



Analisis Rantai Nilai (*Value Chain*) Sebagai Upaya Untuk Meningkatkan Keunggulan Kompetitif (Studi Kasus Pada UMKM Kripik Tempe Pecah 1000 di Desa Kaliboto Lor, Lumajang)

Lailatul Rosaida*, Bayu Wijyantini², Maheni Ika Sari³

Universitas Muhammadiyah Jember

Abstrak: Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis strategi apa yang diambil melalui analisis rantai nilai (*value chain*) dalam upaya meningkatkan keunggulan kompetitif pada UMKM kripik tempe pecah 1000 di Desa Kaliboto Lor, Lumajang. Penelitian yang dilakukan pada karya ilmiah ini adalah penelitian kualitatif deskriptif. Dengan menggunakan metode wawancara, observasi, dokumentasi, studi pustaka. Teknik pengambilan sampel snowball sampling, yang dimana melibatkan pemilik UMKM. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif yang mencakup hasil wawancara, dan analisis data. Hasil penelitian strategi peningkatan keunggulan kompetitif UMKM Kripik Tempe Pecah 1000 melalui rantai nilai berfokus pada penguatan aktivitas utama dan pendukung melalui diferensiasi produk, efisiensi operasional, dan kemitraan. Analisis nilai tambah operasional produksi menunjukkan nilai tambah sebesar 5.812,22, hal tersebut dikarenakan hasil nilai tambah yang tertinggi diperoleh dari aktivitas penjualan dan pemasaran, sehingga UMKM disarankan menyesuaikan harga dan berat produk untuk meningkatkan nilai tambah bagi konsumen.

Kata Kunci: Analisis Rantai Nilai, Keunggulan Kompetitif.

DOI:

<https://doi.org/10.53697/emak.v6i3.2693>

*Correspondence: Lailatul Rosida

Email: lailatulrosaida10@gmail.com

Received: 15-05-2025

Accepted: 22-06-2025

Published: 07-07-2025



Copyright: © 2025 by the authors. Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Abstract: The purpose of this study is to analyze what strategies are taken through value chain analysis in an effort to increase competitive advantage in MSMEs of Pecah 1000 tempeh chips in Kaliboto Lor Village, Lumajang. The research conducted in this scientific work is descriptive qualitative research. Using interview methods, observation, documentation, literature studies. The snowball sampling technique, which involves MSME owners. The data analysis used is descriptive analysis which includes interview results, and data analysis. The results of the research on strategies to increase the competitive advantage MSMEs of the Pecah 1000 Tempeh Chips through the value chain focus on strengthening primary and supporting activities through product differentiation, operational efficiency, and partnerships. Analysis of the added value of production operations shows an added value of 5,812.22. This is because the highest added value results are obtained from sales and marketing activities, so MSMEs are advised to adjust product prices and weights to increase added value for consumers.

Keywords: Value Chain Analysis, Competitive Advantage.

Pendahuluan

Kabupaten Lumajang, terletak di selatan Jawa Timur, terdiri dari 21 kecamatan dan memiliki potensi besar di sektor pertanian dan perkebunan, dengan luas lahan 180.864,86 Ha dan sawah 36.372 Ha. Sektor pertanian menjadi pendorong utama ekonomi daerah, berperan dalam penyediaan bahan baku, peningkatan pendapatan per kapita, serta penyerapan tenaga kerja. UMKM di Lumajang, khususnya di tahun 2025, berkembang pesat dan berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi lokal, terutama dalam penyediaan lapangan kerja (Muchendar *et al.*, 2020). Di Desa Kaliboto Lor, Kecamatan Jatiroto, UMKM seperti kripik tempe memanfaatkan potensi lokal (kedelai) untuk menghasilkan produk yang mencerminkan kekayaan budaya dan bernilai gizi tinggi. Penerapan konsistensi dalam menjalankan usaha industri UMKM makanan menjadi salah satu kunci terpenting dalam hal meningkatkan daya saing dan mempertahankan produk tersebut pada sektor pasar yang terus berjalan. Namun, UMKM ini menghadapi tantangan seperti persaingan produk sejenis, distribusi terbatas, dan pemasaran yang belum maksimal. Inovasi dalam rasa, kemasan, dan branding diperlukan untuk meningkatkan daya saing (Pratama *et al.*, 2024). Pemanfaatan platform digital seperti media sosial dan WhatsApp membantu memperluas jangkauan pasar, yang dimana bisa menjadi peluang utama dari UMKM kripik tempe ini, terletak pada tingginya permintaan konsumen terhadap produk makanan ringan yang sehat, terjangkau, dan lezat. Dengan semakin meningkatnya kesadaran akan pentingnya pola makan sehat, kripik tempe bisa menjadi alternatif makanan ringan yang lebih bergizi dibandingkan produk olahan lainnya

Value chain atau rantai nilai penting diterapkan, dimulai dari bahan baku hingga distribusi dan pemasaran, untuk menciptakan keunggulan kompetitif. Menurut Porter dalam (Lihawa *et al.*, 2021), rantai nilai sebagai alat untuk mengidentifikasi cara-cara menghasilkan nilai tambah bagi konsumen, yang mana ada model ini ditampilkan keseluruhan nilai yang terdiri dari aktivitas-aktivitas nilai dan keuntungan (*margin*), aktivitas nilai dibagi menjadi lima aktivitas utama (*primary activities*) dan empat aktivitas pendukung (*support activities*). Teori rantai nilai (*value chain*) dalam (Suseno *et al.*, 2020), berfokus pada sistem, dan bagaimana input diubah menjadi output yang dibeli oleh konsumen sendiri merupakan suatu rantai kegiatan-kegiatan yang hal tersebut menciptakan proses mulai diperolehnya sumber daya bahan baku, proses pengolahan, hingga distribusi, sampai pada tahap pemasaran. Menurut Porter (2008) dalam (Hendri, 2021), *value chain* adalah konsep penting yang disoroti dalam era teknologi informasi agar mampu bersaing. Strategi pemasaran yang krusial untuk mencapai tujuan jangka panjang dan perlu dilakukan berkelanjutan dengan mempertimbangkan persaingan (Bayu Dwi Cahyo, Maheni Ika Sari, 2023). Strategi pemasaran dan peningkatan kualitas layanan serta inovasi menjadi faktor utama dalam bertahan di pasar yang kompetitif.

