

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Era Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) adalah kesempatan bagi pemuda-pemudi Indonesia untuk menciptakan peluang di bidang wirausaha. Melalui ide kreatif dan inovatif pemuda-pemudi dapat menunjukkan kemampuan Indonesia untuk bersaing di era pasar bebas ini. Sektor yang paling disoroti salah satunya adalah perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah). Sektor UMKM mampu memberikan kontribusi yang signifikan dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia. Tolak ukur kemajuan suatu negara dapat dilihat dari perkembangan ekonominya. Saat ini telah banyak usaha-usaha baru yang berdiri, usaha tersebut akan maju jika memiliki misi dan tujuan yang jelas. Pada umumnya perusahaan didirikan untuk meningkatkan volume penjualan, mempertinggi daya saing dan tentunya meminimalkan biaya produk yang dikeluarkan untuk mencapai laba maksimal. Laba dapat mencerminkan keberhasilan manajemen dan menjaga kelangsungan hidup suatu usaha. Dalam memperoleh laba tidaklah mudah bagi perusahaan, salah satu usaha yang harus dilakukan di antaranya adalah pemasaran. Secara garis besar dapat digolongkan menjadi faktor *intern* dan *ekstern* antara lain apabila suatu perusahaan terdapat berbagai macam kondisi persaingan. Tumbuhnya persaingan mengakibatkan kegiatan pemasaran sangat berperan dalam meningkatkan penjualan karena pemasaran merupakan tali penghubung antara produsen dan konsumen, sehingga dengan adanya sistem pemasaran akan menimbulkan suatu hubungan dimana konsumen akan membutuhkan barang dan produsen yang akan menghasilkan barang yang dibutuhkan konsumen. Pencapaian tujuan perusahaan dibidang pemasaran salah satu kegiatan yang sangat penting dalam model rantai nilai perusahaan.

Produksi buah salak menempati urutan kelima dengan produksi sebesar 702.350 ton atau sekitar 5,65 % terhadap total produksi buah nasional. Sentra produksi salak di Indonesia berada di Pulau Jawa dengan Provinsi Jawa Tengah sebagai penghasil salak terbesar dengan total produksi sebesar 354.770 ton sekitar

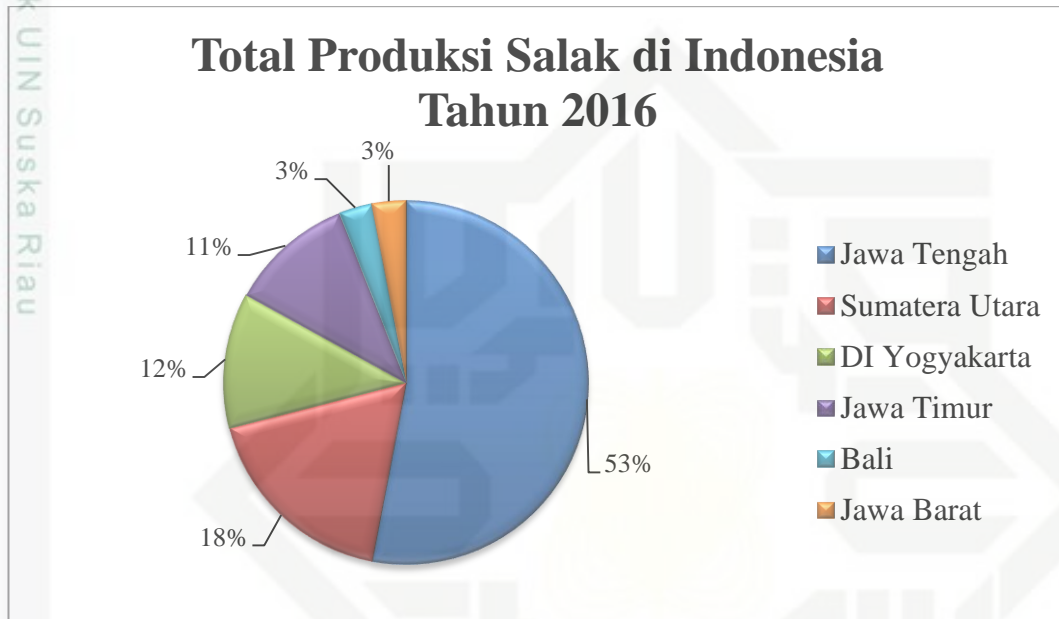
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

53% dari total produksi salak nasional diikuti oleh Provinsi DI Yogyakarta, Jawa Timur dan Jawa Barat. Sedangkan penghasil terbesar di luar Jawa adalah Sumatera Utara dengan produksi sebesar 118.619 ton atau sekitar 18 % dari total produksi salak nasional. Persentase produksi salak pada beberapa sentra produksi di Indonesia tahun 2016 secara rinci disajikan dalam Gambar 1.1 berikut (Statistik Tanaman Buah-buahan dan Sayuran Tahunan Indonesia, 2016).



