	44
Gambar 4.2 Alur prooduksi UMKM Raja Sale .....	57

## ABSTRAK

Abdur Rohman Fathur.2023, SKRIPSI. Judul;” Analisis Bisnis Proses Pendekatan  
*Value Chain* Model Studi Pada UMKM Raja Sale  
Kabupaten Blitar ”  
Pembimbing : H. Slamet, SE, MM., Ph.D  
Kata Kunci : Bisnis Proses, *core activities*, *support activities*,  
*value chain*

---

Penelitian ini dilatar belakangi dari peningkatan pertumbuhan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Indonesia dari tahun ke tahun yang sangat pesat (Badan Pusat statistik, 2020). Hal tersebut secara otomatis mengakibatkan tingginya tingkat persaingan bisnis. Tingginya tingkat persaingan bisnis merubah sudut pandang bisnis dari keunggulan komparatif menjadi keunggulan kompetitif. Hal ini mengharuskan pelaku bisnis untuk menerapkan strategi yang tepat agar mendapat kinerja yang optimal. Agar mendapat kinerja yang optimal salah satunya di pengaruhi oleh rantai nilai (*value chain*) yang efektif. *Value chain* analisis memiliki komponen aktivitas yakni *primary activities* dan *secondary activities*. *primary activities* atau *core activities* memiliki 5 komponen yakni *inbound logistic*, *operation*, *outbond logistic*, *sales & marketing*, dan *service*. Sedangkan *secondary activities* terdiri dari *procurement*, *human resource manajemen*, *technologi development*, *firm infrastructure*.

Tujuan penelitian ini adalah menganalisa kegiatan *value cahain* pada area *core* bisnis dan menganalisa kegiatan *value chain* pada area *support* bisnis. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian ini dilakukan pada UMKM Raja Sale Kabupaten Blitar. Jenis data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan metode pengumpulan data melalui wawancara dengan pihak yang terlibat dalam aktivitas di umkm raja sale. Metode observasi dilakukan pada seluruh aktivitas UMKM Raja Sale dan sumberdaya yang digunakan. Adapun data sekunder diperoleh dengan metode dokumentasi yang bersumber dari dokumen pendukung dari perusahaan. Serta analisis data penelitian menggunakan Analisis *Interactive Model* dari Miles dan Huberman.

Adapun temuan dari penelitian ini antara lain umkm raja sale sudah menggunakan pendekatan secara tepat pada bagian bagian tertentu. Dan juga belum menggunakan pendekatan yang tepat untuk bagian bagian yang lain. Dengan dilakukan pendekatan yang tepat diharapkan mampu menunjang tingkat keunggulan kompetitive UMKM Raja Sale.

## ABSTRACT

Fathur, Abdur Rohman .2023. *Business Process Analysis Value Chain Approach Study Model on Raja Sale's SME Blitar*. Minor thesis (*Skripsi*) Department of Management, Faculty of Economic, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

Advisor : H. Slamet, SE, MM., Ph.D

Keywords : Business process, *Core activities*, *Support actovoties*, *Value Chain*

---

The background of this research is the increasing growth of Small and Medium Enterprises (SME) in Indonesia from year to year which is very rapid (Central Bureau of Statistics, 2020). This automatically results in a high level of business competition. The high level of business competition changes the business perspective from comparative advantage to competitive advantage. This requires business people to apply the right strategy in order to get optimal performance. In order to get optimal performance, one of them is influenced by an effective value chain. Value chain analysis has activity components, namely primary activities and secondary activities. primary activities or core activities have 5 components namely inbound logistics, operations, outbound logistics, sales & marketing, and service. The secondary activities consist of procurement, human resource management, technology development, firm infrastructure.

This study aims the value chain activities in the core business area and analyze value chain activities in the business support area. The type of research used is descriptive qualitative research. This research was conducted at Raja Sale's SME in Blitar Regency. The types of data used are primary data and secondary data. Primary data was obtained by data collection method through interviews with parties involved in activities at Raja Sale's SME. The observation method was carried out on all Raja Sale's SME activities and the resources used. The secondary data obtained by the method of documentation sourced from supporting documents from the company. The analysis of this research is using Interactive Model Analysis from Miles and Huberman.

The findings from this study include that the Raja Sale community has used the right approach to certain parts. And also not using the right approach for the other parts. By taking the right approach, it is hoped that it will be able to support the level of competitive advantage of the Raja Sale's SME.

## ملخص البحث

عبد الرحمن فاطور. 2023، بحث جامعي. العنوان "تحليل عمليات الأعمال هنج دراسة نموذج سلسلة القيمة على الشركات الملتهاية الصغر والصغيرة واملتوسطة راجا سائل، مبنطقة بليتار".  
املغرف : الدكتور. احلاج سالميت، املاجسيري.  
الكلمات الرئيسية: العمليات التجارية، الأنشطة الأساسية، دعم الفعاليات، سلسلة القيمة، املفروعات متناهية الصغر والصغيرة واملتوسطة.

هذا البحث مدفوع بالزيادة السريعة يف منو الشركات متناهية الصغر والصغيرة واملتوسطة يف إندونيسيا من سنة إبل أخرى (املكتب املركزي لإحصاء ، 2020). ينتج عن هذا تلقائيا مستوى العايل من املنافسة التجارية. يفري املستوى العايل من املنافسة التجارية وجهة نظر الأعمال من اميرة النسبية إبل اميرة التنافسية. وهذا يتطلب من رجال الأعمال تنفيذ السراتاجية الصحيحة من أجل املصول على الأداء الأمثل. من أجل املصول على الأداء الأمثل، يتأثر أدهم بسلسلة قيمة فعالة. حيتوي تحليل سلسلة القيمة على مكونات نشاطا، وهي الأنشطة الأولية واملركبات الثانوية. تتكون الأنشطة الأساسية أو الأنشطة الأساسية من مخس مكونات، وهي املخدمات اللوجستية الواردة، والعمليات، واملخدمات اللوجستية الصادرة، واملبيعات والتسويق، واملخدمة. بينما تتكون الأنشطة الثانوية من املفرتايت وإدارة الملوارد البفيرة وتطوير التكنولوجيا والبنية التحتية للشركات.

الغرض من هذا البحث هو لتحليل أنشطة سلسلة القيمة يف جمال الأعمال الأساسية وحتليل أنشطة سلسلة القيمة يف جمال دعم الأعمال. نوع البحث املستخدم هو البحث النوعي الوصفي. مت إجراء هذا البحث على الشركات الملتهاية الصغر والصغيرة واملتوسطة راجا سائل، بليتار رجينسي. أنواع البيانات املستخدمة هي البيانات الأولية والبيانات الثانوية. مت املصول على البيانات الأولية بطريقة جمع البيانات من خلال املقابالت مع الأطراف املشاركة يف الأنشطة يف املشاريع

املتناهية الصغر والصغيرة واملتوسطة يف راجا سائل. مت تنفيذ طريقة املراقبة على جميع أنشطة شارع املتناهية الصغر والصغيرة واملتوسطة يف راجا سائل واملوارد املستخدمة. يتم املصول على البيانات الثانوية بطرق التوثيق البت يتم املصول عليها من املستندات الداعمة من الشركة. بالإضافة إبل تحليل بيانت البحث املستخدم تحليل النموذج التفاعلي من مايلز وهويرمان.

كانت النتائج املحصولة من هذا البحث أن الشركات الملتهاية الصغر والصغيرة واملتوسطة يف راجا سائل قد استخدمت النهج الصحيح أجزاء معينة. وأيضا مل تستخدم النهج الصحيح الأجزاء

أخرى. مع النهج الصحيح، من المتوقع أن تكون قادرة على دعم مستوى التميز التنافسي للمشاريع  
املتأهية الصغر والصغيرة واملتوسطة راجا سائل.



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Konteks Penelitian

*Bussines Procces* (Proses bisnis) adalah kumpulan aktifitas yang saling berhubungan untuk menghasilkan output yang menunjang tujuan strategis dari perusahaan ataupun organisasi. Proses bisnis yang baik harus mempunyai tujuan yang berorientasi pada aspek efisiensi dan efektifitas, serta mempermudah adaptasi pada proses-proses didalamnya. Artinya proses bisnis tersebut menjadi proses yang menempatkan kuantitas dan kualitas sebagai orientasi output produk, efisien dalam penggunaan sumber daya serta mampu beradaptasi dengan kebutuhan bisnis dan pasar. Idealnya proses bisnis pada suatu organisasi bisnis meliputi bidang manajemen sumber daya manusia, bidang keuangan, bidang produksi, bidang pemasaran, dan bidang tekhnologi informasi.

Berbagai bidang tersebut seharusnya tersusun dan memiliki keterkaitan yang saling mempengaruhi. Dikarenakan adanya perubahan kebijakan pada satu bidang akan berdampak pada bidang yang lain. Sehingga proses bisnis perlu dikelola dengan baik. Manajemen proses bisnis merupakan abstraksi tentang cara orang-orang berinteraksi di dalam sebuah sistem, untuk mengelola permintaan bisnis. Dalam skala besar, menengah, maupun kecil proses bisnis pasti akan mengalami perubahan karena adanya pengembangan pada bidang sumber daya manusia, bidang produksi, bidang pemasaran, bidang keuangan dan bidang teknologi informasi. Dalam hal ini proses bisnis

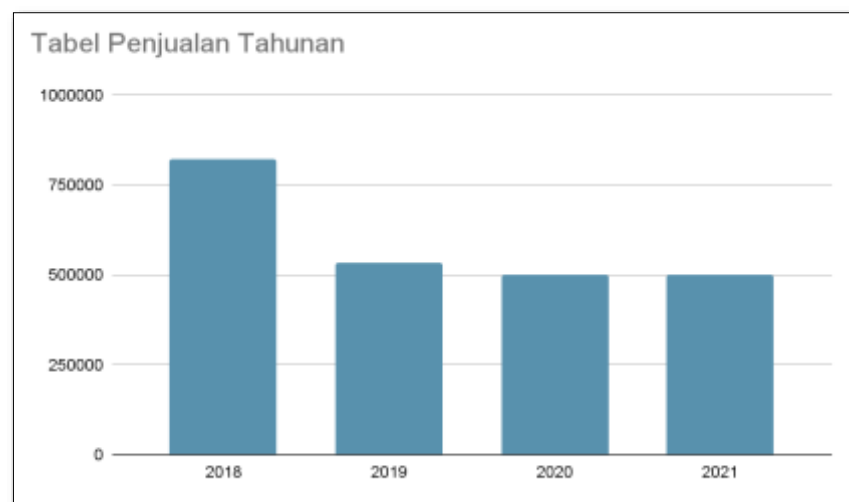
berperan dalam melakukan perencanaan hingga berjalannya proses bisnis tersebut. Saat ini proses bisnis tidak hanya dirancang oleh organisasi besar namun Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) pun mulai menerapkan analisis proses bisnis untuk usahanya.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pelaku ekonomi yang memiliki peran dan potensi yang penting di dalam perekonomian Indonesia dikarenakan sifat UMKM yang cenderung fleksibel dalam menghadapi perubahan pasar. Selain itu, UMKM juga memiliki peran dalam menciptakan lapangan pekerjaan karena UMKM mampu menyerap tenaga kerja dan investasi yang dibutuhkan tidak terlalu besar. UMKM umumnya memiliki keunggulan dalam bidang yang memanfaatkan sumber daya alam dan padat karya, perdagangan dan restoran. (Kamar Dagang dan Industri Indonesia, 2012). Dalam lima tahun terakhir kontribusi UMKM mengalami peningkatan Produk Domestik Bruto (PDB) 57,84% menjadi 60,34% dan peningkatan penyerapan tenaga kerjanya dari 96,99% menjadi 97,22%, (Badan Pusat Statistik, 2020). Berdasarkan paparan data tersebut jumlah UMKM dari tahun ke tahun mengalami peningkatan pesat.

Pertumbuhan UMKM yang sangat pesat maka secara otomatis menimbulkan peningkatan persaingan bisnis. Salah satu UMKM yang terdampak persaingan tersebut adalah UMKM Raja Sale. UMKM Raja Sale merupakan usaha yang berdiri sejak pertengahan tahun 2010. UMKM Raja Sale merupakan salah satu UMKM di Kabupaten Blitar yang memproduksi hasil olahan kacang kedelai menjadi susu sari kedelai sehingga dapat

memberikan manfaat lebih untuk masyarakat sekitar. Raja Sale termasuk jenis usaha manufaktur dimana aktivitas UMKM ini mengubah bahan baku menjadi produk jadi. Dalam aktivitas produksinya meliputi pencarian bahan baku, pengolahan bahan baku, dan pendistribusian produk olahan. Dalam upaya mencari masalah yang sedang dihadapi oleh UMKM Raja Sale, maka dilakukan wawancara terhadap narasumber yaitu Bapak Turkan Bakri sebagai pemilik dari UMKM Raja Sale. Berikut ini merupakan hasil wawancara yang telah dilakukan terhadap narasumber dan didapati bahwasannya UMKM Raja Sale mengalami stagnansi produksi tahunan hal ini dapat diketahui melalui pernyataan pemilik umkm kemudian penulis menggambarkan melalui tabel sebagai berikut :

Tabel 1.1  
Penjualan Tahunan  
UMKM Raja Sale



Sumber : Laporan keuangan UMKM Raja Sale

Berdasarkan tabel tersebut didapati jumlah produksi tahun 2018 mencapai 822.400 pcs, kemudian pada tahun 2019 mengalami penurunan menjadi 534.000 pcs, kemudian pada tahun 2020 jumlah produksi 500.000 pcs, dan pada tahun 2021 jumlah produksi tetap diangka 500.000 pcs. Hasil paparan tersebut didapati bahwasanya dari tahun ke tahun produksi menurun dan mengalami stagnansi. Berdasarkan hasil tersebut didapati bahwasannya pelaku UMKM Raja Sale belum mampu memahami proses bisnis sehingga belum mampu bersaing dengan industri sejenis.

Persaingan bisnis yang semakin ketat telah merubah pola bisnis dari penciptaan keunggulan komparatif menjadi keunggulan kompetitif, hal ini memaksa pelaku bisnis untuk menerapkan strategi yang tepat. Strategi yang dimaksud adalah dimana perusahaan berada pada posisi yang strategis dan mampu beradaptasi dengan lingkungan yang selalu berubah. (Widarsono,2014) berpendapat untuk mengatasi persaingan perdagangan internasional, pelaku bisnis terutama yang sudah berskala industri diharuskan memiliki daya saing yang tinggi. Daya saing tinggi atau kompetitif sangat diperlukan bagi setiap industri agar tetap dapat unggul. Daya saing untuk meraih kinerja optimal salah satunya dipengaruhi oleh rantai nilai (*value chain*) yang efektif. Untuk terus berkembang perusahaan/UMKM harus menggunakan langkah-langkah strategis agar mampu unggul dalam persaingan.