Keunggulan kompetitif menurut Porter dalam (WIJIHARJONO, 2021), bawasannya munculnya keunggulan kompetitif pada penelitian sebelumnya didasari dari lingkungan sekitar dimana usaha tersebut didirikan. Menurut (Wijaya, 2019), keunggulan kompetitif perusahaan adalah bagian dari kinerja yang membutuhkan pengelolaan dinamis dan efektif secara berkelanjutan, melibatkan seluruh proses bisnis UMKM sebagai satu kesatuan rantai

nilai yang utuh. Teori produksi menurut David Ricardo dalam (Kusumawati & Santosa, 2013), yaitu terkait teori produksi yang dimana input dapat menghasilkan output yang optimal. Teori biaya Daljono (2011) dalam (Achmad Arifin, Moh. Halim, 2020), biaya adalah pengorbanan sumber daya ekonomi yang diukur dalam satuan moneter, yang dikeluarkan untuk memperoleh barang atau jasa dengan harapan mendapatkan manfaat atau keuntungan, baik di masa sekarang maupun masa depan. Bawasannya biaya dalam hal ini saling erat kaitannya dengan terjadinya proses pemasaran pada produk. Biaya produksi ini terdiri dari biaya overhead pabrik dan biaya-biaya lainnya yang berkaitan dengan proses produksi (Zakia Harun *et al.*, 2023). Terlihat pada biaya pokok produksi mulai dari outbound logistick dan firm infrastruktur pada UMKM. Berikut terkait data penjualan UMKM Kripik Tempe Pecah 1000.

Tabel 1. Data Penjualan UMKM Kripik Tempe Pecah 1000

No	TAHUN BULAN	2020		2021		2022		2023		2024	
		Realisasi	Target	Realisasi	Target	Realisasi	Target	Realisasi	Target	Realisasi	Target
1	Januari	Rp 7.500.000	Rp 7.500.000	Rp 8.880.000	Rp 10.500.000	Rp 11.040.000	Rp 12.000.000	Rp 15.000.000	Rp 15.000.000	Rp 17.700.000	Rp16.500.000
2	Februari	Rp 7.000.000		Rp 9.890.000		Rp 11.550.000		Rp 14.940.000			
3	Maret	Rp 7.230.000		Rp 10.020.000		Rp 11.920.000		Rp 15.900.000			
4	April	Rp 7.650.000		Rp 10.590.000		Rp 12.600.000		Rp 16.900.000			
5	Mei	Rp 7.900.000		Rp 10.650.000		Rp 12.650.000		Rp 15.900.000			
6	Juni	Rp 7.770.000		Rp 10.560.000		Rp 12.570.000		Rp 15.940.000			
7	Juli	Rp 7.800.000		Rp 10.590.000		Rp 12.630.000		Rp 16.050.000			
8	Agustus	Rp 7.920.000		Rp 10.630.000		Rp 12.780.000		Rp 16.570.000			
9	September	Rp 7.700.000		Rp 10.560.000		Rp 12.600.000		Rp 16.020.000			
10	Oktober	Rp 7.650.000		Rp 10.500.000		Rp 12.630.000		Rp 15.990.000			
11	November	Rp 7.670.000		Rp 10.560.000		Rp 12.510.000		Rp 16.020.000			
12	Desember	Rp 8.400.000		Rp 10.920.000		Rp 12.930.000		Rp 17.400.000			
TOTAL		Rp92.190.000		Rp124.350.000		Rp148.410.000		Rp192.630.000		Rp205.950.000	

Sumber: Data UMKM Kripik Tempe Pecah 1000 (2025)

Berdasarkan tabel 1, dapat diketahui bahwa hasil penjualan pada UMKM Kripik Tempe Pecah 1000 di tahun 2020 dengan target Rp 7.500.000 per bulan mendapatkan per tahunnya di Rp 92.190.000 dengan adanya penurunan di beberapa bulan tertentu yang disebabkan adanya penyesuaian lingkup penjualan karena adanya wabah corona-19. Pada tahun 2021 dengan target Rp 10.500.000 hasil total tahunannya Rp 124.350.000 lebih meningkat dari tahun sebelumnya. Tahun berikutnya yakni 2022 Kripik Tempe Pecah 1000 memperoleh hasil Rp 148.410.000 yang hal itu semakin membaik. Pada tahun 2023 dengan target per bulannya Rp 15.000.000 memperoleh penjualan per tahunnya Rp 192.630.000 dimana UMKM terus meningkatkan proses produksi dan disertai lebih memperluas target pasar. Tahun 2024 yang semakin membaiknya penjualan dengan memperoleh Rp 205.950.000. Terjadinya proses penjualan tersebut yang dimana pada beberapa bulan tertentu mengalami kenaikan dan penurunan hal itu karena adanya faktor pemesanan dari konsumen yang berbeda-beda. Diharapkan dari adanya permasalahan penurunan dan peningkatan maka penelitian ini aka berfokus terkait strategi apa yang sesuai guna untuk meningkatkan keunggulan kompetitif pada produk, agar produk tersebut dapat menghasilkan keuntungan yang lebih baik di setiap tahunnya dengan terus

memaksimalkan proses produksi dan jejaring pemasarannya. Guna untuk mengembangkan penjualan secara maksimal.