Gambar 1.1 Total Produksi Salak di Indonesia Tahun 2016  
 (Sumber: Badan Pusat Statistik [73-74], 2016)

Menurut data Dinas Pertanian Kabupaten Tapanuli Selatan tahun 2017 bahwa Kabupaten Tapanuli Selatan adalah salah satu daerah penghasil salak terbesar di Sumatera Utara. Berdasarkan data yang diperoleh bahwa terdapat lima kecamatan penghasil salak di Kabupaten Tapanuli Selatan, seperti pada Tabel 1.1 berikut:

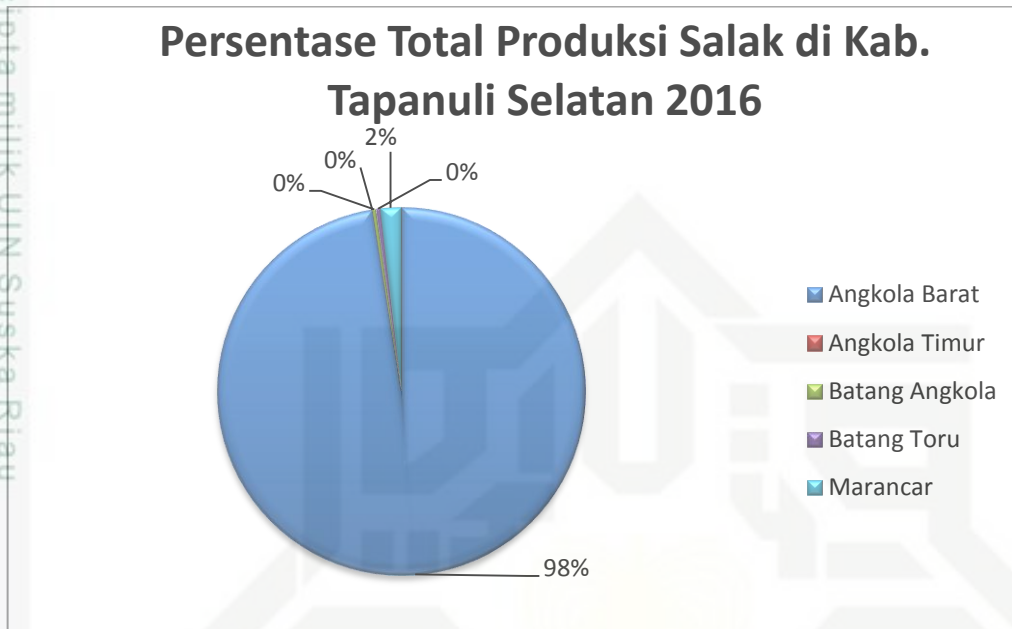
Tabel 1.1 Daerah Penghasil Salak di Kabupaten Tapanuli Selatan

No.	Kecamatan	Luas Area (Ha)	Jlh. Produksi (Ton)
1	Angkola Barat	11.767,25	250.230,60
2	Angkola Timur	75,00	97,50
3	Batang Angkola	20,84	760,14
4	Batang Toru	27,90	970,92
5	Marancar	353,30	4.581,18
	<b>JUMLAH</b>	<b>12.244,29</b>	<b>256.640,34</b>

(Sumber: Dinas Pertanian, Kab. Tapanuli Selatan, 2016)

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa beberapa daerah di Tapanuli Selatan mempunyai luas perkebunan yang cukup potensial, salah satunya adalah

Kecamatan Angkola Barat. Dengan luas sekitar 11.767,25 Ha dan jumlah produksi 250.230,60 Ton dengan persentase tertinggi dari semua Kecamatan yakni 93,14 %. Seperti dijelaskan dalam grafik dibawah ini.



Gambar 1.2 Persentase Total Produksi Salak Kabupaten Tapanuli Selatan (Sumber: Dinas Pertanian, Kab. Tapanuli Selatan, 2016)

Potensi buah salak yang ada di Kabupaten Tapanuli Selatan belum dimanfaatkan dengan maksimal. Kurangnya inovasi dan pengetahuan teknologi para petani adalah salah satu penyebab utama sehingga petani kurang mendapat keuntungan dari potensi yang ada. Petani salak biasanya hanya menjual salak dalam bentuk buah segar. Dengan melihat peluang untuk mendapatkan keuntungan di bidang olahan salak yang sangat besar. Maka dari peluang ini muncul beberapa industri pengolahan yang memanfaatkan peluang tersebut.