Untuk menggali nilai yang dimiliki, UMKM bisa menggunakan analisis rantai nilai. Porter (2008) mengemukakan, rantai nilai perusahaan dalam suatu

industri menggambarkan riwayat, strategi dan keberhasilan dari penerapan strategi. Aktifitas aktifitas dalam rantai nilai yang terjadi pada suatu perusahaan mungkin berbeda dengan pesaingnya, dan perbedaan ini merupakan sumber terciptanya nilai yang potensial. Analisis rantai nilai akan menjelaskan lebih rinci mengenai potensi nilai yang menjadi keunggulan UMKM Sari Kedelai Raja Sale serta menganalisa potensi nilai yang masih belum diberdayakan secara optimal. Analisis ini memberikan sumber-sumber keunggulan yang dapat meningkatkan daya saing perusahaan yang dapat menjadikan perusahaan survive dan berkembang.

Dalam penelitian ini penulis akan melakukan analisis pada UMKM Raja Sale untuk mengetahui sumber-sumber keunggulan sehingga dapat meningkatkan keunggulan bersaingnya. Adapun analisis yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu meliputi analisis rantai nilai sebagai dasar analisis lingkungan internal dan analisis eksternal perusahaan. Analisis rantai nilai digunakan dalam penelitian ini karena analisis rantai nilai memiliki keunggulan yaitu menunjukkan hubungan yang saling terkait antar aspek internal dalam pencapaian tujuan perusahaan.

Pada penelitian ini, peneliti memilih UMKM Raja Sale sebagai objek penelitian. Alasan peneliti memilih UMKM ini sebagai objek penelitian karena UMKM Raja Sale merupakan salah satu UMKM yang sedang berusaha untuk memaksimalkan kinerja dalam lingkungan internal mereka agar mampu unggul dalam persaingan. Alasan lain peneliti melakukan penelitian pada umkm ini karena umkm ini memiliki beberapa hal yang dapat menunjang

peneliti untuk melakukan penelitian secara objektif, antara lain struktur dan alur produksi yang terorganisir, kemudian ditunjang dengan catatan rekapitulasi penjualan.

Dari alasan-alasan yang telah dikemukakan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan analisis rantai nilai pada aktifitas internal UMKM Sari kedelai Raja Sale dalam menghasilkan produk yang bernilai bagi konsumen sehingga dapat meningkatkan keunggulan perusahaan. Untuk itu, penulis tertarik menulis fenomena ini dengan judul “**Analisis *Bussines Procces Dengan Pendekatan Value Chain Model***”. Dengan penelitian ini, diharapkan pelaku industri khususnya UMKM sari kedelai Raja Sale mampu mengidentifikasi nilai dalam setiap aktifitas industrinya, sehingga UMKM mampu bersaing dan menembus ke tingkat yang lebih tinggi.

## 1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan paparan konteks penelitian, fokus penelitian dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana bisnis proses pada area *core bisnis* dalam perspektif *value chain models* pada UMKM Sari Kedelai “Raja Sale” ?
2. Bagaimana bisnis proses pada area *support bisnis* dalam perspektif *value chain models* pada UMKM Sari Kedelai “Raja Sale”?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian yang diuraikan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisa kegiatan rantai nilai (*value chain*) pada *core* bisnis UMKM sari kedelai Raja Sale.
2. Untuk menganalisa kegiatan rantai nilai (*value chain*) pada *support* bisnis UMKM sari kedelai Raja Sale.

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Dengan dilakukan penelitian ini diharapkan dapat menciptakan kebermanfaatan sebagai berikut :

##### 1.4.1 Manfaat Untuk peneliti

1. Sebagai penerapan ilmu yang telah didapat selama menempuh pembelajaran di bangku perkuliahan.
2. Sebagai media pembelajaran dan penambahan wawasan peneliti mengenai Bisnis Proses, *Value Chain*, dan menambah wawasan dalam dunia bisnis.

##### 1.4.2 Manfaat bagi Objek Penelitian

Sebagai salah satu bahan evaluasi guna mengidentifikasi nilai dalam setiap aktifitas industrinya, sehingga UMKM mampu bersaing dan menembus ke tingkat yang lebih tinggi.

##### 1.4.3 Manfaat bagi Universitas

Penelitian ini merupakan sumbangsih peneliti untuk dijadikan dokumen kepustakaan tentang Bisnis Proses dengan pendekatan *value chain*.

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### 2.1 elitian Terdahulu

Sebagai referensi atau penunjang dalam penelitian ini, dicantumkan penelitian terdahulu dari beberapa hasil penelitian yang berhubungan dengan penelitian yang akan dilakukan. Adapun hasil-hasil penelitian terdahulu adalah sebagai berikut :

Tabel 2.1  
Penelitian Terdahulu

NO	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Hasil Penelitian
1	Liana (2015)	Analisis Rantai Nilai ( <i>Value Chain</i> ) Pada Produk Batik Tulis Di Surakarta	menganalisis kegiatan rantai nilai dan mengetahui serta mengidentifikasi seluruh kegiatan produksi batik tulis dengan nilai tambah ekonomi tertinggi di Kampung Batik Laweyan Surakarta sehingga meningkatkan keunggulan bersaing.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa aktivitas utama dalam rantai nilai produk batik tulis di Kampung Batik Laweyan Surakarta adalah bagian pemasaran dan penjualan, sekaligus merupakan aktivitas nilai tambah terbesar.



2	Magdalena Wullur, Paulus Kindangen, Maria M.I. Sampit (2016)	Analisis Rantai Nilai Gula Aren (Studi Kasus Pada Petani Nira Di Tomohon)	Identifikasi rantai nilai gula aren di Kota Tomohon dengan studi kasus Petani Nira	Hasil dari penelitian ini adalah (1) Rantai nilai gula aren terbagi menjadi 2 aktivitas yaitu aktivitas utama terdiri dari inbound logistics, operasional, logistik produksi dan pemasaran gula aren. Kedua, aktivitas penunjang yang terdiri dari infrastruktur produksi gula aren, pengembangan dan pengembangan sumber daya manusia. (2) secara umum ada tiga pelaku utama yang terlibat dalam alur rantai nilai gula aren, yaitu
---	--	---	--	--

				petani atau pengolah/konsumen. teknologi dan pengadaan. (3) Menurut analisis SWOT, usaha gula aren dapat bertahan dalam jangka panjang dan harus diperluas.
3	Rizki Fitriadi, Atih Rohaeti Dariah, dan Yuhka Sunda (2017)	Analisis Rantai Nilai Komoditas Kentang Di Kecamatan Pangalengan	Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis model rantai nilai komoditas kentang dan mengetahui model rantai nilai mana yang paling menguntungkan petani kentang.	Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas komoditas kentang di Kabupaten Pangalengan ada tiga jenis yaitu Atlantic, AB1 dan AB. Model rantai yang paling menguntungkan bagi petani adalah model rantai nilai Atlantik dengan tingkat penciptaan nilai sebesar 99,64

				persen
4	Niraj Kumar dan Sanjeev Kapoor (2010)	<i>Value Chain Analysis of Coconut in Orissa</i>	Untuk menemukan aliran produk dari petani ke konsumen melalui berbagai perantara	Hasil dari penelitian ini adalah petani dapat memperoleh keuntungan di semua jalur pemasarannya. Kedua, tidak peduli berapa banyak hasil produksi, mereka dapat menjualnya dan mendapatkan keuntungan .
5	Rafika Rachmaniah (2019)	<i>Value Chain Analysis</i> Berdasarkan (Studi Kasus Pada CV Green Life Tirta Sentosa, Kecamatan Balongbendo Kabupaten Sidoarjo)	Menganalisis rantai nilai Halal dan mengidentifikasi kegiatan yang memiliki nilai tambah ekonomi tertinggi ( <i>value added</i> ) pada CV Green Life Tirta Sentosa, Kecamatan Balongbendo	Hasil penelitian ini adalah dari berbagai aktivitas yang termasuk dalam aktivitas utama dan aktivitas pendukung yang dilakukan oleh CV Green Life Tirta Sentosa sebagian besar telah menerapkan prinsip syari'ah yang diantaranya yaitu <i>halalan thayyiban</i> , tolong

			Kabupaten Sidoarjo	menolong dalam kebaikan ( <i>taawun</i> ), berusaha dengan berkeadilan ( <i>al-adl</i> ), terbebas dari <i>maysir</i> dan <i>gharar</i> (penipuan), telah melaksanakan partisipasi publik seperti zakat, infaq, dan shadaqah, serta melaksanakan proses produksi yang menerapkan pertumbuhan yang seimbang, namun perusahaan masih belum terbebas dari riba dan belum terbebas dari <i>gharar</i> (ketidakjelasan).
--	--	--	-----------------------	---

Berdasarkan tabel diatas dijelaskan mengenai perbedaan dan persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini. Adapun penjabarannya adalah sebagai berikut :

Tabel 2.2  
Perbedaan dan persamaan  
penelitian terdahulu dan penelitian sekarang

NO	Nama Peneliti	Persamaan	Perbedaan	
1.	Liana Magnifera (2015)	Sama-sama membahas tentang analisis rantai nilai ( <i>value chain analysis</i> )	Liana, (2015) Melakukan penelitian pada industri <i>textile</i> atau non makanan minuman,	Fathur, (2022) Melakukan penelitian pada industry makanan minuman.
2.	Maria M.I. Sampit, Paulus Kindangen, Magdalena Wullur (2016)	Sama-sama membahas tentang analisis rantai nilai ( <i>value chain analysis</i> )	Magdalena (2016) Tempat penelitian sebelumnya dilakukan di Kota Tomohon	Fathur, (2022) Tempat penelitian di lakukan di kabupaten blitar
3.	Rizki Fitriadi, Atih Rohaeti Dariah, dan YuhkaSundaya (2017)	Sama-sama membahas tentang analisis rantai nilai ( <i>value chain analysis</i> )	Rizki (2017) Melakukan analisa tentang pola rantai nilai	Fathur (2022) Melakukan penelitian tentang bisnis proses dengan pendekatan <i>value chain analysis</i>
4.	Niraj Kumar dan Sanjeev Kapoor (2010)	Sama-sama membahas tentang analisis rantai	Niraj Kumar dan Sanjeev Kapoor (2010)	Fathur, (2022) Membahas bisnis proses

		nilai ( <i>value chain analysis</i> )	Membahas tentang analisis rantai pasar, belum membahas tentang bisnis proses pendekatan value chain	dengan pendekatan <i>value chain</i> analisis
5.	Rafika Rachmania (2019)	Sama-sama membahas tentang analisis rantai nilai ( <i>value chain analysis</i> )	Rafika Rachmania (2019) membahas tentang konsep <i>resources based view dan firm capabilities</i>	Fathur, (2022) Membahas bisnis proses dengan pendekatan <i>value chain</i> analisis

## 2.2 Rantai Nilai (*Value Chain*)

### 2.2.1 Definisi Rantai Nilai (*Value Chain*)

Rantai nilai adalah perspektif yang memandang bisnis sebagai rantai aktivitas yang mengubah input menjadi output yang lebih bernilai bagi pelanggan. Pendekatan rantai nilai (*value chain*) pertama kali diperkenalkan oleh Michael Porter dalam bukunya “*Competitive Advantage : Creating and Sustaining Superior Performance*”. Porter (1985) berpendapat bahwa *value chain analysis* merupakan pendekatan sistematis untuk mempelajari seluruh aktivitas yang dilakukan perusahaan serta bagaimana aktivitas tersebut berinteraksi. *Value chain* menggambarkan nilai total, dan terdiri atas aktivitas nilai (*value activities*)

dan margin. margin dilakukan dengan meminimalisir biaya dari aktivitas rantai nilai. Sedangkan aktivitas nilai (*value activities*) dilakukan dengan berfokus pada aktivitas-aktivitas yang berhubungan dengan kelebihan khusus dan melakukan yang lebih baik dari yang lain.

Pearce dan Robinson (2008) juga mengemukakan bahwasanya Rantai nilai merupakan sudut pandang di mana bisnis dilihat sebagai rangkaian kegiatan yang mengubah input menjadi output yang bernilai untuk pelanggan. Nilai bagi pelanggan berasal dari tiga sumber utama yakni : aktivitas yang membedakan produk, aktivitas yang menurunkan biaya produk dan aktivitas yang dapat segera memenuhi kebutuhan pelanggan. Selanjutnya Shank dan Govindarajan (1992) menjelaskan *value chain analysis* sebagai alat untuk memahami rantai nilai yang melahirkan suatu produk. Rantai nilai ini berasal dari aktivitas-aktivitas yang dilakukan mulai dari bahan baku sampai ke tangan konsumen, termasuk juga pelayanan purna jual.

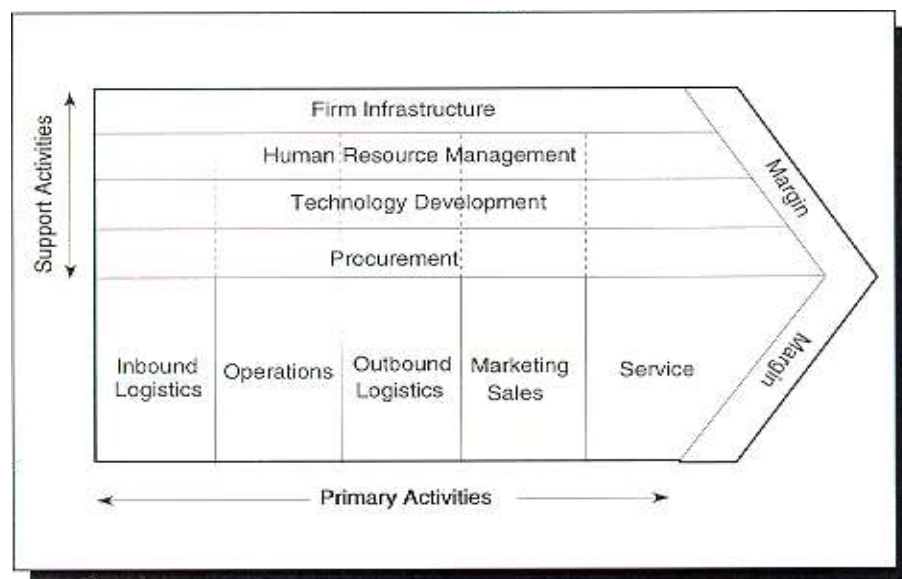
Berdasarkan beberapa definisi diatas maka *value chain analysis* atau analisis rantai nilai dapat didefinisikan sebagai suatu alat yang berusaha mendalami bagaimana suatu bisnis mampu menciptakan nilai bagi para pelanggan dengan melihat kontribusi dari setiap aktivitas yang berbeda dari proses bisnis.

#### 2.2.1.1 ntai Nilai (*Value Chain*)

Menurut Porter (2013) Analisis rantai nilai merupakan strategi yang dilakukan perusahaan guna memahami secara lebih baik mengenai

keunggulan kompetitif yang dimiliki oleh perusahaan tersebut. Sifat dari rantai nilai tersebut memiliki perbedaan tergantung dengan jenis industri dari perusahaan tersebut. Kegiatan yang tidak sama biasanya terdapat pada kegiatan sekunder yang melengkapi kegiatan utama karena ada beberapa macam variasi yang dimiliki oleh perusahaan. Penggunaan analisis rantai nilai merupakan cara yang tepat untuk mengetahui dimana letak nilai yang ditawarkan perusahaan kepada para pelanggannya. Porter (1998) dalam Pearce dan Robinson (2016) mempunyai sebuah model tentang kegiatan rantai nilai yang lazim digunakan oleh perusahaan, Porter (1998) mengelompokkan Rantai nilai menjadi dua aktivitas yakni aktivitas primer dan aktivitas sekunder adapun penjelasan dari masing-masing aktivitas adalah sebagai berikut :

Gambar 2.2.1

Skema *Value Chain* Michael Porter

sumber : Michael Porter (2016).