Pemilihan objek penelitian pada UMKM Kripik Tempe Pecah 1000 didasarkan pada perkembangan signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Meskipun masih berskala mikro dan kecil, produk ini memiliki keunikan berupa bentuk simpel, dua varian rasa (original, ikan salmon, dan jamur), serta pilihan harga mulai dari Rp1.000–Rp10.000. Ciri khas tersebut membedakannya dari kripik tempe pada umumnya yang berbalur tepung. UMKM ini juga menjadi pelopor kripik tempe di Desa Kaliboto Lor dan berkontribusi dalam pemberdayaan ekonomi lokal. Dengan analisis rantai nilai, penelitian ini dapat memberikan rekomendasi spesifik dan aplikatif untuk mendukung kebijakan pemberdayaan ekonomi lokal. Terdapat potensi pengembangan dalam aspek efisiensi dan daya saing, terutama melalui peningkatan kualitas, pemasaran, dan distribusi. Tantangan seperti efisiensi produksi dan keterbatasan distribusi membuka peluang untuk perbaikan melalui strategi rantai nilai yang tepat.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut maka memberikan referensi bagi peneliti untuk menentukan rumusan masalah terkait strategi apa yang diambil melalui analisis rantai nilai (*value chain*) dalam upaya meningkatkan keunggulan kompetitif pada UMKM kripik tempe pecah 1000. Atas dasar rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis strategi apa yang diambil melalui analisis rantai nilai (*value chain*) dalam upaya meningkatkan keunggulan kompetitif pada UMKM kripik tempe pecah 1000.

Metode Penelitian

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Menurut (Mulyana, 2008) dalam (Mouwn Erland, 2020), Penelitian kualitatif adalah pendekatan ilmiah yang bertujuan mengungkap fenomena dengan mendeskripsikan data dan fakta secara komprehensif menggunakan kata-kata, berfokus pada subjek penelitian. Menurut Sugiyono (2011) dalam (Veronisa *et al.*, 2022), Metode penelitian kualitatif berakar pada filsafat positivisme, diterapkan untuk mengkaji objek dalam kondisi alami, berbeda dengan eksperimen. Dalam penelitian ini, peneliti menjadi instrumen kunci untuk mengumpulkan data. Sampel sumber data diambil melalui teknik purposive dan snowball sampling. Analisis data akan bersifat induktif atau kualitatif, berfokus pada makna yang mendalam, bukan generalisasi. Peneliti bertujuan untuk memahami alur produksi hingga pemasaran pada UMKM Kripik Tempe Pecah 1000 di Desa Kaliboto Lor, Lumajang, dengan menggunakan analisis rantai nilai (*value chain*) untuk meningkatkan keunggulan kompetitif UMKM tersebut. Wawancara mendalam dilakukan dengan pemilik UMKM dan pihak-pihak terkait lainnya untuk mendapatkan informasi akurat. Terkait informan penelitian adalah subjek penelitian yang dapat memberikan informasi yang diperlukan dalam penelitian (Kiki Sapmala Marbun, Hasian Romadon Tanjung, S.Pd., M.Pd., Anni Rahima, S.Pd., 2021). Informan kunci dan informan utama menjadi subjek penelitian, di mana informan adalah individu yang memberikan informasi penting yang dibutuhkan. Teknik snowball sampling melibatkan pemilik UMKM dalam proses pengambilan sampel.

Penelitian ini tertuju pada pemilik Kripik Tempe Pecah 1000 Bapak Akhmad Suyitno sebagai informan kunci dan beberapa pihak yang terlibat dalam kegiatan utama (*Key Activities*) Kripik Tempe Pecah 1000, yakni karyawan Kripik Tempe Pecah 1000 (Internal) sebagai informan utama. Penentuan informan yakni dengan menggunakan metode snowball sampling menurut (Sugiono, 2015) dalam (Suriani *et al.*, 2023), adalah metode pengambilan sampel di mana peneliti memulai dengan sedikit informan, kemudian meminta mereka untuk merekomendasikan informan lain. Proses ini berlanjut terus-menerus, seperti efek bola salju yang membesar, hingga data yang terkumpul dianggap memadai (Nurdiani, 2014). Metode ini digunakan saat jumlah sumber data awal belum mencukupi untuk mendapatkan informasi yang memuaskan. Teknik tersebut menggunakan metode observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi pustaka (Ardiansyah *et al.*, 2023). Adler & Adler (1987: 389) dalam (Hasanah, 2016), observasi adalah landasan utama dari semua metode pengumpulan data dalam penelitian kualitatif, khususnya dalam ilmu sosial dan studi perilaku manusia. Sugiyono (2016: 231) dalam (Pratiwi, 2017), wawancara adalah pertemuan dua orang yang bertujuan untuk bertukar informasi dan ide melalui proses tanya jawab, sehingga dapat dibangun pemahaman atau makna mengenai topik tertentu. Sugiyono (2018:476) dalam (Salim *et al.*, 2022), dokumentasi metode pengumpulan data yang memanfaatkan berbagai sumber tertulis dan visual, seperti buku, arsip, dokumen, catatan numerik, laporan, dan gambar. Tujuannya adalah untuk mendapatkan informasi yang relevan dan dapat mendukung penelitian. Sugiyono (2012) Studi kepustakaan adalah kajian teoritis yang melibatkan penelusuran serta analisis referensi dan literatur ilmiah (seperti buku, jurnal, dan laporan). Tujuannya adalah untuk memahami budaya, nilai, dan norma yang relevan dengan situasi sosial yang sedang diteliti (Nugraheni *et al.*, 2022).

Dalam penelitian kualitatif, peneliti berperan sebagai instrumen utama (Hasan & Budiarto, 2022). Namun, seiring dengan semakin jelasnya fokus penelitian, instrumen pendukung yang lebih sederhana dapat dikembangkan untuk melengkapi serta membandingkan data yang telah diperoleh melalui observasi dan wawancara. Penelitian ini menggunakan dua jenis sumber data, Data Primer yang diperoleh langsung dari pemilik UMKM Kripik Tempe Pecah 1000 melalui wawancara, yang terekam dalam format audio, video, atau transkrip tertulis. Pemilik UMKM ini bertindak sebagai informan utama penelitian. Data Sekunder berupa data riset kepustakaan, seperti jurnal-jurnal yang relevan dengan topik penelitian.