Berdirinya industri pengolahan salak belum bisa meningkatkan nilai ekonomi petani salak di Kabupaten Tapanuli Selatan. Buah salak yang dibeli dari petani hanya dihargai Rp 4000/ Kg namun harga jual produk jadinya adalah Rp 15.000. Hal tersebut menurut penulis perlu dianalisis nilai margin dari masing-masing pelaku agar Masing-masing mendapatkan keuntungan yang sama.

UD. Salacca merupakan salah satu unit usaha yang bergerak di bidang pengolahan buah salak menjadi bermacam produk olahan. UD. Salacca bergerak dari permasalahan petani salak di Kabupaten Tapanuli Selatan, yakni kurangnya nilai jual dari buah salak segar dan belum mempunyai nilai tambah sehingga



muncul ide untuk mengolah buah salak menjadi bermacam-macam produk. UD. Salacca sangat bergantung pada pasokan buah salak dari petani. Apabila terjadi hambatan pada petani salak maka perusahaan akan merasakan dampaknya secara langsung. Salah satu produk olahannya adalah dodol salak. Berikut ini adalah data penjualan dodol salak tahun terakhir pada UD. Salacca.

Tabel 1.2 Pendapatan, Penerimaan, Biaya Produksi dan Pendapatan Bersih Dodol Salak UD Salacca Kecamatan Angkola Barat Periode 2016

No.	Bulan	Produksi (unit)	Pendapatan (Rp)	Biaya Produksi (Rp)	Pendapatan Bersih (Rp)
1	Januari	2.340	28.080.000	23.400.000	4.680.000
2	Februari	4.400	52.800.000	44.000.000	8.800.000
3	Maret	5.700	68.400.000	57.000.000	11.400.000
4	April	9.000	108.000.000	90.000.000	18.000.000
5	Mei	3.200	38.400.000	32.000.000	6.400.000
6	Juni	4.910	58.920.000	49.100.000	9.820.000
7	Juli	3.500	42.000.000	35.000.000	7.000.000
8	Agustus	2.510	30.120.000	25.100.000	5.020.000
9	September	2.000	24.000.000	20.000.000	4.000.000
10	Oktober	3.900	46.800.000	39.000.000	7.800.000
11	November	5.800	69.600.000	58.000.000	11.600.000
12	Desember	2.000	24.000.000	20.000.000	4.000.000
<b>Jumlah</b>		<b>49.260</b>	<b>591.120.000</b>	<b>492.600.000</b>	<b>98.520.000</b>
<b>Rata-rata</b>		<b>4.105</b>	<b>49.260.000</b>	<b>41.050.000</b>	<b>8.210.000</b>

(Sumber: UD. Salacca)

Berdasarkan data penjualan di atas dapat dilihat bahwa penjualan UD. Salacca mengalami fluktuasi pada bulan tertentu dan grafik penjualan juga menunjukkan data yang acak. Sehingga perlu dilakukan penelitian untuk menganalisis kondisi dari rantai nilai UD. Salacca secara keseluruhan agar perusahaan mengetahui dengan pasti titik terlemah yang menjadi hambatan selama ini. Selain itu analisis rantai nilai berguna untuk memotivasi perusahaan agar dapat konsisten bersaing dengan produk yang serupa.

Perlunya meningkatkan nilai tambah produk dalam kondisi ekonomi yang saat ini semakin hiperkompetitif dan pembeli juga semakin rasional hanya bisa dimenangkan dengan menciptakan dan memberikan nilai yang lebih unggul. Hal ini memerlukan lima kemampuan berikut. Pertama ialah memahami nilai pelanggan, kedua menciptakan nilai pelanggan, ketiga memberikan nilai pelanggan, keempat memenangkan nilai pelanggan, dan kelima ialah mempertahankan nilai pelanggan. Agar berhasil, maka perusahaan perlu

menggunakan konsep rantai nilai dan jaringan penyerahan nilai atau rantai pasok (Kotler, 2004 dikutip oleh Syibil, 2013).