Melalui gambar tersebut dapat dijabarkan terdapat dua komponen aktivitas utama dalam rantai nilai sebuah perusahaan, yakni *primary activity* atau aktifitas utama dan *secondary activity* atau aktivitas pendukung. Berdasarkan komponen rantai nilai tersebut dapat dijabarkan lebih lanjut mengenai unsur-unsur aktivitas pada masing masing komponen, Porter (1998) dalam Pearce dan Robinson (2016) menjelaskan sebagai berikut :

A. *Primary Activity* (aktifitas Utama)

Aktivitas Utama pada kegiatan industri meliputi pembuatan fisik produk dan atau jasa, pengiriman dan penjualan, dan juga layanan setelah penjualan. Aktivitas ini memiliki 5 komponen yakni *Inbound logistic, operation, outbound logistic, marketing and sales, service*. Adapun penjelasan dari masing-masing komponen adalah sebagai berikut :

1) *und Logistic*

Aktivitas utama *logistik inbound* berhubungan dengan penerimaan, penyimpanan, dan pendistribusian bahan baku yang meliputi penanganan bahan baku, pengontrolan inventaris, pergudangan, penjadwalan kendaraan gudang, dan pengembalian barang kepada para pemasok. Aktivitas departemen ini bertujuan untuk memastikan produksi memiliki input yang dibutuhkan pada waktu dan tempat yang tepat. Departemen ini bertanggung jawab untuk memastikan fleksibilitas pasokan bahan baku dan persediaan bahan baku. Oleh karenanya kinerja produksi sangat dipengaruhi oleh kinerja *inbound logistik* (Bowersox, 2010).

Untuk menjamin kualitas bahan baku perusahaan manufaktur harus memiliki standart peilaian terhadap supplier bahan baku sesuai kriteria perusahaan. Karena hal tersebut berkaitan erat dengan kualitas hasil produksi.

2) *eration*

Kegiatan operasional adalah seluruh aktivitas yang berkaitan dengan proses perubahan bahan baku menjadi produk jadi. Menciptakan proses produksi yang efektif, efisien, dan ramah lingkungan merupakan salah satu cara yang bisa digunakan perusahaan untuk memperoleh keunggulan bersaing. Dalam rangka menciptakan produk yang berkualitas dalam proses operasional / produksi dengan menjaga tingkat kemurnian ke alamian dan higienitas sehingga dapat menghasilkan produk yang berkualitas..

3) *Logistic*

Aktivitas yang berhubungan dengan pengumpulan, penyimpanan, dan pendistribusian fisik produk kepada pembeli. Proses distribusi outbound dikembangkan berdasarkan permintaan konsumen dengan menyediakan barang tepat waktu. Dalam perusahaan manufaktur yang berfokus dalam proses produksi guna menciptakan efektifitas aktivitas distribusi dapat menggunakan pihak ketiga atau swasta.

4) *keting and sales*

Marius P. (2002) mendefinisikan pemasaran sebagai sebuah sistem dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, memberi harga,

mempromosikan dan mendistribusikan jasa dan barang-barang pemuas keinginan pasar. Kemudian menurut Basu Swastha dalam Irwan Sahaja (2014) mengemukakan penjualan adalah suatu proses pertukaran barang atau jasa antara penjual dan pembeli.

Dari beberapa pendapat di atas dapat diartikan proses pemasaran dan penjualan adalah serangkaian aktivitas mengenai pengenalan dan penyampaian informasi mengenai produk kepada calon konsumen dan melakukan pertukaran nilai dengan pembeli.

Dalam aktivitas pemasaran terdapat beberapa komponen dan unsur yang dapat dimanfaatkan perusahaan untuk disusun sebagai sebuah strategi guna menambah nilai. Rangkuti (1997) menjabarkan unsur- unsur strategi pemasaran adalah sebagai berikut :

a. r-unsur strategi pemasaran

1. Segmentasi pasar, yakni proses memilah dan membentuk kelompok konsumen tertentu. Setiap konsumen dibedakan berdasarkan karakteristik kebutuhan produk dan bauran pemasaran tersendiri.
2. *Targeting*, yakni proses menentukan satu atau lebih segmen yang akan dimasuki.
3. *Positioning*, yakni menetapkan posisi pasar, bertujuan untuk membangun dan mengkomunikasikan keunggulan produk kepada konsumen.

b. taktik pemasaran

1. diferensiasi, yaitu pembeda produk dengan yang lain.
2. bauran pemasaran (*marketing mix*), yakni aktivitas yang berkaitan dengan *produk, price, promotion, place*.

c. nilai pemasaran

Bauran Merek (*brand*) adalah nama, cerminan, tanda, simbol, desain atau kombinasi dari apapun yang dimaksudkan untuk membedakan produk dengan produk yang lain. Merek bagi konsumen mempunyai arti sebagai :

1. pembeda produk dengan produk yang lain..
2. jaminan kualitas dan kinerja dari produk yang akan dibeli.

5) *service*

Tindakan yang dilakukan perusahaan untuk memberikan pelayanan guna mempertahankan atau meningkatkan nilai produk. Aktivitas yang biasa dilakukan adalah pelayanan purna jual.

## B. *Secondary Activity* (aktifitas penunjang)

Aktivitas pendukung pada rantai nilai dibagi kedalam empat kategori. Setiap industri memiliki detail aktivitas penunjang yang berbeda sesuai dengan kebutuhan industri tersebut. Adapun penjabarannya adalah sebagai berikut :

### 1) *Procurement*

Pengadaan berbagai input produksi meliputi : interaksi dengan pemasok, ketersediaan bahan baku dan pendukung, ketersediaan aset seperti mesin, peralatan kantor, dan gedung. Proses pengadaan yang baik, berpengaruh pada kualitas produk yang baik.

### 2) *Human Resources Management*

Manajemen sumber daya manusia merupakan usaha yang dilakukan perusahaan untuk mengelola sumber daya manusia dalam perusahaan. Aktivitas ini mempengaruhi keunggulan kompetitif dalam identifikasi keterampilan, motivasi karyawan, biaya perekrutan, dan pelatihan.

### 3) *Technology Development*

Pengembangan teknologi untuk menunjang hasil produksi yang memiliki nilai. Hasil pengembangan teknologi terhadap produk berkaitan dengan aspek efektifitas dan efisiensinya. Teknologi yang umumnya dibutuhkan dalam perusahaan meliputi pengembangan peralatan, perangkat lunak, dan perangkat keras.

#### 4) *Firm infrastructure*

Infrastruktur perusahaan merupakan aktivitas yang berhubungan dengan manajemen umum yang meliputi perencanaan, keuangan, akuntansi, hukum, urusan pemerintah, dan hal hal yang sifatnya taktis pada perusahaan.

##### 2.2.1.2antai Nilai

Menurut David, Freed R (2012), *Value Chain Analysis* bertujuan untuk mengidentifikasi dimana ada keunggulan (*advantage*) biaya rendah yang ada di keseluruhan rantai nilai mulai dari bahan baku hingga aktivitas layanan konsumen.

Kemudian Porter mengemukakan, tujuan dari *Value Chain Analysis* adalah untuk mengidentifikasi langkah-langkah dalam *Value Chain* di mana perusahaan mampu meningkatkan *value* untuk pelanggan atau mengurangi biaya. Dengan mengurangi biaya atau meningkatkan nilai tambah (*value added*) dapat menambah tingkat kompetitif perusahaan.

Selanjutnya Wisdaningrum (2012) dalam jurnalnya menjelaskan, *Value Chain Analysis* dapat dipergunakan untuk menentukan pada titik-titik di mana dalam rantai nilai dapat mengurangi biaya atau memberikan nilai tambah.

Jadi, berdasarkan pendapat para ahli dapat disimpulkan bahwa tujuan yang diasosiasikan menjadi manfaat *Value Chain Analysis* adalah

untuk mengidentifikasi keunggulan dan kelemahan dalam aktivitas pada rantai nilai.

### 2.2.2 Analisis Rantai Nilai (*Value Chain*) pada perusahaan Manufaktur

Analisis *value chain* merupakan alat analisis strategis yang digunakan untuk lebih memahami keunggulan kompetitif, untuk mengidentifikasi di mana *value* ditingkatkan menambah nilai pelanggan atau penurunan biaya, dan untuk lebih memahami hubungan perusahaan dengan pemasok, pelanggan, dan perusahaan lain dalam industri, Porter (2016). *Value chain* mengidentifikasi dan menghubungkan berbagai aktivitas strategis di perusahaan. Sifat *value chain*, bergantung pada jenis industri dan berbeda-beda untuk perusahaan manufaktur, perusahaan jasa dan organisasi yang tidak berorientasi pada laba. Tujuan dari *analisis value chain* adalah untuk mengidentifikasi langkah-langkah *value chain* dimana perusahaan dapat menambah *value* untuk pelanggan atau untuk menurunkan biaya. Penurunan biaya atau peningkatan *value* dapat membuat perusahaan lebih kompetitif.

Untuk menjadi kompetitif perusahaan harus menentukan pada bagian mana perusahaan berbenah. *value chain* merupakan analisis strategis, yang merupakan hasil pertimbangan terhadap keunggulan kompetitif yang ada pada perusahaan, yaitu dimana perusahaan dapat memberikan nilai terbaik untuk pelanggan utama dengan biaya serendah mungkin. Setiap perusahaan mengembangkan sendiri bagian-bagian dalam

*value chain*, berdasarkan analisis strategis terhadap keunggulan kompetitifnya.

Analisis *Value chain* memiliki 3 Tahapan. Adapun penjelasannya adalah sebagai berikut :

1. Tahap satu mengidentifikasi tahapan *value chain*

Perusahaan mengidentifikasi aktivitas *value chain* yang harus dilakukan oleh perusahaan dalam proses desain, pemanufakturan, dan pelayanan kepada pelanggan. Beberapa perusahaan mungkin terlibat dalam aktivitas tunggal atau sebagian dari aktivitas total. Pengembangan *value chain* berbeda-beda tergantung pada jenis industri.

2. Tahap dua mengevaluasi

Mengidentifikasi aktivitas di mana perusahaan mempunyai keunggulan mengevaluasi strategi diferensiasi untuk meningkatkan nilai pelanggan. Manajer dapat menggunakan strategi berikut untuk meningkatkan diferensiasi produk dan nilai pelanggan.

3. Tahap tiga mengembangkan keunggulan kompetitif

Rantai nilai berguna untuk mengidentifikasi Sembilan kegiatan yang terkait secara strategis, yang terdiri dari lima kegiatan primer dan empat kegiatan sekunder, yang menciptakan nilai dan biaya dalam suatu bisnis tertentu. Kegiatan primer terdiri dari *inbound logistics*, Operasional,



*outbound logistics*, serta pemasaran, dan akhirnya adalah pelayanan. Kegiatan sekunder terdiri dari kegiatan pengadaan, pengembangan teknologi, manajemen sumber daya manusia dan infrastruktur perusahaan.

Fokus dari analisis rantai nilai adalah untuk mengkaji perusahaan di dalam konteks seluruh rantai aktivitas penciptaan nilai. Analisis rantai nilai dikembangkan oleh Michael Porter. Dalam pemahaman persaingan, nilai atau *value* diukur dari banyaknya pembeli yang berkeinginan untuk membayar, apa yang mereka dapatkan dari perusahaan.

### 2.3 auan Bisnis Proses

Weske (2007) menjelaskan proses bisnis adalah seperangkat instrumen untuk mengorganisir suatu kegiatan dan meningkatkan pemahaman atas keterkaitan suatu kegiatan. Sparx Sytem (2004) memberikan pengertian lain mengenai proses bisnis yakni himpunan aktifitas yang dirancang untuk menghasilkan suatu keluaran tertentu untuk pelanggan tertentu. Kemudian Rummler dan Brache dalam Siegel (2008) juga menjelaskan proses bisnis merupakan rangkaian kegiatan dalam bisnis dalam menghasilkan produk dan jasa. Aktivitas proses bisnis bisa dilakukan baik secara manual maupun dengan bantuan sistem informasi. Weske (2007) menambahkan bahwasannya dalam proses bisnis, harus mempunyai :

1. Tujuan yang jelas
2. Adanya input

3. Adanya output
4. Menggunakan *resource*
5. Mempunyai aktivitas yang dalam beberapa tahapan
6. Berpengaruh lebih dari satu unit dalam organisasi
7. Dapat menciptakan nilai bagi konsumen

Jadi dapat disimpulkan bahwa proses bisnis adalah sekumpulan aktivitas yang saling berhubungan yang dibutuhkan untuk mencapai hasil akhir yang bernilai bagi perusahaan.

#### Bisnis Pross dalam Prinsip Islam

##### A. Produksi

Dalam ekonomi Islam, produksi memiliki motif kemaslaatan, kebutuhan, kewajiban, dan konsumsi. Kegiatan produksi merupakan usaha perorangan atau kelompok untuk mengangkat dirinya dari kefakiran, Yusuf Qardhawi (1995), secara eksplisit tujuan kegiatan produksi untuk memenuhi kebutuhan setiap individu sehingga mampu membangun kemandirian ummat. Sedangkan tujuannya adalah keutamaan mencari nafkah, menjaga semua sumber daya, aktifitas ini harus dilakukan secara profesional dan berusaha pada sesuatu yang halal. Oleh karena itu dalam sebuah perusahaan, menurut M.M. Metwally (2010), aktifitas produksi hanya untuk barang halal dengan proses produksi dan pasca produksi yang tidak menimbulkan *ke-madharatan*. Setiap orang memiliki kebebasan untuk melakukan aktivitas produksi. Berdasarkan pertimbangan kemashlahatan tersebut, Muhammad Abdul Mannan

(1992), menjelaskan pertimbangan perilaku produksi dalam sudut pandang islam tidak semata-mata didasarkan pada permintaan pasar.

Produksi dalam ekonomi Islam adalah aktivitas yang dilakukan untuk menmciptakan manfaat atau menambahkannya dengan cara menggali sumber-sumber ekonomi yang disediakan Allah SWT sehingga menjadi maslahat, untuk pemenuhan kebutuhan manusia. Dalam Firman Allah SWT dalam QS Al-Mulk:15

نُؤْتِيهِمْ أَجْرَهُم بِحَسْبِ عَمَلِهِمْ  
 وَنُؤْتِيهِمْ مِنْ رِزْقِنَا مَا لَمْ يَدْعُوا  
 بِهِمُ الْمَلَائِكَةَ وَالرُّسُلَ

*“Dialah yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, Maka berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah sebahagian dari rezki-Nya. dan hanya kepada-Nya-lah kamu (kembali setelah) dibangkitkan.”*

## B. Prinsip-prinsip Produksi

Prinsip-prinsip produksi adalah kumpulan beberapa hal yang harus diperhatikan, dan ditaati sesuai dengan prinsip islam. Adapun prinsip-prinsip produksi dalam Islam, diantaranya adalah sebagai berikut:

### 1. Halal

Kata halal (*halāl, halaal*) adalah istilah bahasa Arab, yang berarti "diizinkan" atau "boleh". Secara etimologi, halal berarti hal-hal yang diperbolehkan dan dapat dilakukan karena tidak terikat dengan aturan-aturan yang melarangnya (An-Nasai, 1991).