Teknik analisis data pada penelitian ini dilakukan secara deskriptif yang mencakup transkrip hasil wawancara, dan analisis data yang kemudian dapat ditarik kesimpulan, berikut ini adalah tahapan analisis data yang dapat digunakan yaitu pemetaan kebutuhan data, dengan menentukan biaya apa saja yang dibutuhkan seperti (biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, beban komersial). Mengidentifikasi pertanyaan penelitian. Kelompokkan data berdasarkan sumbernya. Pemetaan aktivitas utama, yakni aktivitas pengadaan bahan baku, seperti penyimpanan bahan baku, peningkatan kualitas, membangun hubungan yang baik dengan pemasok bahan baku. Operasi (proses produksi), proses pengolahan bahan baku menjadi produk jadi. Logistik keluar, distribusi produk langsung ke pelanggan. Penjualan

dan pemasaran, yaitu dengan menciptakan permintaan pelanggan. Selanjutnya pelayanan, suatu layanan yang memberikan edukasi terkait produk. Pemetaan aktivitas pendukung, yakni pada manajemen sumber daya manusia, dalam hal perekrutan karyawan dan pengelolaan karyawan. Infrastruktur proses pengolahan data keuangan maupun administrasi dan perencanaan. Pengembangan teknologi dengan pengembangan variasi rasa, kemasan, dan peningkatan kualitas alat produksi. Pembelian (pengadaan), pengadaan sumber daya, serta penyimpanan bahan baku.

Hasil dan Pembahasan

Deskripsi hasil penelitian disajikan dengan berbentuk statistik deskriptif. Tujuannya berguna untuk memberikan penjelasan terkait data penelitian yang berupa gambaran pengolahan nilai tambah serta adanya hasil rantai nilai dari aktivitas utama dan aktivitas pendukung. Berikut hasil penelitian yang diperoleh:

UMKM Kripik Tempe Pecah 1000 di Dusun Nyeoran, Desa Kaliboto Lor, Lumajang, didirikan pada tahun 2014 oleh Bapak Ahmad Suyitno setelah berhenti dari pekerjaannya di Maspion sebagai ketua SPSI. Awalnya memproduksi krupuk ikan "cor kocor", namun karena persaingan dan cuaca, usaha beralih ke kripik tempe atas saran anak. Produksi awal hanya 2-3 Kg dengan bantuan istri dan 1 karyawan. Semula bernama "SAJIKU" karena ada kesamaan nama dengan produk lain, atas saran DISKOPINDAK Lumajang untuk mengubah, akhirnya pemilik mengganti menjadi "Pecah 1000" untuk adanya keunikan tersendiri. Saat ini, UMKM ini terus berkembang dengan 7 karyawan dan aktif memperluas produksi serta pemasaran. Proses produksi setiap hari yang berlokasi di samping kediaman pribadi memungkinkan jam operasional toko mulai pukul 06.00 pagi hingga pukul 16.30 sore hari. Namun, kemudahan tetap diberikan bagi pelanggan yang ingin melakukan pembelian di luar jam operasional, karena mereka dapat langsung menghubungi nomor pemesanan yang terhubung langsung dengan pemilik UMKM.

Analisis nilai tambah produk UMKM Kripik Tempe Pecah 1000 peneliti berfokus pada produksi yang dihasilkan perharinya 96Kg dengan harga jual produk per 200 Gramnya dibandrol dengan harga Rp 10.000. Peneliti juga menggunakan asumsi pada produksi kripik tempe dalam 1 hari yaitu 480 buah. Perhitungan biaya penyusutan menggunakan metode garis lurus. Jumlah *output* yang dihitung sebanyak kripik tempe yang dihasilkan dalam 1 harinya

Analisis strategi rantai nilai dengan analisis nilai tambah meliputi beberapa komponen yaitu biaya bahan baku, biaya overhead (BOP), biaya tenaga kerja langsung:

Biaya Bahan Baku Langsung

Tabel 2. Biaya Bahan Baku

No.	Komponen	Jumlah/ Satuan	Harga	Biaya	Biaya/Unit
1.	Kedelai	32kg	10.000	320.000	666,66
2.	Tepung Terigu	16kg	7.000	112.000	233,33
3.	Tepung Kanji	48kg	9.000	432.000	900
4.	Bumbu Komplit	8kg	15.000	120.000	250
Total				984.000	2.049,99

Sumber : Data UMKM Kripik Tempe Pecah 1000 (2025)

Biaya Tenaga Kerja Langsung

Tabel 3. Biaya Tenaga Kerja Langsung

No.	Jabatan	Jumlah	Upah/ Bulan	Upah/Hari	Upah/Unit
1.	Bagian Pematangan	1 Orang	750.000	25.000	52,08
2.	Bagian Penggorengan	3 Orang	900.000	30.000	187,5
3.	Bagian Pengemasan	2 Orang	750.000	25.000	104,16
4.	Bagian Pencampuran Bahan	1 Orang	750.000	25.000	52,08
Total			3.150.000	105.000	395,82

Sumber : Data UMKM Kripik Tempe Pecah 1000 (2025)

Biaya Overhead (BOP)

Biaya Bahan Baku Tidak Langsung

Tabel 4. Biaya Bahan Baku Tidak Langsung

No.	Komponen	Jumlah/Satuan	Harga	Biaya	Biaya/Unit
1.	Minyak Goreng	24kg	8.500	204.000	425

Sumber : Data UMKM Kripik Tempe Pecah 1000 (2025)