Sesuai dengan pendapat Shank (1992 dikutip oleh Arjakusuma, 2013), menjelaskan pengertian *Value Chain Analysis* sebagai metode dalam memahami rantai nilai yang dapat membentuk nilai suatu produk. Rantai nilai ini berasal dari proses-proses yang dilalui, mulai dari bahan baku hingga bahan jadi sampai ke tangan user atau konsumen akhir, termasuk di dalamnya ialah pelayanan purna jual. Selain itu analisis *value chain* merupakan alat analisis yang digunakan untuk memahami keunggulan kompetitif, untuk mengidentifikasi nilai (*value*) pelanggan yang dapat ditingkatkan ataupun pengurangan biaya, dan memahami hubungan perusahaan dengan pemasok (*supplier*), pelanggan, serta perusahaan mitra lain dalam industri (Porter, 1998 dikutip oleh Arjakusuma, 2013).

Dalam menjalankan suatu usaha maka diperlukan strategi bisnis yang tepat untuk mampu meningkatkan keunggulan daya saing dari produk yang diciptakan. *Model Business* menjadi sangat penting di dalam sebuah perusahaan, karena model bisnis merupakan suatu *capture* bagaimana bisnis tersebut akan berlangsung dan merupakan bagian dari suatu bangunan dalam sebuah bisnis unit yang digunakan untuk melihat gambaran dari bisnis tersebut (Bask, 2010 dikutip oleh Kristiani, 2015). Salah satu cara yang digunakan untuk menganalisis model bisnis ialah *Business Model Canvas* yang ditemukan oleh Osterwalder dan Pigneur di tahun 2010. *Business Model Canvas* lebih mudah dipahami untuk diaplikasikan serta merupakan alat analisa yang paling populer dan terbaru sehingga lebih cocok menganalisa industri, karena memiliki komponen yang lebih lengkap dibandingkan alat analisa yang lainnya (Kristiani, 2015).

Berdasarkan uraian yang telah dijabarkan maka penulis ingin membahas tentang rantai nilai dan model bisnis pada pengolahan buah salak dengan judul “**Analisis *Value Chain* dan *Model Business* pada Industri Pengolahan Dodol Salak (Studi Kasus: UD. Salacca Tapanuli Selatan)**”.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka penulis merumuskan masalah pada rantai pasok pengolahan salak sebagai berikut:

1. Bagaimana mengetahui nilai tambah (*Value Added*) pada *value chain* salak untuk mencapai keunggulan kompetitif?
2. Bagaimana mengetahui potensi produk olahan salak dengan menggunakan *Business Model Canvas* menggunakan *Software Canvanizer*?
3. Strategi apa yang dapat diterapkan pada perusahaan pengolahan salak dengan pendekatan *Value Chain Analysis* (VCA) dan *Business Model Canvas*?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka dapat dideskripsikan tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui nilai tambah (*Value Added*) pada *value chain* salak untuk mencapai keunggulan kompetitif.
2. Untuk mengetahui potensi produk olahan salak dengan menggunakan *Business Model Canvas* dengan *Software Canvanizer*.
3. Untuk memberikan strategi yang dapat diterapkan pada perusahaan pengolahan salak dengan pendekatan *Value Chain Analysis* (VCA) dan *Business Model Canvas*.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Peneliti

Untuk mengaplikasikan teori-teori yang didapatkan dari bangku kuliah serta dapat meningkatkan wawasan terutama mengenai rantai pasok dan model bisnis.

2. Bagi Perusahaan

Perusahaan dapat menjadikan penelitian ini sebagai dasar untuk mengambil keputusan pemecahan masalah terutama dari strategi rantai pasok produk olahan salak dan strategi pemasaran yang tepat.



### 1.5 Batasan Masalah

Agar penelitian tidak terlalu luas serta dapat memudahkan dalam penyelesaian masalah maka penelitian ini dibatasi oleh beberapa batasan seperti:

1. Analisis yang dilakukan adalah analisis Ekonomi bukan Analisis Finansial.
2. Jenis salak yang diteliti adalah varietas salak sidimpuan.
3. Penelitian dilakukan sampai dengan pabrik pengolahan saja.
4. Produk yang diteliti adalah dodol salak.

### 1.6 Posisi Peneliti

Agar tidak terjadi penyalinan dan plagiasi maka peneliti melampirkan penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan dengan analisis rantai nilai. Adapun posisi penelitian tugas akhir ini dapat dilihat pada tabel 1.3 berikut.