Dalam kehidupan sehari-hari istilah halal sering digunakan untuk menyebut makanan ataupun minuman yang diperbolehkan untuk dikonsumsi menurut syariat Islam. Sementara itu, dalam konteks yang lebih luas istilah halal mengacu pada berbagai aspek

baik itu tingkah laku, aktifitas, maupun cara berpakaian dan lain sebagainya yang diperbolehkan menurut hukum Islam.

Dalam syariah prinsip umumnya adalah semua makanan bersih dan murni, muslim boleh memakannya kecuali sesuatu yang jelas dilarang antara lain daging babi, bangkai, darah, dan daging yang didedikasikan untuk selain Allah SWT, Apriyantono (2003). Adanya larangan ini bertujuan untuk menjaga martabat tubuh manusia dengan mencegah dari rasa malu karena terlibat dengan makanan terlarang. Seperti pada kutipan ayat dibawah ini :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحْظُرُوا أَمْوَالَكُمُ الَّتِي هِيَ حَالَالًا وَطَيِّبًا تَرْتَدُّ إِلَيْكُمْ بِحَبْلٍ مُّوَدَّقٍ  
 وَإِذْ يَأْتِيَنَّكُمْ أَمْوَالٌ غَيْرُهَا فَامْلُوكُوهَا إِذَا سَلَّ عَلَيْهَا الْمَوْتُ وَأَنَّ كَيْفَ الْعُقُوبَةِ عَلَى الَّذِينَ كَفَرُوا إِنَّ الَّذِينَ كَفَرُوا يُرِيدُونَ  
 أَنْ يُبَدِّلُوا آيَاتِ اللَّهِ فَاصْبِرُوا إِنَّ اللَّهَ طَبَّاقٌ خَبِيرٌ  
 يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَرَائِعْتُمْ مَوْتَ فَمَا لَكُمْ مِنَ اللَّهِ مِنْ شَيْءٍ إِنَّكُمْ أَعْيُنُكُمْ آلَا بَصَائِرٍ فَأَنْصِبُوا نَفْسَكُمُ الَّتِي كُنْتُمْ تُبْغُونَ لِلَّذِينَ كَفَرُوا إِنَّ الَّذِينَ كَفَرُوا هُمْ أَصْحَابُهَا فَهُمْ فِيهَا مُّخَدَّمُونَ وَإِنَّ الَّذِينَ آمَنُوا لَمُتَّبِعِينَ  
 يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَرَائِعْتُمْ مَوْتَ فَمَا لَكُمْ مِنَ اللَّهِ مِنْ شَيْءٍ إِنَّكُمْ أَعْيُنُكُمْ آلَا بَصَائِرٍ فَأَنْصِبُوا نَفْسَكُمُ الَّتِي كُنْتُمْ تُبْغُونَ لِلَّذِينَ كَفَرُوا إِنَّ الَّذِينَ كَفَرُوا هُمْ أَصْحَابُهَا فَهُمْ فِيهَا مُّخَدَّمُونَ وَإِنَّ الَّذِينَ آمَنُوا لَمُتَّبِعِينَ

" Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu haramkan apa-apa yang baik yang telah Allah halalkan bagi kamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas. Dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang Allah telah rezekikan kepadamu, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya " (QS Al-maidah : 87-88)

## 2. Thayyib

Ketika membahas tentang jenis makanan yang dikoinsumsi seorang muslim, Al-Qur'an selalu menekankan salah satu dari dua sifat, yakni halal dan baik (*thayyib*). Kombinasi kedua sifat ini menunjukkan bahwa makanan yang dikonsumsi harus memenuhi syarat halal dan *thayyib* (baik). Terdapat makanan yang statusnya halal akan tetapi tidak *thayyib*. Demikian pula sebaliknya, terdapat makanan yang secara zatnya *thayyib*, akan tetapi tidak halal.

Terpenuhinya syarat halal dan *thayyib* ini akan mendatangkan kebaikan pada makanan yang dikonsumsi. Al Quran memberikan petunjuk bagaimana seharusnya makanan dikonsumsi dalam surat Al - Baqarah ayat 168 :

خُذُوا مِن مَّا رَزَقْنَاكُمْ مَحَلَّالًا ۚ وَذُرُّوا شُرَكَاءَكُمُ  
 ۚ يَكْفُرُوا بِآيَاتِكُمْ حَتَّىٰ تَخْرُجُوا  
 مِنْهَا سَاءَ الْخُرُوجَ

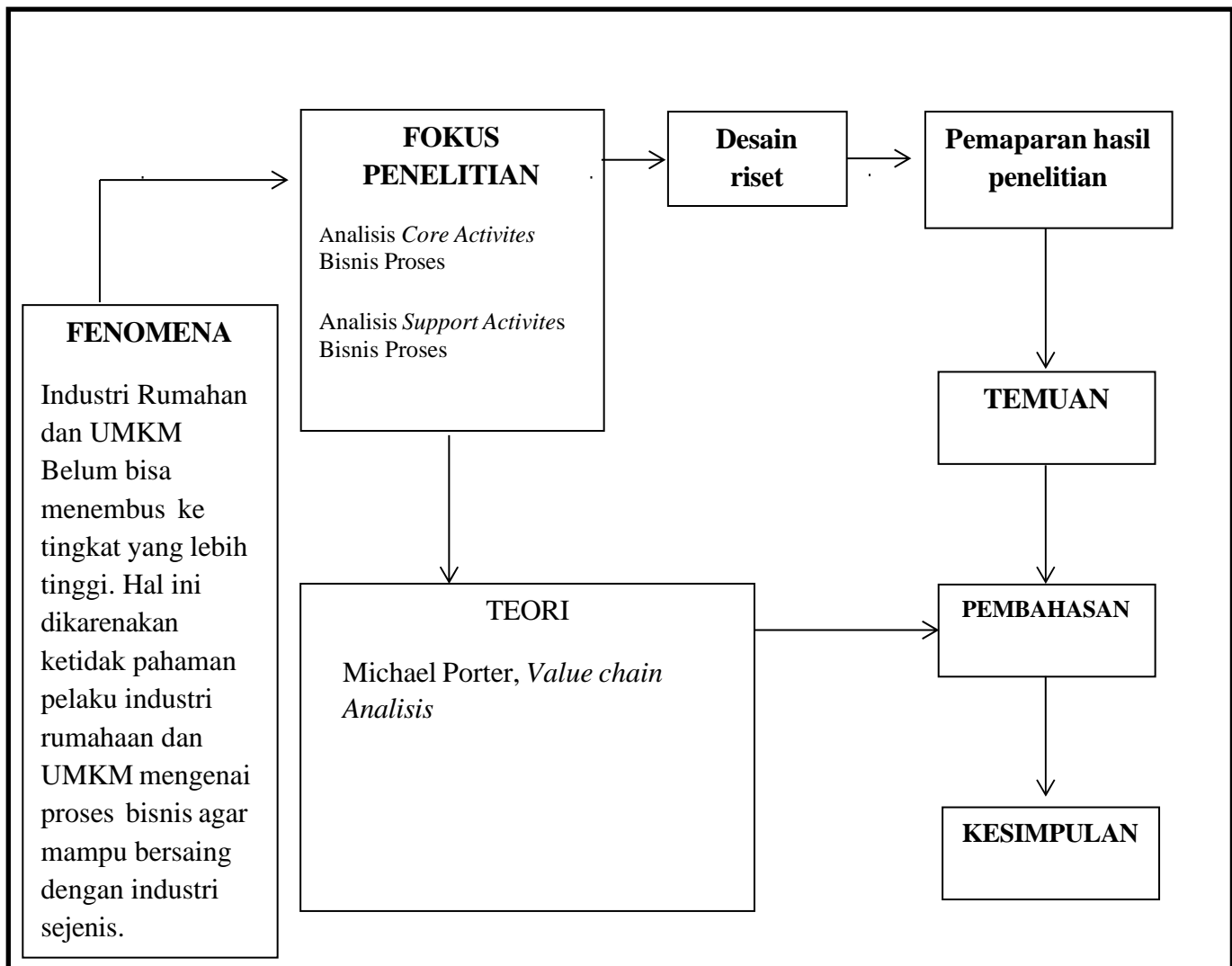
*“Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu” (Q.S. al-Baqarah: 168).*

Berdasarkan dalil di atas Islam menganjurkan kepada setiap muslim ketika mengonsumsi makanan dan minuman harus memperhatikan apa yang dimakan dan diminum baik dari sisi zatnya maupun cara memperolehnya.

## 2.4 angka Berfikir

Gambaran umum mengenai penelitian ini penulis rangkum dalam bentuk alur kerangka berfikir, adapun gambaran kerangka berfikir adalah sebagai berikut :

Gambar 2.4  
Gambar Kerangka Berfikir



## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### 3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Pada penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Pendekatan kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau ucapan lisan orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Pendekatan kualitatif mempunyai karakteristik alami sebagai sumber data langsung, deskriptif, serta proses lebih dipentingkan dari pada hasil. Dikarenakan hasil penelitian ini berupa paparan narasi berdasarkan analisis data wawancara, observasi, dan dokumentasi. Menurut Sugiono (2010), metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian berlandaskan filosofi *postpositivisme*, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek alamiah, dimana peneliti sebagai instrumen kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara *purposive* dan *snowbaal*, teknik pengumpulan dengan *trianggulasi* (gabungan), analisi data bersifat induktif atau kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi, serta metode kualitatif ini lebih menekankan terhadap pemahaman makna yang sangat mendalam terhadap suatu masalah.

Berdasarkan tingkat eksplanasinya, penelitian ini dikategorikan penelitian deskriptif, menurut Bungin (2001) penelitian dengan format deskriptif ini bertujuan untuk menggambarkan dan meringkas berbagai kondisi, situasi atau variabel yang timbul di masyarakat yang menjadi objek penelitian itu sendiri.

Adapun analisis peneliti dalam penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif karena peneliti mengungkap dan mengulas lebih dalam mengenai sebuah fenomena yang terjadi, menggambarkan faktor-faktor lingkungan internal dan eksternal perusahaan dalam menghadapi persaingan. Secara lebih spesifik, penelitian ini dimaksudkan untuk menganalisis kondisi internal UMKM Raja Sale untuk mengetahui faktor-faktor yang menjadi potensi pencipta nilai yang mampu meningkatkan daya saingnya.

### 3.2 Subjek dan Lokasi Penelitian

#### 1. Subjek Penelitian

Moleong (2010) mendeskripsikan subjek penelitian sebagai informan, yaitu orang-orang pada lingkungan penelitian yang bisa memberikan informasi tentang situasi dan kondisi di lingkungan penelitian. Sepaham dengan penjelasan tersebut, Moeliono (1993) menguraikan subjek penelitian sebagai orang yang diamati sebagai sasaran penelitian. Berdasarkan pengertian tersebut peneliti merumuskan subjek penelitian sebagai pelaku yang merupakan target pengamatan atau informan pada suatu penelitian yang dilakukan. Dalam penelitian ini yang menjadi subjek penelitian adalah semua orang yang terlibat dalam aktivitas bisnis UMKM Raja Sale.



## 2. Objek Penelitian

Satibi (2011) menjelaskan objek penelitian sebagai berikut : Objek penelitian secara umum akan memetakan atau menggambarkan wilayah penelitian atau sasaran penelitian secara komperhensif, yang meliputi karakteristik wilayah, sejarah perkembangan, struktur organisasi, tugas pokok dan fungsi lain-lain sesuai dengan pemetaan wilayah penelitian yang dimaksud.” Adapun lokasi penelitian ini akan dilakukan di sebuah UMKM yang bergerak dalam bidang manufaktur yang memproduksi minuman sari kedelai yaitu UMKM Raja Sale, yang bertempat di Kabupaten Blitar.

Alasan Utama UMKM Raja Sale menjadi subjek dan lokasi penelitian karena peneliti ingin mengetahui bagaimana UMKM Raja Sale melakukan proses bisnis dengan menggunakan pendekatan value chain.

### 3.3 Data dan Jenis Data

Sumber data dalam penelitian kualitatif merupakan faktor yang sangat penting, karena sumber data berhubungan dengan kualitas dari hasil penelitian. Oleh karenanya, sumber data menjadi bahan pertimbangan dalam penentuan metode pengumpulan data. Sumber data terdiri dari : sumber data pimer dan sumber data sekunder, Purhantara (2010). Adapun penjelasannya adalah sebagai berikut :

## 1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian, dalam hal ini peneliti memperoleh data atau informasi langsung dengan menggunakan instrumen-instrumen yang telah ditetapkan. Data primer dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian. Pengumpulan data primer merupakan bagian internal dari proses penelitian dan yang nantinya diperlukan untuk tujuan pengambilan keputusan. Data primer dianggap lebih akurat, karena data ini disajikan secara terperinci, Purhantara (2010).

Data primer pada penelitian ini diperoleh secara langsung dari lokasi atau subyek penelitian pada UMKM Raja sale di kabupaten Blitar. Adapun cara mendapatkan data tersebut peneliti menggunakan metode wawancara dan observasi.

Dalam penelitian ini wawancara dilakukan kepada beberapa narasumber antara lain pimpinan UMKM Raja Sale, kepala bagian produksi, kepala bagian pemasaran, koki, mitra penjualan, dan pelanggan. Observasi yang dilakukan dengan objek observasi *core business activity* dan *supoport business activity*.

## 2. Data sekunder

Data sekunder Data sekunder adalah data yang diperoleh melalui teknik pengumpulan data yang menunjang keabsahan data dari data

primer. Data sekunder dalam penelitian ini, diperoleh dari hasil dokumentasi dan studi pustaka. Data sekunder ini bisa berasal dari dokumen grafis seperti tabel, catatan, foto, dan lain-lain.

Dalam penelitian ini didapatkan data sekunder sebagai pendukung penelitian yang berupa dokumentasi. Adapun dokumen yang akan diperlukan dalam penelitian seperti catatan penjualan.

### 3.4 Teknik Pengumpulan Data

Sugiono (2009) menjelaskan bahwa pengumpulan data dapat diperoleh melalui hasil observasi, wawancara, dokumentasi, dan gabungan atau triangulasi. Dalam penelitian ini, peneliti ingin menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut :

#### 1. Observasi

Umar dan Purnomo (2004) mengemukakan observasi merupakan pengamatan dengan pencatatan yang sistematis terhadap gejala-gejala yang diteliti. Menyesuaikan dengan obyek penelitian, maka jenis observasi yang akan digunakan penelitian ini yaitu observasi partisipasi. Observasi partisipasi adalah teknik pengamatan dalam penelitian dimana dilakukan pengamatan dan pencatatan secara langsung terhadap obyek yang diteliti.