Biaya Tidak Langsung

Tabel 5. Beban Penyusutan Peralatan

No.	Komponen	Harga Awal	Jumlah	Biaya Residu	Umur Eko.	Biaya Penyusutan /Thn	Biaya Penyusutan /Unit
1.	Mesin Press Uk 30cc	200.000	2		5	80.000	0,46
2.	Mesin Press Uk 40cc	300.000	1		5	60.000	0,34
3.	Mesin Pemotong	12.000.000	1	1.000.000	5	2.200.000	12,73
4.	Wajan	200.000	3		3	200.000	1,15
5.	Dandang	400.000	1		3	133.333,33	0,77
6.	Timbangan Max 5kg	70.000	2		5	28.000	0,16
7.	Timbangan Max 50kg	400.000	1		5	80.000	0,46
8.	Loyang	5.000	12		3	20.000	0,11
9.	Pisau	15.000	3		2	22.500	0,13
10.	Rak	500.000	14		5	1.400.000	8,10
11.	Sutil	10.000	3		3	10.000	0,05
12.	Serok	20.000	6		2	60.000	0,34
13.	Kipas Angin	200.000	3		5	120.000	0,69
14.	Blander	350.000	1		3	116.666,66	0,67
15.	Kompor Komplit	650.000	3		5	390.000	2,25
16.	Tabung Gas 3kg	150.000	15		5	450.000	2,60
17.	Genset	5.000.000	1	1.000.000	5	980.000	5,67
Total						6.350.499,99	36,68

Sumber : Data UMKM Kripik Tempe Pecah 1000 (2025)

Tabel 6. Biaya Penyusutan Kendaraan

No.	Komponen	Harga Awal	Biaya Residu	Umur Eko.	Biaya Penyusutan/ Thn	Biaya Penyusutan/ Unit
1.	Kendaraan	160.000.000	12.000.000	8	18.500.000	107,06

Sumber : Data UMKM Kripik Tempe Pecah 1000 (2025)

Tabel 7. Biaya Operasional

No.	Komponen	Biaya / Bulan	Biaya / Unit
1.	Listrik	Rp 105.000	7,29

Sumber : Data UMKM Kripik Tempe Pecah 1000 (2025)

Tabel 8. Biaya Perawatan Mesin

No.	Komponen	Biaya / Bulan	Biaya / Unit
1.	Mesin Press	50.000	3,47
2.	Mesin Pemootong	200.000	13,88
3.	Genset	50.000	3,47
4.	Kendaraan	400.000	27,77
Total		700.000	48,59

Sumber : Data UMKM Kripik Tempe Pecah 1000 (2025)

Tabel 9. Total Biaya Tidak Langsung

No.	Keterangan	Biaya / Unit
1.	Biaya Penyusutan Peralatan	36,68
2.	Biaya Penyusutan Kendaraan	107,06
3.	Biaya Operasional	7,29
4.	Biaya Perawatan Mesin	48,59
Total		199,62

Sumber : Data UMKM Kripik Tempe Pecah 1000 (2025)

Biaya Tenaga Kerja Tidak langsung**Tabel 10.** Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung

No.	Keterangan	Jumlah	Biaya / Bulan	Biaya / Unit
1.	Gaji	7	5.700.000	395,83

Sumber : Data UMKM Kripik Tempe Pecah 1000 (2025)

Tabel 11. Total BOP

No.	Keterangan	Biaya / Unit
1.	Biaya Bahan Baku Tidak Langsung	425
2.	Biaya Tidak Langsung	199,62
3.	Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung	395,83
Total		1.020,45

Sumber : Data UMKM Kripik Tempe Pecah 1000 (2025)

Beban Komersial

Tabel 12. Beban Pemasaran

No.	Komponen	Biaya/Bulan	Biaya / Unit
1.	Plastik Cetak	720.000	50
2.	Plastik Kemasan	7.200.000	500
2.	Stiker	100.000	6,94
3.	Transportasi	2.050.000	142,36
Total		2.870.000	699,3

Sumber : Data UMKM Kripik Tempe Pecah 1000 (2025)

Tabel 13. Beban Administratif

No.	Komponen	Biaya/Bulan	Biaya / Unit
1.	Telepon	320.000	22,22

Sumber : Data UMKM Kripik Tempe Pecah 1000 (2025)

Tabel 14. Total Beban Komersial

No.	Keterangan	Biaya / Unit
1.	Beban Pemasaran	699,3
2.	Beban Administratif	22,22
Total		721,52

Sumber : Data UMKM Kripik Tempe Pecah 1000 (2025)

Tabel 15. Perhitungan Nilai Tambah

No.	Keterangan	Biaya / Unit
1.	Biaya Bahan Baku	2.049,99
2.	Biaya Tenaga Kerja Langsung	395,82
3.	BOP	1.020,45
4.	Beban Komersial	721,52
5.	Nilai Input	4.187,78
6.	Nilai Output	10.000
7.	Nilai Tambah	5.812,22

Sumber : Data UMKM Kripik Tempe Pecah 1000 (2025)

Berdasarkan data nilai tambah pada UMKM Kripik Tempe Pecah 1000, komponen biaya seperti bahan baku, BOP, dan tenaga kerja langsung menunjukkan bahwa nilai input mencakup biaya hingga produk siap dijual, sedangkan nilai output berasal dari penjualan ke toko dan konsumen. Sebelum analisis rantai nilai, harga produk Rp10.000/buah. Setelah dilakukan analisis, nilai tambahnya sebesar Rp5.812,22, menunjukkan potensi penurunan harga agar lebih kompetitif tanpa mengurangi kualitas. Nilai tambah tertinggi berasal dari aktivitas penjualan dan pemasaran, yang menjadi sumber utama pendapatan UMKM ini. Aktivitas dikatakan bernilai tambah jika produk berkualitas dan pelayanan memuaskan. Berikut data hasil pada aktivitas utama dan aktivitas pendukung:

Hasil Aktivitas Utama

Inbound Logistics, Bahan baku seperti kedelai, tepung, dan bumbu dibeli dari pasar langganan dan disimpan langsung di tempat produksi oleh pemilik UMKM.