Tabel 1.3 Daftar Posisi Penelitian

No.	Peneliti	Judul Penelitian	Tujuan/Hasil
1.	Paulina Kristiani, 2015	Analisa Interdependensi Antara <i>Value Chain</i> Dan <i>Business Model</i> Pada Industri Pengolahan Makanan	Model bisnis yang dapat dijadikan sebagai salah satu instrumen yang dapat digunakan sebagai tambahan komponen yang dijadikan sebagai salah satu alat analisa untuk memberikan nilai kepada masyarakat. Dengan adanya analisa dalam model bisnis, maka dapat menciptakan sebuah <i>value chain</i> yang baru yang dapat digunakan sebagai salah satu keunggulan dalam pemberian nilai di lingkungan yang dinamis.
2.	Suhartini, Evi Yuliawati, 2014	Analisis <i>Value Chain</i> Untuk Peningkatan Daya Saing Produk Batik	Analisis <i>value chain</i> produk batik bertujuan untuk mendapatkan strategi pengembangan untuk meningkatkan daya saing produk batik. Dalam <i>mapping value chain</i> terdiri dari tiga segmen utama yang meliputi segmen <i>upstream</i> , segmen <i>midstrim</i> dan segmen <i>downstream</i> . Sedangkan pelaku utama dalam <i>value chain</i> pengrajin batik adalah supplier batik, <i>wholeseller</i> , dan <i>retailer</i> .

Tabel 1.3 Daftar Posisi Peneliti (Lanjutan)

No.	Peneliti	Judul Penelitian	Tujuan/Hasil
3.	Reza Satrya Arjakusuma, Sri hartoyo, Idqan Fahmi, 2013	Rantai Nilai pada Industri Susu Study Kasus PT. Cisarua Mountain Dairy (CIMORY)	Hasil penelitian terhadap analisis rantai nilai dari Cimory dapat disimpulkan bahwa rantai nilai dari produk olahan susu segar Cimory selama ini cukup baik, walaupun masih banyak kekurangan di beberapa titik dari rantai nilai perusahaan. rantai nilai produk olahan susu segar Cimory secara keseluruhan terdiri dari enam aktor yaitu, pemasok bahan baku, pemasok bahan pendukung, Cimory, Restoran cimory, Distributor utama, dan agen-agen penjualan.
4.	Friska S, 2010	<i>Value Chain Analysis</i> (Analisis Rantai Nilai) untuk Keunggulan Kompetitif Melalui Keunggulan Biaya	<i>Value Chain Analysis</i> membantu perusahaan untuk mengidentifikasi posisi perusahaan dan menganalisis aktivitas di rantai nilai dan untuk mengurangi atau menghilangkan kegiatan yang tidak membuat tambahan nilai atau produk dan jasa. Dengan <i>Value Chain Analysis</i> Perusahaan dapat menentukan strategi kompetitif, yaitu, biaya rendah atau diferensiasi. Perusahaan harus mempertahankan dan meningkatkan hubungan baik dengan pemasok dan menjaga hubungan dengan pelanggan.
5.	Nazamuddin Siregar, 2018	“Analisis <i>Value Chain</i> dan <i>Model Business</i> pada Industri Pengolahan Dodol Salak (Studi Kasus: UD. Salacca Tapanuli Selatan)”.	Untuk mengetahui nilai tambah ( <i>Value Added</i> ) pada <i>Value Chain</i> salak untuk mencapai keunggulan kompetitif. Mengetahui potensi produk olahan salak dengan menggunakan metode <i>Business Model Canvas</i> (BMC). Dan memberikan strategi yang dapat diterapkan pada perusahaan pengolahan salak dengan pendekatan <i>Value Chain Analysis</i> (VCA) dan <i>Business Model Canvas</i> (BMC).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## 1.7 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah penyusunan laporan ini maka penulis menggunakan sistematika penulisan sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Berisikan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, posisi peneliti dan sistematika penulisan.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Menguraikan teori-teori pendukung yang digunakan sebagai dasar pemikiran untuk membahas dan mencari permasalahan yang ada dan sebagai pendukung untuk pengumpulan dan pengolahan data.

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini berisi obyek penelitian yang dilakukan dan kerangka laporan tugas akhir yang menggambarkan bentuk penelitian yang dilakukan serta langkah-langkah yang diambil dalam pemecahan permasalahan

### **BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA**

Pada bab ini, berisikan berbagai data dan informasi yang relevan berkaitan dengan objek kajian penelitian tugas akhir yang akan diolah sehingga akan mendapatkan suatu hasil penelitian.

### **BAB V ANALISA DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini, berisikan tentang analisa hasil dari pengolahan data yang telah didapat dan kemudian akan dijelaskan maksud dari hasil analisa data tersebut.

### **BAB VI PENUTUP**

Pada bab ini, berisikan tentang kesimpulan dari hasil analisa data dan saran yang akan ditunjukkan pada tempat penelitian, dalam hal ini yaitu UD. Salacca.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.