Dalam hal ini, peneliti akan melakukan pengamatan secara langsung terkait aktivitas kegiatan-kegiatan di UMKM Raja Sale. Adapun hasil observasi adalah sebagai berikut :

**Tabel 3.1**  
**Laporan Hasil Observasi**

No	Fokus penelitian	Fenomena	Data
1.	Bisnis proses <i>core business</i>	Sumber bahan baku	bahan baku didatangkan dari berbagai pemasok
		Alur penanganan bahan baku	Bahan baku di simpan digudang dengan menggunakan pendekatan FIFO
		Kualitas bahan baku	Bahan baku air belum menerapkan standarisasi air baku sesuai standart permenkes RI
		Aktivitas produksi	Belum ada SOP tertulis
		Distribusi produk	Mitra penjualan terlalu lama menunggu produk siap kirim.
		Pemasaran dan penjualan	Penanganan pemindahan produk
2	Bisnis proses <i>Support business</i>	Aktivitas penunjang	Hampir semua aktivitas manajerial ditanggung oleh seorang.

## 2. Wawancara

Menurut Sugiono dalam Hamidi (2018), wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data sebagai studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan juga peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dengan responden yang sedikit.

Dalam penelitian ini metode wawancara dilakukan dengan memberikan pertanyaan secara langsung terkait obyek penelitian kepada Sumber Daya Manusia seperti direksi, manajer, dan karyawan perusahaan untuk mendapatkan informasi secara valid dan sistematis sesuai dengan tujuan penelitian.

Table 3.2  
Laporan Hasil Wawancara

No	Fokus penelitian	Informan	Konteks
1.	Bisnis proses <i>Core Business</i>	Unit Pengadaan	<i>Quality control</i> bahan baku
		Unit produksi	Keunggulan dalam proses produksi
		Unit pemasaran	Optimalisasi strategi mulut ke mulut Terdapat miss antara mitra dengan pihak UMKM

			(pembayaran belum lunas sudah mengambil produk lagi)
2	Bisnis proses pada area <i>support business</i>	Pimpinan UMKM Raja Sale	Strategi motivasi karyawan dan mitra

### 3. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data dengan metode dokumentasi dilakukan dengan cara mencatat dari berbagai dokumen yang menyangkut masalah penelitian yang ada pada obyek penelitian, yakni berkenaan dengan bisnis proses yang telah digunakan oleh perusahaan. Hal ini menyangkut beberapa data seperti jumlah data produksi, data jumlah produk perusahaan, data keuangan dan lain-lain. Beberapa dari data tersebut merupakan sumber informasi yang sangat penting untuk melengkapi kebutuhan data dalam penelitian sebagai data sekunder.

Menurut Sugiono (2013), dokumen merupakan catatan peristiwa yang dapat berupa tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berupa tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan, cerita, biografi, peraturan, dan kebijakan. Dokumen berbentuk gambar misalnya foto, sketsa, dan gambar. Dokumen yang berbentuk karya yaitu patung, film, dan lain-lain. Hasil penelitian ini

akan semakin kredibel jika didukung dengan dokumentasi seperti buku laporan keuangan dan data jumlah konsumen dan produk.

Untuk memperoleh data yang lebih akurat peneliti melengkapi dengan dokumen-dokumen yaitu laporan pembelian bahan baku.

### 3.5 Uji Keabsahan Data

Sugioyono (2017), menjelaskan bahwa dalam pengujian keabsahaan data dalam penelitian kualitatif, menggunakan istilah yang berbeda dengan pengujian data yang digunakan dalam penelitian kuantitatif. Adapun dalam penelitian ini, menggunakan teknik Triangulasi untuk menguji keabsahan data. Kemudian Sugiyono (2017) mengemukakan, triangulasi adalah teknik pengumpulan data yang memiliki sifat menggabungkan dari berbagai teknik dan sumber data yang ada. Trianggulasi dibagi menjadi menjadi tiga jenis yakni :

1. Triangulasi sumber, menguji kreadibilitas data dengan cara meninjau data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber.
2. Triangulasi teknik, menguji kreadibiltas data melalui cara meninjau data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda.
3. Triangulasi waktu, dalam pengambilan data harus disesuaikan dengan kondisi narasumber, karena waktu dapat mempengaruhi kreadibiltas suatu data tersebut.

Dan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis triangulasi sumber yaitu dengan membandingkan informasi yang didapat dari satu sumber dengan sumber yang lain.

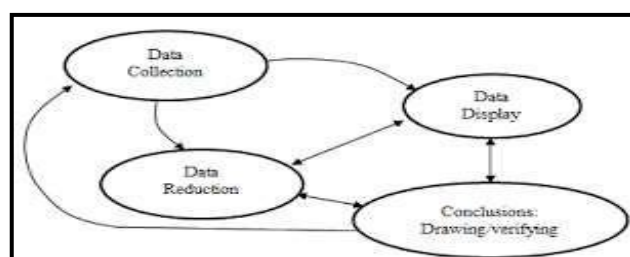
### 3.6 Analisis Data

Teknik analisis data menurut Bognan dan Biklen (1982) dalam Moleoang (2008) adalah usaha yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, menintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.

Untuk menyajikan data yang mudah dipahami, dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan analisis data *Analysis Interactive Model* dari Miles dan Huberman, yang membagi langkah-langkah dalam tahapan analisis data menjadi tiga bagian yaitu pengumpulan data (*data collection*), reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), dan penarikan kesimpulan atau verifikasi (*conclusions*).

Gambar 3.1

Langkah-langkah Analisis Data Miles & huberman





Sumber : Basrowi & Suwandi (2008)

Adapun Langkah Langkah dalam Analisa data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Pengumpulan data

Pada analisa tahap pertama dilakukan pengumpulan data hasil wawancara, hasil observasi, dan berbagai dokumen berdasarkan kategorisasi yang sesuai dengan masalah penelitian yang kemudian dikembangkan dengan penajaman data melalui pencarian data selanjutnya.

Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan cara observasi lapangan lokasi penelitian, wawancara, dan dokumentasi.

2. Reduksi data

Reduksi data adalah suatu bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang data yang tidak perlu dan mengorganisasi data dengan cara sedemikian rupa sehingga simpulan final dapat ditarik dan diverifikasi secara tepat.

Dalam penelitian ini reduksi data hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi disortir dan dipilah sesuai dengan konteks penelitian. Sehingga data yang tidak diperlukan terpisah, kemudian ditemukan jawaban dari tujuan penelitian.

3. Penyajian data

Penyajian data bertujuan untuk menemukan pola-pola yang bermakna yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan mengambil tindakan.

Dalam penelitian ini penyajian data telah melalui proses reduksi data, disajikan dalam bentuk narasi deskriptif, tabel, dan lain-lain..

#### 4. Penarikan kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan bagian dari penyusunan yang utuh. Kesimpulan-kesimpulan juga diverifikasi selama penelitian berlangsung. Kesimpulan ditarik semenjak peneliti menyusun catatan, pola-pola, pernyataan-pernyataan, konfigurasi, arahan sebab akibat, dan berbagai proposisi.

## **BAB IV**

### **PAPARAN HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### 4.1 Paparan Hasil Penelitian

##### 1. Profil UMKM Raja Sale

UMKM Raja Sale merupakan industri rumah tangga minuman *fresh* yang menghadirkan minuman sehat dan bergizi tinggi, tanpa pengawet dan pemanis buatan, disukai oleh anak-anak dan orang dewasa, baik laki-laki maupun perempuan, dengan harga yang relatif murah.. Industri rumah tangga sari kedelai Raja Sale didirikan pada tahun 2010 oleh Bapak Turkan Bakri. Beliau adalah pimpinan sekaligus pemilik UMKM Raja Sale.

Produksi pertama UMKM Raja Sale hanya menghasilkan Sari Kedelai sebanyak 250 pcs (bungkus) dan langsung dipasarkannya sendiri. Ternyata animo masyarakat cukup bagus. Hanya dalam waktu singkat, sari kedelainya habis terjual. Bapak Turkan meyakini, bahwa Sari Kedelai buatannya disukai masyarakat dan potensi pasarnya besar. Sehingga beliau semakin semangat menambah produksi lebih banyak lagi. Sistem pemasaran dikembangkan dengan melibatkan banyak pihak yang bersedia menjadi mitra penjualan, dan alat produksi serta sumberdaya produksi ditingkatkan hingga kini produksinya mencapai 4.000 pcs perhari.

## 2. Visi dan Misi UMKM Raja Sale

UMKM Raja Sale memiliki visi dan misi yang diubah secara bertahap disesuaikan dengan kondisi perusahaan adapun visi dan misi yang sekarang adalah :

### VISI :

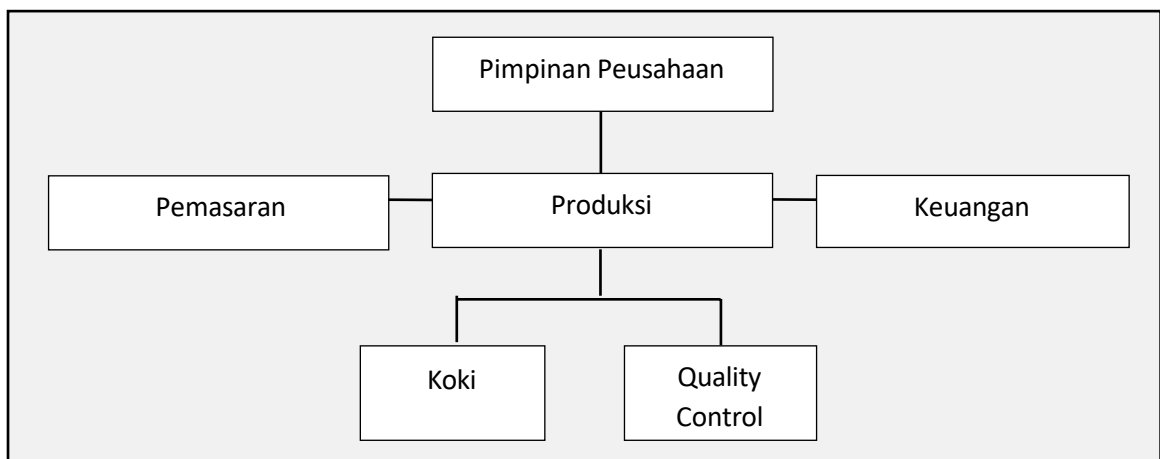
Menjadi perusahaan minuman sari kedelai *fresh* terbaik di kabupaten Blitar, dengan menghadirkan minuman sehat bergizi tinggi dan standart mutu prima..

### MISI :

1. Menjalankan usaha yang berorientasi pada pasar dan konsumen dengan pertumbuhan produksi secara terencana dan berkesinambungan.
2. Mengedepankan standart mutu yang prima agar produk yang dihasilkan adalah produk terbaik

## 3. Struktur Organisasi UMKM Raja Sale

Gambar 4.1  
Struktur Organisasi UMKM Raja Sale



Sumber : Dokumentasi penelitian, 2022

## 4.2 Paparan Rantai Nilai (*Value Chain*) UMKM Raja Sale Kabupaten Blitar

### 1. Aktivitas Utama

#### A. Inbound logistic

##### 1) Bahan baku utama

Berdasarkan pengamatan langsung peneliti dalam aktivitas produksinya UMKM Raja Sale menggunakan beberapa bahan baku untuk produksi sari kedelai. Bahan baku tersebut didatangkan dari beberapa pemasok yang telah ditetapkan oleh UMKM Raja Sale. Perihal tersebut dikonfirmasi dengan wawancara dengan bapak Turkan Bakri selaku pimpinan UMKM Raja Sale pada 10 November 2022 mengatakan bahwa :

“untuk memproduksi sari kedelai menggunakan beberapa bahan ada kedelai, air, gula, garam dan daun pandan untuk menambah aroma. Terus untuk membungkus menggunakan plastik dan karet matang. Kemudian untuk pembelian bahan kita ada beberapa tempat untuk masing-masing barang, biar ada pembandingan harga” ( Wawancara pimpinan UMKM Raja Sale pada, 10 November 2022 )

Berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara terdapat lima bahan baku utama dan dua bahan penunjang. Adapun penjelasan bahan baku tersebut adalah sebagai berikut :

##### a) Air

Air merupakan bahan baku utama dalam proses produksi, air diambil dari air sumur keudian disaring, air berfungsi sebagai bahan untuk mencairkan pasta kedelai yang telah digiling. Berdasarkan hasil

wawancara dengan unit produksi pada 10 November 2022 terkait standarisasi air beliau mengatakan :

“untuk standarisasi air menggunakan saringan kain berlapis agar mendapatkan air yang bersih, jernih dan tidak bau” (wawancara unit produksi, 10 November 2022)

Kemudian peneliti memperdalam pertanyaan dengan menanyakan tentang standarisasi air baku dengan standart air mineral layak minum, kemudian beliau menjawab :

“untuk alat penyaringan yang seperti itu belum ada mas kami masih menggunakan alat penyaringan sederhana, nanti untuk proses kan masih direbus jadi yang penting air tidak bau kalau untuk sementara ini” (Wawancara pimpinan perusahaan pada, 10 November 2022)

Standarisasi air yang digunakan adalah air yang jernih bening dan tidak berbau. Alat yang digunakan untuk standarisasi di UMKM Raja Sale berupa saringan berlapis.

#### b) Kedelai

Kedelai merupakan bahan utama dalam industri ini. Dalam proses produksi kedelai digiling sampai halus dan berubah bentuk seperti pasta, kemudian diencerkan dengan air bersih dan jadilah larutan sari kedelai. Berdasarkan hasil wawancara dengan unit produksi pada 10 November 2022 beliau mengatakan :

“kedelai itu bahan paling penting dalam bisnis ini, kalau kedelai jelek hasilnya juga jelek, makanya dalam memilih kedelai harus benar-benar pas, untuk memilih kedelai yang baik biasanya dicium baunya, terus dilihat warnanya, untuk memilih kedelai ini langsung ditangani oleh bos. ” (wawancara dengan unit produksi pada 10 November 2022)

Dari pernyataan unit produksi tersebut kemudian peneliti meneruskan untuk bertanya kepada bos atau pimpinan UMKM Raja Sale pada 10 November 2022, beliau mengatakan :

“Untuk ukuran pemilihan kedelai ini nggak ada ukuran pasti. Ya selama ini karena sudah hafal dengan macam-macam kedelai saya bisa memilih mana yang bagus dan mana yang tidak bagus untuk sari kedelai” (Wawancara pimpinan UMKM Raja sale pada, 10 November 2022)

Dari pernyataan beliau didapati bahwasannya standarisasi pemilihan kedelai dilakukan dengan dicium dan dilihat.

c) Gula

Gula berfungsi untuk menambah cita rasa manis pada larutan sari kedelai. Dalam wawancara dengan unit produksi pada 10 November 2022 tentang standart gula :

“gula yang digunakan selalu satu merek RMI agar tingkat kemanisan tetap ” (wawancara unit produksi pada, 10 November 2022)

d) Garam

Berdasarkan wawancara dengan unit produksi pada tanggal 10 November 2022

“garam berfungsi untuk meperkuat cita rasa, untuk garam harus menggunakan merek refina” (wawancara unit produksi pada, 10 November 2022)

e) Daun Pandan

Daun pandan berfungsi untuk menambah aroma wangi pandan dan menghilangkan bau langu. Berdasarkan wawancara dengan unit produksi pada tanggal 10 November 2022 mengatakan bahwasannya :

“Kedelai mempunyai aroma langu ketika dio;ah menjadi makanan ataupun minman untuk itu harus dihilangkan dengan dicuci bersih dan ketika direbus ditambahkan pandan untuk menambah aroma wangi” (Wawancara unit produksi pada, 10 November 2022)

2) Bahan baku penunjang

a) Plastik

Plastik digunakan untuk pengemasan sari kedelai, ukuran plastik yang digunakan adalah 13x9 cm dan cukup untuk mengemas 200ml. Berdasarkan wawancara dengan unit produksi pada tanggal 10 November 2022 beliau menyatakan

“untuk pastik yang digunakan harus;ah plastik santan karena tahan panas dan kuat ” (wawancara unit produksi pada, 10 November 2022)

Kemudian peneliti melakukan observasi lebih mendalam mengenai jenis palastik tahan santan dan didpati bahwasannya untuk standarisasi plastic yang digunakan haruslah jenis plastic PE (*Polyethylene*) Karena plastik ini memilik karakteristik Elastis / Lentur, Tahan Benturan, Agak buram dan transparan, Tidak tembus cairan khususnya cairan minyak & santan, Bersih, Tidak



Berbau & Higienis. Sehingga lebih aman dan kuat digunakan untuk kemasan sari kedelai.

b) Karet

Karet dalam industri ini berfungsi sebagai pengunci kemasan plastik. Standarisasi pemilihan karet dipilih karet dengan elastisitas yang lembut dan ukuran ring kecil hal untuk mempermudah proses pengemasan dan juga untuk menjaga agar tidak terjadi kebocoran.