Operasi (Produksi), Persiapan bahan baku: Pembersihan dan perendaman kedelai, pencampuran dengan tepung dan bumbu. Pengolahan: Adonan dibentuk lonjong, dikukus, dipotong dengan mesin otomatis, lalu digoreng. Pengemasan: Produk dikemas sesuai berat dan permintaan konsumen, siap dipasarkan.

Outbound Logistics, Distribusi dilakukan oleh pemilik ke toko-toko kecil, pusat oleh-oleh di Lumajang, serta ke luar daerah seperti Malang dan Jember. Pengiriman luar pulau menggunakan jasa ekspedisi.

Pemasaran dan Penjualan, Penjualan utama dilakukan di Desa Kaliboto Lor dan melalui partisipasi di beberapa *event* bazar. Namun, hal tersebut hanya dilakukan sementara saja dan tidak selalu diadakan, karena penjualan resmi hanya berada di Desa Kaliboto Lor tersebut.

Pelayanan, UMKM Kripik Tempe Pecah 1000 menjaga kualitas kemasan, rasa, dan pelayanan konsumen dengan baik. Kripik Tempe Pecah 1000 jarang sekali menerima keluhan dari konsumen atau para pelanggannya, karena UMKM Kripik Tempe Pecah 1000 selalu mengutamakan kualitas produk untuk memastikan kepuasan konsumen. Oleh karena itu, perlu memberikan pelayanan maksimal agar pelanggan merasa aman, percaya, dan terhindar dari kekhawatiran terkait layanan yang diterima.

Hasil Aktivitas Pendukung

Manajemen SDM, karyawan direkrut berdasarkan kriteria usia 40 tahun ke atas, tidak memiliki hubungan keluarga, dan berdomisili sekitar UMKM. Pelatihan diberikan langsung oleh pemilik.

Infrastruktur, semua kegiatan manajerial seperti keuangan dan perencanaan ditangani langsung oleh pemilik. Fasilitas produksi juga sudah cukup memadai.

Pengembangan Teknologi, Menggunakan mesin pemotong otomatis, memiliki tiga varian rasa (original, salmon, jamur), tak hanya itu saja tetapi pada kemasan pemilik juga mengembangkan varian pilihan kemasan yang berbeda, hal tersebut guna menyesuaikan keinginan konsumen.

Pembelian, pemilik secara langsung mengelola pembelian bahan baku berkualitas dan terjangkau di pasar Jatiroto.

Pembahasan

Pembahasan adalah suatu yang dapat diartikan sebagai hasil dari penelitian yang telah dilakukan, hasil terkait strategi keunggulan dalam analisis rantai nilai pada UMKM Kripik Tempe Pecah 1000 yang berfokus pada aktivitas utama yang diperkuat dengan adanya aktivitas pendukung, dengan menyatakan adanya bukti dari wawancara yang telah dilakukan pada proses penelitian, dan melakukan perbandingan pada teori penguat penelitian, dengan penjelasan sebagai berikut:

Strategi Penguatan Dalam Analisis Rantai Nilai Untuk Meningkatkan Keunggulan Kompetitif

Rantai nilai (*value chain*) diperkenalkan sebagai alat evaluasi interaksi seluruh aktivitas perusahaan yang penting untuk menganalisis sumber keunggulan bersaing, yang mengacu pada efisiensi pasar kompetitif. Berikut hasil penelitian terkait aktivitas dalam rantai nilai:

Aktivitas utama sesuatu yang berkaitan langsung dengan pengolahan fisik, penjualan, pemeliharaan, serta aktivitas pendukung produk atau jasa, meliputi: logistik ke dalam (pengadaan, penyimpanan, pengiriman, pemantauan pasokan bahan baku), operasi atau produksi berupa (transformasi input menjadi output), logistik ke luar atau distribusi berupa (pergerakan produk jadi ke konsumen), penjualan dan pemasaran (menarik dan meyakinkan pelanggan), serta pelayanan (layanan purna jual, pemeliharaan, perbaikan). Pada penelitian yang didapat bahwasannya untuk bahan baku diperoleh pada toko langganan yang ada di pasar jatiroto selanjutnya penyimpanannya langsung pada tempat produksi dan pemantauan dilakukan oleh pemilik langsung. Produksi dilakukan mulai dari penyiapan bahan baku yang sudah tercampur langsung pada proses pengolahan dengan mulai mencetak adonan lalu tahap pengukusan sampai pemotongan hingga adonan tadi siap untuk digoreng. Distribusinya saya menjajahkan ke berbagai toko langganan di sekitar jatiroto sampai luar Kabupaten Lumajang. Pemasaran yang dilakukan tempat utama berada di Desa Kaliboto Lor dan pemesanan bisa juga melalui media (WhatsApp), untuk pelayanan pemilik mengusahakan dan menyesuaikan apa yang pelanggan minati.

Aktivitas pendukung yaitu suatu elemen yang membantu dan menunjang aktivitas utama dalam menciptakan produk ataupun layanan yang bernilai, mendukung peran dan fungsi aktivitas utama. Aktivitas pendukung meliputi: manajemen sumber daya manusia (perekrutan, pelatihan, pengembangan, kompensasi, pemeliharaan tenaga kerja), infrastruktur (elemen organisasi untuk mengelola dan mengkoordinasikan perusahaan), pengembangan teknologi (elemen untuk mengelola dan mengkoordinasikan perusahaan), dan pengadaan/pembelian (proses memperoleh bahan baku, komponen, alat, teknologi, dan layanan pendukung produksi dan operasional). Pada penelitian yang didapat bahwasannya, perekrutan dilakukan oleh pemilik langsung dan dengan kriteria khusus seperti umur di atas 40 tahun dan tidak boleh ada keterikatan saudara. Infrastruktur pengolahan data keuangan dan kontrol kinerja juga dilakukan oleh pemilik. Adanya pengembangan teknologi sudah baik seperti dengan adanya mesin pemotong adonan dan pengembangan pada variasi kemasan yang sudah disesuaikan oleh minat konsumen. Serta pembelian bahan baku dan penunjang lainnya dilakukan oleh pemilik langsung.

Maka bisa dikatakan dari penelitian pada aktivitas utama dan pendukung yang dilakukan sudah selaras dengan acuan terkait teori rantai nilai, Rantai nilai adalah alat untuk mengevaluasi seluruh aktivitas perusahaan dan interaksinya. Evaluasi ini penting untuk menganalisis sumber keunggulan kompetitif. Penelitian ini didukung dengan penelitian lain oleh (Damayanti *et al.*, 2021), (Suseno *et al.*, 2020), yang menyatakan rantai nilai tidak jauh dari adanya keterlibatan pelaku usaha dalam strategi pengelolaan semua aktivitas yang berkaitan dengan peningkatan keunggulan kompetitif. Hal itu tidak jauh dari

pengembangan pada operasional dan pemasarannya, serta bisa dikatakan suatu pengoptimalan produk dalam strategi bersaing.

Biaya Produksi Pada UMKM Kripik Tempe Pecah 1000 Sebagai Strategi Untuk Meningkatkan Keunggulan Kompetitif

Biaya produksi terkait dengan beban pokok produksi atau penjualan. Dalam produksi mengoptimalkan output dari input. Biaya produksi meliputi biaya bahan baku, tenaga kerja langsung, dan overhead (BOP). Perhitungan menunjukkan nilai tambah Kripik Tempe Pecah 1000 sebesar 5.812,22, sehingga harga jual awal Rp 10.000 dapat disesuaikan karena nilai tambah tertinggi berasal dari aktivitas penjualan dan pemasaran.

Maka bisa dikatakan dari penelitian yang dilakukan juga sudah selaras dengan penjelasan pemaparan teori terkait biaya produksi, penelitian didukung dengan adanya penelitian lain oleh (Damayanti *et al.*, 2021), (Anisa Nur Jannah, Endang Siti Rahayu, 2022), (Puspitasari *et al.*, 2020) yang menyatakan nilai tambah yang dihasilkan didapat dari adanya saluran penjualan dan pemasaran produk.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terkait penggunaan fokus strategi pada analisis rantai nilai (*value chain*) guna untuk meningkatkan keunggulan kompetitif terhadap UMKM Kripik Tempe Pecah 1000 dapat disimpulkan sebagai berikut:

Strategi peningkatan keunggulan kompetitif difokuskan pada aktivitas utama dalam rantai nilai usaha dengan adanya penguatan dari aktivitas pendukung. Strategi tersebut meliputi adanya diferensiasi produk dibuktikan dengan melalui inovasi rasa dan kemasan pada Kripik Tempe Pecah 1000. Efisiensi operasional produksi dengan modernisasi melalui pengembangan alat produksi, serta perluasan saluran pemasaran melalui pemanfaatan media digital (WhatsApp) yang dimiliki dibuktikan lagi dengan memanfaatkan adanya pengiriman luar kota maupun luar pulau melalui jasa ekspedisi. Selain itu, strategi kemitraan yang dimaksud yakni dengan pemasok bahan baku dilakukan guna menjamin kontinuitas dan kualitas produksi, serta dengan toko atau retail penempatan produk, sementara peningkatan kualitas pada sumber daya manusia dan layanan pelanggan bertujuan untuk memperkuat hubungan jangka panjang dengan konsumen, yang dibuktikan dengan adanya keleluasaan konsumen dalam jumlah maupun variasi rasa dalam pemesanan kripik tempe Pecah 1000. Melalui penerapan strategi-strategi ini, UMKM Kripik Tempe Pecah 1000 diharapkan mampu meningkatkan daya saing secara berkelanjutan baik dari segi efisiensi biaya maupun nilai tambah produk di pasar yang lebih luas. Berdasarkan nilai tambah produk yang di hasilkan pada penelitian, dapat diketahui bahwa nilai tambah pada UMKM Kripik Tempe Pecah 1000 adalah sebesar 5.812,22 per unit. Artinya sebiggala besar pendapatan yang dihasilkan diperoleh dari adanya aktivitas penjualan dan pemasaran, Hal ini seharusnya dapat menjadi nilai tambah untuk meningkatkan keunggulan kompetitif UMKM dibanding UMKM lainnya.

Saran

Berdasarkan analisis lingkungan internal dan eksternal, disarankan agar peneliti selanjutnya dapat memanfaatkan hasil studi ini sebagai acuan untuk penelitian tentang analisis rantai nilai dalam upaya peningkatan keunggulan kompetitif UMKM, serta disarankan untuk fokus pada aktivitas sekunder guna mengidentifikasi faktor penghambat dan pendorong keberhasilan. Bagi pemilik UMKM Kripik Tempe Pecah 1000 meskipun aktivitas produksi dan pelayanan sudah baik, diharapkan UMKM dapat lebih memaksimalkan kegiatan yang menghasilkan nilai tambah, khususnya pada input dan output, hal tersebut bisa dilakukan dengan menyesuaikan harga produk berdasarkan berat, sehingga meningkatkan daya saing tanpa mengurangi kualitas, dan dapat memberikan nilai tambah pada konsumen.