3) Pemasok bahan baku

Berdasarkan wawancara dengan pimpinan UMKMM Raja sale beliu menjelaskan,

“untuk pembelian bahan baku kita mendatangkan dari beberapa penjual biar lebih enak memilih dan bisa memantau harga juga” (wawancara pimpinan UMKM Raja Sale pada, 10 November 2022)

UMKM Raja Sale Kabupaten Blitar bekerja sama dengan beberapa pemasok (*supplier*) yang dipilih untuk pengadaan bahan baku dan bahan penunjang lainnya. Adapun supplier-supplier yang ditunjuk untuk pengadaan bahan baku dan bahan penunjang produksi sari kedelai adalah sebagai berikut .

Table 4.1  
Pemasok Bahan Baku

No	Material	Pemasok	Lokasi
1	Kedelai	UD.Yosan  Hokky Mart	Pasar Cangkring, Kec. ponggok Kab. Blitar  Pasar ponggok Kab. Blitar
2	Gula	Gula RMI (Rejoso manis Indo)	Blitar
3	Garam	UD. Mitra Baru	Ds. Sidorejo Kec. Ponggok Kab. Blitar
4	Daun Pandan	Hasil Kebun	Sidorejo Ponggok Blitar
5	Plastik	UD. Mitra Baru	Ds. Sidorejo Kec. Ponggok Kab. Blitar
6	Karet	UD. Mitra Baru	Ds. Sidorejo Kec. Ponggok Kab. Blitar

Sumber : Dokumentasi Penelitian, 2022

Sistem pembelian dan penerimaan bahan baku pada UMKM Raja Sale melibatkan beberapa pihak yang saling berkepentingan berdasarkan fungsinya dalam perusahaan.

#### 4) Sistem persediaan bahan baku

Persediaan bahan baku menjadi tanggung jawab bagian Produksi.

Dalam manajemen bahan baku UMKM Raja Sale terdapat penanganan

bahan baku seperti yang dikatakan unit produksi :

“Bahan yang datang biasanya seminggu sekali terus ditata di tempat penyimpanan, terus kalau mau dipakai tinggal ambil, kalau untuk urutan biasanya kalau ada sisa itu didahulukan untuk di produksi, terus untuk urutan penanganannya barang datang di cek pakai gancu terus di serahkan ke bos untuk contohnya nanti kalo bos sudah oke baru barang di susun di tempat nya kalau ada sisa pengiriman sebelumnya ditaruh paling atas agar bisa digiling terlebih dahulu ” (Wawancara unit produksi pada, 10 November 2022)

Kemudian peneliti melakukan observasi langsung adapun detail dari proses penanganan bahan baku adalah sebagai berikut :

##### a) Penerimaan

Bagian penerimaan barang akan mengontrol jumlah yang diterima berdasarkan pesanan kemudian mengambil sampel untuk memeriksa mutu sesuai yang telah ditetapkan.

##### b) Penyusunan

Kegiatan pengeluaran bahan baku jenis kedelai dan gula dilakukan oleh kuli angkut. Setelah diturunkan dari truk pengiriman bahan baku ditata diatas palet untuk menjaga kualitas bahan baku agar tidak basah dan berjamur.

c) Pengeluaran

Bahan baku yang dikeluarkan mengikuti sistem *First In First Out* (FIFO) yaitu bahan baku yang pertama masuk ke penyimpanan dikeluarkan lebih dahulu untuk proses produksi.

B. Operatioins

Dari hasil observasi peneliti didapati bahwasnya proses pembuatan sari kedelai di UMKM Raja Sale terdiri dari delapan tahapan, yaitu penyiapan bahan baku, perendaman, pencucian kedelai, penggilingan, penyaringan, pencampuran, perebusan, pengemasan. Berdasarkan wawancara dengan unit produksi tentang Standart Operasional Produksi (SOP) beliauapun masih kurang paham dengan istilah tersebut kemudian peneliti menyederhanakan dengan bertanya mengenai langkah-langkah produksi serta hal yang harus dilakukan saat produksi beliauapun menjelaskan :

“untuk langkah-langkah produksi memang tidak tertulis tapi dijelaskan dan diberi contoh sampai faham terus pak turkan juga selalu mengontrol” (wawancara bagian produksi pada 10 November 2022)

Kemudian peneliti mengkonfirmasi ulang dengan wawancara bagian produksi tentang standarisasi setiap tahapan. Adapun penjelasan standarisasi dan proses yang terjadi pada setiap tahapan adalah sebagai berikut :

a) Penyiapan Bahan Baku

Proses penyiapan bahan baku dilakukan dengan penimbangan kedelai, setelah selesai ditimbang sesuai takaran kemudian masuk proses selanjutnya yakni perendaman. Dalam wawancara dengan peneliti unit produksi menjelaskan ;

“proses penyiapan bahan baku harus dilakukan secara pas untuk alat yang kami gunakan untuk menakar kedelai adalah gayung tujuannya untuk mempercepat proses penyiapan, sebelumnya isi gayung sudah ditakar kemudian untuk penyiapan gula dan garam juga menggunakan takaran khusus yang sebelumnya udah diukur dengan timbangan kemudian kedelai di rendam. ” (wawancara unit produksi pada, 10 November 2022)

b) Perendaman

Dalam poses perendaman diawali dengan pencucian kedelai hal ini bertujuan untuk memisahkan kotoran dan kedelai rusak agar tidak masuk ke proses produksi. Setelah kedelai bersih kemudian di masukkan kedalam wadah dan direndam selama lima jam, proses ini bertujuan agar air masuk kedalam kedelai melalui pori-pori kedelai sehingga mempermudah proses penggilingan dan sari pati kedelai semakin banyak. Perihal tersebut dikonfirmasi dengan wawancara unit poroduksi pada 10 November 2022 :

“proses perendaman harus dilakukan dengan bersih karena ini merupakan tahapan yang penting jika kedelai di rendam dalam keadaan kotor maka akan berpengaruh pada rasa, untuk prosesnya seperti ini kedelai dimasukkan panci besar kemudian di cuci sampai air cucian berwarna coklat lalu dibuang bersama kedelai yang jelek biasanya mengapung di atas, terus diisi dengan air baru kemudian didiambkan selama lima sampai delapan jam.” (wawancara unit produksi)

c) Pencucian Kedelai

Berdasarkan hasil wawancara dengan unit produksi beliau menjelaskan :

“pencucian kedelai setelah perendaman untuk membersihkan sisa kotoran biar kedelai tidak bau ketika diproduksi, sama seperti pencucian di awal kedelai di cuci sampai air berwarna keruh, kemudian dibersihkan dan ditiriskan setelah itu digiling” (wawancara dengan unit produksi pada 10 November 2022)

Proses pencucian setelah perendaman bertujuan untuk membersihkan sisa kotoran yang berada di pori pori kedelai. Proses pencucian ini dilakukan sebanyak 2 kali agar menghasilkan kedelai yang bersih, karena kedelai yang kotor akan menghasilkan cita rasa langu. Setelah selesai di cuci kemudian kedelai masuk ke tahap selanjutnya yakni penggilingan.

d) Penggilingan

Berdasarkan observasi pada proses ini kedelai digiling menggunakan mesin penggiling dengan ditambah sedikit air agar mempercepat proses penggilingan. Kedelai digiling sampai berbentuk pasta, kemudian dilarutkan dengan air sesuai takaran. Hal tersebut dikonfirmasi juga dengan unit produksi beliau menjelaskan :

“pada proses penggilingan ini kedelai yang sudah bersih dimasukkan ke dalam mesin penggilingan ini. Mesin ini sama seperti penggilingan tahu pada umumnya, kemudian kedelai beubah menjadi pasta kedelai, kemudian dimasukkan ke dalam wadah besar dan dicampur dengan air. Pada proses ini yang perlu diperhatikan adalah jumlah air yang digunakan karena jika terlalu banyak sari kedelai yang dihasilkan akan encer untuk alat yang digunakan untuk menakar adalah basokom besar dengan jumlah air yang sudah ditentukan sebelumnya. Selanjutnya kedelai gilingan di saring” (wawancara unit produksi pada 10 november 2022)

e) Penyaringan

Dari hasil observasi didapat setelah air dan pasta sari kedelai tercampur dengan sempurna menjadi larutan sari kedelai, kemudian larutan tersebut di saring, sehingga terpisah antara sari kedelai dan ampas sari kedelai. Kemudian peneliti melakukan konfirmasi dengan unit produksi beliau menjelaskan :

“di penyaringan ini intinya memisahkan ampas dan sari kedelai, untuk alatnya menggunakan sarangan tahu kalo beli di took kain pasti langsung paham penjuanya hehehe.. nah kemudian untuk penyaringan dilakukan dua tahapan saringan halus dan kasar. Untuk menyaring ya pada umumnya menyaring biasa setelah disaring baru dicampur dengan gula dan garam.” (wawancara dengan unit produksi pada 10 November 2022)

f) Pencampuran

Berdasarkan observasi peneliti setelah sari kedelai terpisah dengan ampas kemudian dicampurkan dengan gula dan garam, dalam proses ini terlebih dahulu gula dan garam dilarutkan di wadah yang berbeda tujuannya agar larutan gula dan garam mudah tercampur dengan larutan sari kedelai. Setelah semua bahan tercampur kemudian sari kedelai diuji tingkat kekentalan dan tingkat kemanisannya oleh quality control menggunakan alat Refraktometer (*refractometer* adalah sebuah alat yang biasa digunakan untuk mengukur kadar/ konsentrasi bahan atau zat terlarut) tujuannya adalah untuk menjaga kualitas sari kedelai sesuai dengan standart yang telah ditetapkan. Setelah observasi peneliti mengkonfirmasi kepada unit produksi beliau menjelaskan :

“ya benar dalam proses pencampuran ini terlebih dahulu gula dan garam yang sudah ditakar dilarutkan, kemudian setelah sari kedelai terpisah dengan ampas barulah dicampurkan dengan gula dan garam, setelah itu diaduk sampai rata kemudian diambil sample untuk diuji tingkat kekentalan dan kemanisan menggunakan alat pengecek, setelah sesuai dengan takaran barulah direbus, untuk proses pecampuran ini dibutuhkan alat pengaduk, wadah gula garam dan tendon besar” (wawancara unit produksi pada, 10 November 2022)

g) Perebusan

Dari hasil observasi peneliti saat proses perebusan sari kedelai dimasukkan kedalam panci-panci dan ditambahkan daun pandan untuk menambah aroma wangi. Sari kedelai di rebus sampai titik didih maksimal. Setelah mendidih sari kedelai diambil sample(dicicipi) untuk memastikan rasa dan siap untuk dikemas. Kemudian peneliti mengkonfirmasi dengan wawancara unit prduksi beliau menjelaskan :

“sari kedelai dimasukkan kedalam panci kemudian ditambahkan daun pandan dan dipanaskan dan diaduk dengan kompor sampai medidih, kemudian api dikecilkan dan siap dibungkus ” (wawancara unit produksi pada, 10 November 2022)

h) Pengemasan

Berdasarkan hasil observasi proses pengemasan dilakukan ketika sari kedelai sudah mendidih kemudian di takar menggunakan gelas ukur, selanjutnya tenaga produksi mengemas sari kedelai dengan plastik dan karet dalam kondisi panas tujuannya adalah agar sari kedelai tidak mudah basi. Kemudian peneliti mengkonfirmasi dengan unit produksi beliau menjelaskan :

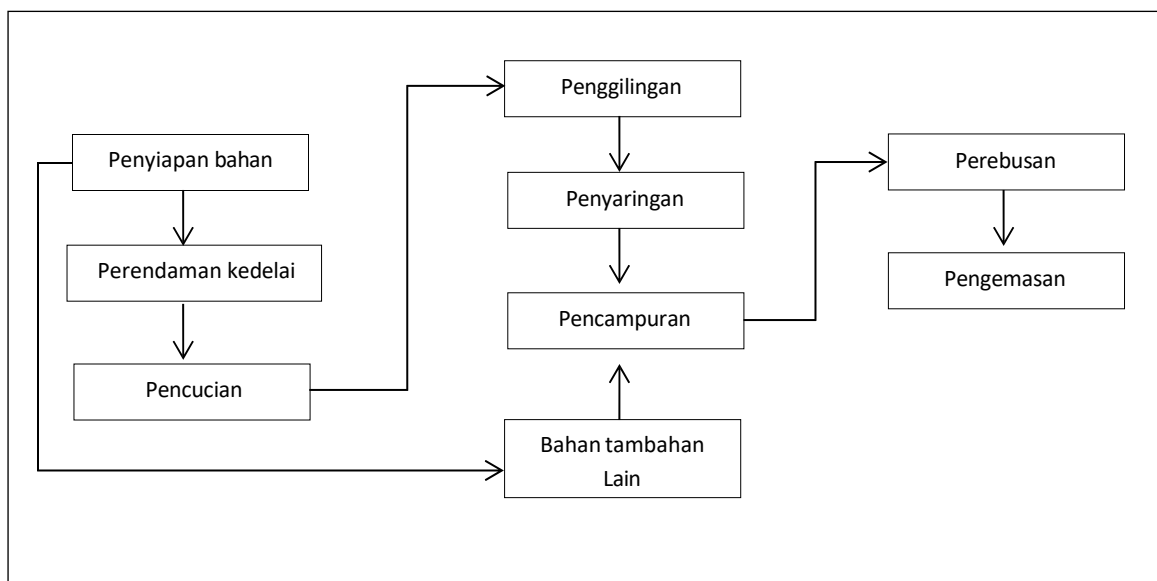


“sari kedelai harus dibungkus dalam keadaan panas karena jika tidak dalam keadaan panas akan cepat basi. Sari kedelai dibungkus oleh tiga orang karyawan setiap karyawan mampu membungkus sebanyak 1000 pcs dalam jam kerja ” (wawancara unit produksi pada, 10 November 2022)

Secara sistematis alur produksi sari kedelai di UMKM Raja Sale dapat dilihat pada gambar berikut :

Gambar 4.2

Alur produksi Sari Kedelai UMKM Raja sale



Sumber : Dokumentasi penelitian, 2022

Sumber daya yang terlibat dalam proses produksi UMKM Raja Sale menjadi pemeran sentral karena proses produksi masih dilakukan dengan manual.

### C. Outbound Logistic

Hasil observasi peneliti mendapati dalam aktivitas pemindahan produk jadi kepada pelanggan merupakan tanggung jawab department pemasaran. UMKM raja sale memiliki 2 saluran distribusi yakni penjualan langsung dan penjualan melalui mitra. Mekanisme pengangkutan produk menggunakan tas obrok. Penjualan langsung dilakukan dengan mendistribusikan produk ke warung-warung, sedangkan mitra penjualan berperan seperti resaller. Khusus untuk mitra harus melakukan order H-1 pembelian agar UMKM Bisa menyesuaikan jumlah yang diproduksi. Kemudian peneliti juga melakukan wawancara dengan unit pemasaran dan juga kepada mitra penjualan adapun transkrip percakapan adalah sebagai berikut :

“untuk mitra penjualan sementara ini kita masih ada 3 orang saja. sebenarnya permintaan untuk menjadi mitra sangat banyak tapi pimpinan perusahaan masih membatasi karena banyak hal yang pertama belum ada merek dagang terus perizinan belum keluar terus waktu produksi khususnya pengemasan masih lama jadi belum mampu untuk menambah jumlah mitra, nanti takutnya kalo semakin banyak mitra mereka jualan sendiri dan mengatas namakan sari kedelai kita sebagai produk mereka. Ya harapannya segera bisa memperbaiki agar penjualan semakin banyak . kalau untuk aktifitas pemindahan barang langsung ya setelah dihitung dimasukkan kedalam tas obrok masing masing mitra dan siap di distribusikan nah kemudian untuk pemindahan barang dari mitra ke toko biasanya menggunakan kantung plastik.”  
(wawancara unit produksi pada, 10 November 2022)

Kemudian peneliti juga menanyakan kepada mitra tentang ketersediaan produk dan penjualan, adapun penjelasan dari mereka adalah sebagai berikut :

“untuk ketersediaan sari kedelai belum bisa langsung banyak jadi kami harus menunggu dan bolak balik untuk memenuhi permintaan toko, kalau untuk permintaan pasar sangat baik karena produk ini sudah di kenal dan diterima masyarakat dan juga produk ini dipercaya masyarakat” (wawancara dengan rahman salah satu mitra UMKM Raja sale pada, 10 November 2022)

#### D. Marketing & Sales

Berdasarkan hasil observasi penelliti strategi pemasaran dan penjualan UMKM Raja Sale melakukan optimalisasi marketing mulut ke mulut dengan pendekatan mensupplay nutrisi untuk posyandu di bebrapa desa tujuannya adalah untuk memberikan citra positif terhadap produk sari kedelai raja sale. Hal tersebut juga dikonfirmasi oleh bapak turkan selaku pimpinan perusahaan beliau menjelaskan :

“untuk pemasaran kita melakukan pendekatan dengan kader posyandu beberapa desa tujuannya agar mereka menggunakan produk kami, dan terbukti dengan posyandu memberikan nutrisi sari kedelai kami, tingkat permintaan di warung/toko sekitar lokasi posyandu meningkat. Dan kepercayaan masyarakat terhadap produk kami tinggi, sayangnya belum ada merek tertulis dalam produk kami jadi para pelanggan hanya yang sudah sering membeli yang memahami produk kami ” (wawancara dengan pimpinan perusahaan pada, 10 November 2022)

Cara yang digunakan UMKM Raja sale dalam promosi cukup tepat dengan kondisi saat ini. Kemudian peneliti bertanya tentang permasalahan dalam penjualan mauapun dalam devisi pemasaran ini, adapaun penjelasan dari devisi pemasaran adalah sebagai berikut :

“kalo permasalahan dilapangan itu mah sudah biasa ya kalo jualan adanya persaingan dan lain lain. Nah ini untuk permasalahan yang sering terjadi adanya miss antara mitra dengan kita kadang pembayaran mitra kurang kadang menunggak nah ini yang jadi problem kita” (wawancara unit pemasaran pada, 10 November 2022)

## E. Service

Berdasarkan wawancara dengan pimpinan UMKM Raja Sale mengenai service yang dilakukan beliau menjelaskan :

“utntuk layanan complain kami selalu terbuka karena akan menjadi masukan yang membangun untuk kami, kemudian jika ada retur barang dari toko kami akan mengganti, tapi jika dari mitra itu tanggung jawab mereka kecuali karena kerusakan produk ” (wawancara pimpinan UMKM Raja Sale pada, 10 November 2022 )

Dalam pelayanan complain dan penanganan barang retur umkm raja sale selalalu memperhatikan hak hak pelanggan Barang retur di berlakukan sesuai kesepakatan awal dengan pembeli. Ada yang diganti ada juga yang tidak.

## 2. Aktifitas Penunjang

### 1) Procurement

Pengadaan barang pada umkm raja sale dilakuakn langsung oleh pemilik UMKM Raja Sale, pembelian biasanya dilakukan ketika bahan sudah habis ataupun peralatan sudah tidak bisa digunakan barulah diadakan pengadaan barang.

### 2) Human Resource Management

Berdasarkan hasil observasi peneliti dalam prosesnya UMKM Raja Sale memiliki karyawan dan mitra. Karyawan mendapat imbalan langsung dari perusahaan atas pekerjaannya. Sementara mitra

mendapat penghasilan dari margin harga dan jumlah penjualan mereka.

Kemudian untuk memberikan motivasi karyawan dan mitra umkm raja sale melakukan pendekatan yang berbeda. Untuk karyawan yang datang tepat waktu mendapat bonus gaji di akhir bulan, sementara untuk mitra cenderung bersifat kondisional. Contoh saat musim penghujan permintaan sari kedelai menurun kemudian perusahaan membuat program jika selama satu bulan mengambil jumlah sesuai biasanya maka akan mendapat bonus.

Selain bonus setiap tahunnya UMKM Raja Sale melakukan Kunjungan wisata bersama keluarga karyawan, hal ini bertujuan menambah kedekatan ikatan antar karyawan sehingga bisa meningkatkan produktifitas. Kemudian peneliti melakukan wawancara dengan pimpinan perusahaan beliau menjelaskan :

“untuk penanganan sumber daya manusia kami memberikan bonus dan kegiatan rihlah tahunan untuk menambah semangat karyawan, biasanya bonus kami berikan kepada karyawan yang datang tepat waktu untuk apresiasi kinerja mereka, kemudian untuk mitra biasanya kami buat program promoisi khusus sebagai bonus bagi mereka, selain itu kami juga memiliki layanan kredit untuk karyawan jika mereka menginginkan barang tertentu”(wawancara pimpinan UMKM Raja Sale pada, 10 November 2010)

### 3) Technonolgy Development

Berdasarkan wawancara dengan pimpinan UMKM Raja Sale tentang pengembangan teknologi beliau menjelaskan

“kami terus berusaha berkembang setiap waktu dengan melakukan pengembangan di bidang alat produksi. Untuk saat ini mesin produksi yang digunakan adalah penggilingan.” (wawancara pimpinan UMKM Raja Sale pada, 10 November 2022)

#### 4.3 Temuan Hasil Penelitian

Adapun dari penelitian yang telah dilakukan, peneliti mendapatkan beberapa temuan yang dapat menggambarkan bisnis proses pada area *core bisnis* dan *support bisnis* yang terlihat dari hasil wawancara dan observasi dimana bisnis proses dalam pendekatan value chain model yang terjadi pada UMKM Raja Sale Kabupaten Blitar.

Merujuk pada hasil penyajian data yang peneliti sajikan pada bab sebelumnya. Saat ini secara mendetail dan sistematis dapat peneliti sampaikan temuan-temuan apa saja yang di peroleh dari hasil penyajian data tersebut, berdasarkan fokus penelitian. Adapun temuan tersebut adalah sebagai berikut :

1. Bisnis proses pada area *core bisnis* dalam perspektif *value chain model*
  - 1) Inbound logistic

Dalam aktifitas inbound logistic nya UMKM raja sale menggunakan lima material langsung dan dua material tidak langsung, dalam proses penelitian ditemukan beberapa hal yakni :

- a) Air

Dalam proses produksi ditemukan bahwasannya air yang digunakan untuk proses produksi belum menggunakan standart penyaringan air bersih layak minum. Perihal

tersebut berdasarkan wawancara dengan pemilik sekaligus pimpinan UMKM Raja Sale.

b) Kedelai

Dalam proses pemilihan kedelai UMKM Raja sale sudah memiliki standart mutu dalam menentukan kedelai yang digunakan untuk produksi. Hal tertsebut berdasarkan dengan wawancara dengan unit produksi UMKM Raja Sale.

Kemudian untuk ketersediaan bahan baku sudah mendatangkan dari beberapa pemasok hal ini baik untuk menjaga kestabilan harga.

Kemudian penanganan bahan baku khususnya kedelai terdapat penanganan bahan baku yakni penerimaan, penyusunan, dan pengeluaran dengan pendekatan metode FIFO hal ini sudah tepat untuk menjaga kualitas bahan baku.

c) Gula dan Garam

Untuk material gula dan garam ditemukan bahwasannya umkm raja sale menggunakan satu jenis merek. Hal ini baik guna menjaga kesetabilan harga.

d) Plastik dan Karet

UMKM Raja sale menggunakan standarisasi untuk bahan karet dan juga plastic tujuannya untuk menjaga kualitas pengemasan.

## 2) Operation

Dalam operasional produksi di temukan bahwasannya belum ada Standart Operasional Prosedur (SOP) yang tertulis, aktivitas produksi yang dilakukan karyawan hanya sebatas kebiasaan rutin saja.

Kemudian dalam rangkaian produksi sudah memiliki urutan yang runtut dan juga dijalankan sesuai standard produksi perusahaan

## 3) Outbound logistic

Pada tahap ini di temukan permasalahan yakni mitra menunggu lama untuk ketersediaan sari kedelai hal ini berdampak kurang maksimalnya jumlah penjualan mereka. Permasalahan yang menyebabkan adalah pengemasan yang terlalu lama. Perlu adanya pembaharuan dalam pengemasan untuk bisa memenuhi permintaan pasar.

## 4) Sales & Marketing

Dari hasil penelitian didapati bahwasannya UMKM Raja Sale menggunakan pendekatan yang tepat untuk strategi pemasaran saat ini yakni dengan meloby kader posyandu di desa sekitar , karena efektif dan efisien.

Kemudian didapati juga bahwasanya sering terjadi miss pembayaran dengan mitra hal ini terjadi karena belum ada pencatatan dan peraturan yang jelas dari UMKM Raja sale.



### 5) Service

Dalam aktivitas purna jual umkm raja sale sudah memiliki pendekatan yang pas sesuai dengan kebutuhan mereka.

## 2. Bisnis proses pada area *support bisnis* dalam perspektif *value chain model*

Pada area support bisnis UMKM Raja Sale belum memiliki lingkungan yang kondusif sebagai suatu bisnis karena pada tingkat manajerial hampir semua di tanggung oleh pemilik perusahaan jadi untuk melakukan upgrade masih lamban.

#### 4.4 Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian diatas maka dapat dilanjutkan dengan kajian berdasarkan teori yang ada. Adapun pembahasannya adalah sebagai berikut :

1. Bisnis proses pada area *core bisnis* dalam perspektif *value chain model*.

- 1) *Inbound Logistic*

Temuan penelitian dalam *inbound logistic*, UMKM Raja Sale melakukan penanganan bahan baku dengan baik untuk bahan baku jenis kedelai, gula, plastic, dan karet. UMKM Raja sale menerapkan manajemen pergudagangan dengan menerapkan metode FIFO. Dalam temuan ini sesuai dengan teori Noerfajr & Suliantoro (2016), FIFO merupakan metode yang digunakan untuk pengambilan produk yang pertama masuk di gudang akan dikeluarkan pertama juga dari gudang. Hal tersebut dapat dipahami bahwa urutan barang masuk dan keluar akan sesuai. Penerapan metode FIFO ini sesuai dengan kondisi UMKM Raja Sale yang memiliki produk yaitu sari kedelai yang merupakan produk minuman. Oleh karena itu, bahan baku produk tidak boleh sampai kadaluarsa atau kualitasnya buruk. Hal tersebut selaras dengan teori bowersox (2010) yang menyatakan bahwasannya aktivitas pada bagian ini bertujuan untuk memastikan produksi memiliki input yang dibutuhkan pada waktu dan tempat yang tepat. Bertanggung

jawab untuk fleksibilitas pasokan bahan baku dan persediaan bahan baku. Akibatnya kinerja produksi sangat dipengaruhi oleh fungsi inbound logistik.

Perihal tersebut dalam inbound logistic ditemukan bahwasanya Air baku yang merupakan salah satu material utama dalam bisnis ini belum ditangani sesuai standart air layak minum, satandarisasi yang dilakukan UMKM Raja sale sebatas menyaring air dengan penyaring kain. Hal ini memang sudah menjadikan air terbebas dari kotoran dan terlihat bersih tetapi belum bisa memastikan bahwasannya air tersebut terbebas dari kandungan yang kurang baik untuk tubuh manusia.

Berdasarkan Permenkes RI No. 492/Menkes/Per/IV/2010 tentang persyaratan kualitas air minum. Air minum aman bagi kesehatan apabila memenuhi persyaratan fisika, mikrobiologis, kimiawi, dan radioaktif yang dimuat dalam parameter wajib dan parameter tambahan.

Tabel 4.2  
Parameter Wajib Kualitas Air Minum

No	Parameter	satuan	Kadar Maksimum yang diperbolehkan
1.	pH	-	6,5 – 8,5
2.	TDS	Mg/l	500
3.	Kekeruhan	NTU	5
4.	Salinitas	mg/l	0
5.	Besi	mg/l	0,3
6.	Mangan	mg/l	0,5

Sumber : Permenkes RI No. 492/Menkes/Per/IV/2010

Secara umum syarat-syarat kualitas air minum, terdiri dari:

- a) Syarat fisika : air bebas dari pencemaran dalam arti kekeruhan, warna, rasa, dan bau.
- b) Syarat kimia : air minum tidak boleh mengandung zat kimia yang beracun sehingga dapat mengganggu kesehatan, estetika, dan gangguan ekonomi.
- c) Syarat bakteriologi : air yang dipengaruhi sebagai air bebas dari kuman penyakit, dimana termasuk bakteri, protozoa, virus, cacing, dan jamur.
- d) Syarat radioaktif : air minum yang bebas dari sinar alfa dan beta yang dapat merugikan kesehatan.