Referensi

- Achmad Arifin, Moh. Halim, A. M. (2020). PENENTUAN BIAYA STRATEGIS MELALUI ANALISIS VALUE CHAIN. *Journal of Business, Management and Accounting*, 2(1), 127–139.
- Anisa Nur Jannah, Endang Siti Rahayu, S. M. H. (2022). ANALISIS RANTAI NILAI (Value Chain) IKAN BAWIS (*Siganus canaliculatus*) DI KOTA BONTANG. *Agrista*, 10(1), 131–142. <https://doi.org/10.21608/pshj.2022.250026>
- Ardiansyah, Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. *Jurnal IHSAN : Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 1–9. <https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.57>
- Bayu Dwi Cahyo, Maheni Ika Sari, H. H. (2023). ANALISIS SWOT UNTUK PEMASARAN DI TOKO BANGUNAN “BIMA JAYA.” *Jurnal Ekonomi Bisnis GROWTH*, 21(1), 1–11.
- Damayanti, N. A., Probowulan, D., & Nastiti, A. S. (2021). Analisis Rantai Nilai Sebagai Upaya Untuk Meningkatkan Keunggulan Kompetitif (Studi Kasus Pada UD. Ijen Batik Bondowoso). *Jurnal Akuntansi Terapan Dan Bisnis*, 1(1), 12–24. <https://doi.org/10.25047/asersi.v1i1.2687>
- Hasan, M. A., & Budiarto, M. B. (2022). EKSPLORASI ETNOMATEMATIKA BUDAYA MASYARAKAT SIDOARJO. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Matematika*, 11(3), 562–573. <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/mathedunesa/article/view/25554/23429>
- Hasanah, H. (2016). *Teknik-teknik observasi*. 21–46.
- Hendri, H. (2021). Supply Chain Management dan Value Chain Analysis Produksi Ampelas. *Jurnal PASTI*, 14(3), 310. <https://doi.org/10.22441/pasti.2020.v14i3.008>
- Kiki Sapmala Marbun, Hasian Romadon Tanjung, S.Pd., M.Pd., Anni Rahima, S.Pd., M. P.

- (2021). Kesalahan Berbahasa Pada Penulisan Media Luar Ruang Di Barus Tapanuli Tengah. *Jurnal Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 1(2), 2775–4693.
- Kusumawati, A., & Santosa, P. B. (2013). Rantai Nilai (Value Chain) Agribisnis Labu Di Kecamatan Getasan Kabupaten Semarang. 2(4).
- Lihawa, A., Uloli, H., & Rasyid, A. (2021). Analisis Rantai Nilai (Value Chain) Pada Komoditas Jagung. *Jambura Industrial Review (JIREV)*, 1(2), 94–103. <https://doi.org/10.37905/jirev.1.2.94-103>
- Mouwn Erland. (2020). Metodologi Penelitian Kualitatif. In Metodologi Penelitian Kualitatif. In *Rake Sarasin* (Issue March).
- Muchendar, A., Aliudin, A., & Anggraeni, D. (2020). Peran Sektor Pertanian Dalam Perekonomian Provinsi Banten. *Jurnal Agribisnis Terpadu*, 13(2), 298–314. <https://doi.org/10.33512/jat.v13i2.9875>
- Nugraheni, D. D., Oktyajati, N., & Widananto, H. (2022). Pemetaan Dan Analisis Rantai Nilai (Value Chain) Produk Batik Pada Sentra Industri Batik Di Bayat, Klaten. *Journal Industrial Engineering & Management (JUST-ME)*, 3(1), 28–35. <https://doi.org/10.47398/just-me.v3i1.727>
- Nurdiani, N. (2014). Teknik Sampling Snowball dalam Penelitian Lapangan. *ComTech: Computer, Mathematics and Engineering Applications*, 5(2), 1110. <https://doi.org/10.21512/comtech.v5i2.2427>
- Pratama, S., Yuniar, T., Hendrawan, W. P., & Noviyanti, I. (2024). Pengaruh Strategi Inovasi Terhadap Penggunaan Teknologi Informasi Dalam Industri UMKM. *Jurnal Bintang Manajemen (JUBIMA)*, 2(2), 50–60.
- Pratiwi, nuning. (2017). Penggunaan Media Video Call dalam Teknologi Komunikasi. *Jurnal Ilmiah DINamika Sosial*, 1(2), 202–224.
- Puspitasari, A. I., Susbiyani, A., & Fitriya, E. (2020). Analisis Rantai Nilai (Value Chain Analysis) sebagai Upaya untuk Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Bagi Perusahaan (Studi Empiris Pada PT Indoroti Prima Cemerlang Cabang Jember). *Jurnal Ekonomi*, 2, 1–16.
- Salim, A. S., Munzir, & Rahmat, Z. (2022). PERAN GURU PENDIDIKAN JASMANI TERHADAP PEMBELAJARAN KEPRAMUKAAN DI SMAN 1 BAITUSSALAM ACEH BESAR (Vol. 3).
- Suriani, N., Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Konsep Populasi dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau Dari Penelitian Ilmiah Pendidikan. *Jurnal IHSAN : Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 24–36. <https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.55>

-
- Suseno, A., Arifin, J., & Sutrisno, S. (2020). Analisis Value Chain Management pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia. *Go-Integratif: Jurnal Teknik Sistem Dan Industri*, 1(1), 24–33. <https://doi.org/10.35261/gijtsi.v1i01.4294>
- Veronisa, V., Wati, N. L., & Halawa, S. O. (2022). Collaborative Governance Dalam Upaya Meningkatkan Ekonomi Masyarakat Di Desa Teluk Sasah, Kabupaten Bintan Provinsi Kepulauan Riau, Indonesia Melalui Corporate Social Responsibility. *Journal of Comprehensive Science (JCS)*, 1(2), 50–54. <https://doi.org/10.59188/jcs.v1i2.11>
- Wijaya, M. (2019). ANALISIS RANTAI NILAI DALAM MENINGKATKAN KINERJA DAN KEUNGGULAN KOMPETITIF PERUSAHAAN. *Media Informatika*, 18(3), 122–128.
- WIJIHARJONO, N. (2021). Manajemen Strategik: Pemikiran Michael Porter dan Implikasinya bagi Pengembangan Ekonomi Kreatif. *Manajemen Pemasaran*.
- Zakia Harun, M., Manossoh, H., Diana Latjandu, Lady, Akutansi, J., Ekonomi dan Bisnis, F., Sam Ratulangi, U., & Kampus Bahu, J. (2023). Analisis Biaya Produksi Dengan Menggunakan Metode Variable Costing Dalam Menentukan Harga Pokok Produksi Per Jenis Produk Pada Ud Lyvia Nusa Boga. *Jurnal Riset Akuntansi*, 18(2), 78–87. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/gc/article/download/49932/43516/117022>