Untuk mendapatkan mutu air yang diinginkan air harus diolah terlebih dahulu. Sistem pengolahan air yang digunakan

tergantung kualitas air yang tersedia. Elfiana (2016) memaparkan beberapa metode yang dapat menjadi referensi pengolahan air tanah menjadi air bersih adalah sebagai berikut:

- a) Air tanah dengan kandungan Besi dan Mangannya tinggi dapat dilakukan pengolahan air dengan menggunakan media manganese.
- b) Air tanah yang kapurnya tinggi dapat dihilangkan dengan menggunakan pertukaran ion kation atau resin kation.
- c) Air tanah yang berbau, berwarna dan berasa dapat dihilangkan atau dikurangi menggunakan media karbon aktif.

Pemilihan jenis media filter tergantung dari kondisi air yang akan digunakan. Ada beberapa jenis media filter yang dapat digunakan dalam pengolahan permasalahan air tanah, yaitu:

- a) Pasir silika, berfungsi untuk menyaring kotoran yang besar dari 50 mikron.
- b) Karbon aktif, berfungsi untuk menyerap bau, warna logam berat, amoniak dan rasa air.
- c) *Mangananese Greensand*, berfungsi untuk menghialangkan mangan dan besi dalam air.

- d) Resin Anion, berfungsi untuk menghilangkan kadar anion dalam air.
- e) Resin Kation, berfungsi untuk menghilangkan kadar kation dalam air.
- f) *Anthractive*, berfungsi untuk mengurangi kadar kekeruhan dalam air.

Untuk mengetahui tingkat kebutuhan air UMKM Raja sale harus melakukan Uji Lab terhadap air agar mengetahui kebutuhan filtrasi sehingga kualitas air sesuai dengan Permenkes RI No. 492/Menkes/Per/IV/2010.

Berdasarkan kajian diatas inbound logistic UMKM Raja sale menerapkan manajemen pergudangan dengan baik sehingga dapat menjaga kualitas bahan baku. Kemudian untuk standarisasi air baku untuk produksi perlu dilakukan perbaikan. Dengan begitu kualitas produksi meningkat sehingga bisa meningkatkan tingkat kepercayaan terhadap sari kedelai UMKM Raja sale.

## 2) Operation

Temuan penelitian dalam operasional produksi di UMKM Raja Sale adalah belum adanya Standart Operasional Prosedur (SOP). Perihal tersebut mengakibatkan pemilik perusahaan kesulitan mengontrol secara spesifik proses bisnis yang

berjalan. Selain itu karyawan baru atau karyawan yang belum terbiasa dengan cara produksi yang umum diterapkan dalam perusahaan mengalami kesulitan dalam bekerja, hal ini menjadi kendala bagi karyawan baru.

Standart Operasional Prosedur (SOP) adalah seperangkat instruksi tertulis yang digunakan untuk kegiatan rutin atau aktivitas yang berulang kali dilakukan (Hartatik, 2014). Fungsi SOP menjadi referensi dan dapat memperlancar arus bisnis antara karyawan, unit kerja, dan pihak yang terkait dalam suatu usaha sebagai dasar hukum apabila terjadi penyimpangan. Pada UMKM Raja sale perlu adanya *Standard Operating Procedure* guna memperkecil kemungkinan terjadi kesalahan, mempermudah alur kerja, mempermudah pimpinan perusahaan untuk mengontrol, dan dapat meningkatkan tingkat kepercayaan pelanggan terhadap produk UMKM Raja Sale.

### 3) Outbound Logistic

Temuan tentang aktivitas *outbond logistic*, UMKM Raja Sale melakukan penjualan langsung dan menggunakan pihak ke tiga untuk melakukan penjualan, dimana pihak ke tiga tersebut disebut dengan mitra penjualan. Hal ini selaras dengan apa yang dikemukakan Michael Porter (2016), Aktivitas yang berhubungan dengan pengumpulan, penyimpanan, dan

pendistribusian fisik produk kepada pembeli. Proses distribusi outbound dikembangkan berdasarkan permintaan konsumen dengan menyediakan barang tepat waktu. Dalam perusahaan manufaktur yang berfokus dalam proses produksi guna

menciptakan efektifitas aktivitas distribusi dapat menggunakan pihak ketiga atau swasta. Kemudian dalam aktivitasnya didapati permasalahan yakni mitraa terlalu lama menunggu produk sehingga penjualan urang maksiumal. Berdasarkan riset yang dilakukan peneliti pokok permasalahan adalah pada aktivitas produksi khususnya pengemasan.

Jadi berdasarkan kajian diatas, Cara yang dilakukan UMKM Raja Sale untuk aktivitas *outbound logistic* sudah tepat, efektif dan efisisen sesuai dengan teori Michel porter. Kemudian untuk permasalahan tentang ketersediaan produk Alternatif solusi yang bisa dilakukan UMKM Raja Sale Untuk menyelessaikan permasalahan tersebut bisa menambah karyawan bagian pengemasan ataupun melakukan *upgrade* dengan melakukan investasi alat pengemasan otomatis dengan begitu jumlah produk yang dihasilkan semakin meningkat baik dari segi jumlah maupun waktu penyediaannya.



#### 4) Sales & Marketing

Temuan penelitian tentang strategi pemasaran umkm raja sale menggunakan strategy pemasaran dengan mensuplai posyandu di beberapa desa. Dari aktivitas tersebut para ibu-ibu khususnya akan merasa lebih yakin dengan produk ukmk raja sale dan nantinya akan menyampaikan juga kepada ibu-ibu yang lain. Hal tersebut merupakan pendekatan strategi *word of mouth* atau pemasaran mulut ke mulut. Menurut Kotler & Keller (2007), saluran komunikasi personal yang berupa perkataan atau ucapan dari mulut ke mulut (*word of mouth*) dapat menjadi metode promosi yang efektif karena pada umumnya disampaikan dari konsumen oleh konsumen dan untuk konsumen, sehingga konsumen atau pelanggan yang puas dapat menjadi media iklan bagi perusahaan. Selain itu, saluran komunikasi personal *word of mouth* tidak membutuhkan biaya yang besar karena dengan melalui pelanggan yang puas, rujukan atau referensi terhadap produk perusahaan akan lebih mudah tersebar ke konsumen-konsumen lainnya.

Jadi berdasarkan kajian tersebut UMKM Raja sale sudah melakukan strategi pemasaran yang murah dan efektif untuk kondisi saat ini.

### 5) Service

Temuan penelitian tentang aktivitas service pada umkm raja sale menerapkan retur produk yang rusak ataupun sudah tidak layak jual. Hal tersebut selaras dengan teori Michel porter (2006) yang mengemukakan aktivitas utama services meliputi segala kegiatan yang memberikan pelayanan untuk mempertahankan atau meningkatkan nilai produk. Dengan dilakukannya retur produk rusak dan tidak layak jual maka kualitas barang di pasar terjaga.

## 2. Bisnis proses pada area *support bisnis* dalam perspektif *value chain model*.

Temuan penelitian UMKM Raja Sale belum menerapkan 4 komponen dari support bisnis activity. Aktivitas yang dilakukan UMKM Raja sale meliputi *firm infrastructure* dan *human resource manajemen*. Menurut Hill & Jones (1998) *firm infrastruktur* terdiri atas sejumlah aktivitas yang meliputi manajemen umum, perencanaan, keuangan, akuntansi, hukum, hubungan dengan pemerintah, dan manajemen mutu. aktivitas yang sudah terjadi pada UMKM Raja Sale adalah manajemen umum, manajemen mutu sederhana dan keuangan.

Kemudian dalam Human Resource manajemen UMKM Raja sale sudah menerapkan sistem bonus agar kepuasan pegawai

meningkat yang berujung pada peningkatan produktivitas. Porter (2006) mengemukakan aktivitas human resource manajemen terdiri atas beberapa aktivitas yang meliputi perekrutan, penerimaan, pelatihan, pengembangan, dan kompensasi untuk semua jenis tenaga kerja. Human Resource Management mendukung aktivitas nilai primer dan pendukung secara individual maupun keseluruhan rantai nilai. Human Resource Management mempengaruhi keunggulan bersaing pada setiap perusahaan, melalui perannya dalam menentukan ketrampilan dan motivasi karyawan.

Jadi berdasarkan kajian diatas aktivitas support bisnis pada umkm raja sale sudah memenuhi standard untuk aktivitas human resource manajemen yang menerapkan sistem bonus dengan begitu kepuasan pegawai meningkat yang berujung pada peningkatan produktivitas.

## BAB V

### KESIMPULAN & SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari pembahasan dapat disimpulkan bisnis proses pada area *core business* dan *Support business* UMKM Raja Sale adalah sebagai berikut :

##### A. Bisnis proses pada area *core business* UMKM Raja Sale

###### 1. Inbound logistic

Pada aktivitas *inbound logistic* UMKM Raja Sale menerapkan manajemen pergudangan dengan menggunakan metode FIFO. Perlakuan bahan baku ini sudah baik perlu dipertahankan dan dikembangkan seiring pertumbuhan UMKM dimasa yang akan datang. Kemudian untuk air baku perlu ada penanganan lebih lanjut agar bisa memenuhi standart Permenkes RI No. 492/Menkes/Per/IV/2010. Agar kualitas produk terjamin dan meningkatkan tingkat kepercayaan konsumen.

###### 2. Operation

Dalam operasional produksi di UMKM Raja Sale belum memiliki *Standard Operating Procedure* (SOP) aktivitas yang dilakukan saat ini masih berdasarkan kebiasaan. Hal ini mengakibatkan pemilik perusahaan kesulitan mengontrol secara spesifik proses bisnis yang berjalan. Hal ini perlu segera di

perbaiki dengan menyusun SOP untuk setiap tahapan dengan begitu kualitas mutu hasil produksi lebih terjamin.

### 3. Outbond logistic

Dalam aktivitas outbond logistic, UMKM Raja Sale melakukan penjualan langsung dan menggunakan pihak ke tiga untuk melakukan penjualan, dimana pihak ke tiga tersebut disebut dengan mitra penjualan. . Kemudian dalam aktivitasnya didapati mitraa terlalu lama menunggu produk sehingga penjualan kurang maksimal. aktivitas outbound logistic sudah tepat, efektif dan efisien sesuai dengan teori Michel porter jadi hal tersebut perlu dipertahankan. Kemudian umkm raja sale perlu melakukan upgrade untuk bagian pengemasan dengan begitu produk jadi akan semakin cepat tersedia dan juga bisa memproduksi lebih banyak.

### 4. Sales & Marketing

Strategi pemasaran yang digunakan adalah word of mouth dengan mensuplai nutrisi untuk posyandu di beberapa desa. Strategi yang dilakukan ini tepat dengan kondisi perusahaan yang sekarang sehingga perlu dipertahankan dan diperluas.

### 5. Service

Aktivitas service yang dilakukan adalah menukar barang rusak, hal ini sangat baik dan perlu terus dilakukan untuk menjaga kualitas produk di pasar.

## B. Bisnis proses pada area *support business* UMKM Raja Sale

Aktivitas support bisnis pada umkm raja sale pada *Human Resource manajemen* UMKM Raja sale sudah menerapkan sistem bonus agar kepuasan pegawai meningkat yang berujung pada peningkatan produktivitas. Jadi berdasarkan kajian diatas aktivitas support bisnis pada umkm raja sale sudah memenuhi standard untuk aktivitas human resource manajemen yang menerapkan sistem bonus dengan begitu kepuasan pegawai meningkat yang berujung pada peningkatan produktivitas.

### 5.2 Saran

1. Saran peneliti untuk UMKM Raja Sale adalah, segera menyusun Standart Operational Procedure (SOP) dengan begitu seluruh aktivitas bisa terukur. Kemudian hal selanjutnya yang perlu dibenahi adalah memasang system filtrasi dan aerasi pada air baku sehingga dapat meningkatkan kualitas produksi, kemudian hal selanjutnya adalah menambah jumlah karyawan untuk bagian pengemasan atau melakukan investasi alat pengemasan otomatis dengan begitu kapasitas produksi meningkat dan dapat memenuhi permintaan pasar.
2. Kemudian saran peneliti untuk penelitian selanjutnya adalah melakukan penelitian dengan banyak objek dengan begitu terdapat pembandingan sehingga bisa mendapatkan hasil yang paling efektif.

## DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an dan terjemahan. Kementrian Agama Republik Indonesia.
- Agus Widarjono. 2005. *Ekonometrika Teori dan Aplikasi Untuk Ekonomi dan Bisnis*. Ekonisia Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia: Yogyakarta.
- Angipora Marius P., 2002, *Dasar-Dasar Pemasaran*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Prakrik*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Basu Swastha, Dharmesta dan Irawan, 2014, *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty, Yogyakarta
- Bowersox, D. (2010). *Supply Chain Logistics Management*. Michigan: McGraw-Hill International Edition.
- Christopher, Martin. 2005. "*logistic and supply chain management*". new york: prentice hall
- Daniel, Moehar .2002. *Metode Penelitian Sosial Ekonomi*. Jakarta : Bumi Aksara
- David, Freed R. 2012. *Manajemen strategis*. Jakarta; Salemba Empat
- Herdiyansyah, H. (2010). *Metode Penelitian untuk Ilmu-ilmu Sosial*. Jakarta : Salemba Humanika.
- Iwan Satibi. 2011. *Teknik Penulisan Skripsi, Tesis & Disertasi*. Bandung : Ceplas.
- M. Weske, *Business Process Management Concept, Languages, Architectures*, Berlin: Springer, 2007.
- Moeliono, M Anton. 1993. *Tata bahasa Baku Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Moleong, J. (2008). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Moleong, L. J. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung : Remaja Rosdakarya..

- Osterwelder, A dan Pigneur, Y.(2010). *Business model generation : A Handbook for Visionaries, Game Changers and Challengers*. New jersey : John Wiley & Sons, inc.
- Pearce II, John A. dan Robinson Richard B.Jr. 2008. *Manajemen Strategis 10*. Salemba Empat : Jakarta
- Porter, Michael, E. (1994). *Keunggulan Bersaing (Binapura Aksara, Penerjemah)*. Jakarta, Binapura Aksara
- Purhantara, Wahyu, *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Bisnis*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010
- Rangkuti, F. 1997. *Analisis SWOT. Teknik Membedah Kasus Bisnis. Berorientasi Konsep Perencanaan strategis Untuk Menghadapi Abad-21*. Jakarta (id) : Gramedia
- Siegel, Jon. 2008. *In OMG's OCEB Certification Program, What is the Definition of Business Process?*. Object Management Group
- Sparx Systems. 2004. *UML Tutorial: The Business Process Model*. Cresswick, Victoria: Sparx Systems Pty Ltd
- Sugiyono, (2010). *Metodelogi Penelitian Administrasi*. Jakarta : CV. Alfabeta.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Umar. (2001). *Strategic Management in Action*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama
- Wisdaningrum, Oktavima, 2012. *Analisis Rantai Nilai dalam lingkungan internal perusahaan*. Jurnal Analisa. April 2012.