BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Usaha

4.1.1 Sejarah Umum Kripik Tempe Pecah 1000

Awal mula pendirian UMKM Kripik Tempe Pecah 1000 yang berlokasi di Dusun Nyeoran, Blok E30 RT/51 RW/11, Desa Kaliboto Lor, Kecamatan Jatiroto, Lumajang. Usaha ini tercetus sejak tahun 2014 oleh Bapak Akhmad Suyitno, yang dimana beliau berhenti dari pekerjaan sebelumnya yaitu sebagai ketua SPSI di Maspion sejak 1990-2004. Dengan bekal latar belakang pengetahuan terkait geraknya suatu perusahaan, Bapak Ahmad bertekat membangun suatu usaha rumahan sederhana yakni dengan produksi pertama yaitu olahan krupuk ikan yang dinamai "cor kocor", dengan berjalannya hari semakin banyaknnya pesaing olahan yang sama dan cuaca yang kurang sesuai, akhirnnya dengan adanya pengumpulan modal usaha tersendiri pemilik pun memutuskan untuk mengganti jenis produksi yaitu kripik tempe karena memperoleh saran dari anak terkait jika memproduksi kripik tempe yang dimana jika musim hujan atau panas masih tetap bisa di jalankan.

Tahun 2014 yang menjadi awal mula produksi pada kripik tempe ini yang diawali dengan 2Kg-3Kg per setiap produksinya, dalam produksinyapun masih menggunakan tehnik sederhana dan saat itu pengolahanpun masih dibantu oleh istri dan 1 karyawan. Kripik tempe ini berawal dari nama (SAJIKU) Sajian Lezatku, dikarenakan terdapat kesamaan nama dengan *brand* produk lain, maka dari itu memperoleh saran dari DISKOPINDAK Lumajang untuk berganti nama produk, yang akhirnnya pemilik mencetuskan nama "Pecah 1000", agar memiliki keunikan dan ciri khas tersendiri, tidak hanya perkembangan pada nama tetapi juga pertambahan karyawan menjadi 7 orang pada proses produksinya. UMKM Kripik Tempe Pecah 1000 dimana UMKM yang sampai sekarang ini selalu aktif dan terus mengembangkan kualitas produksi dan jangkauan pemasarannya dengan baik.

4.1.2 Visi dan Misi Kripik Tempe Pecah 1000

Dalam menjalankan suatu usaha tentunya memiliki visi dan misi untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Berikut merupakan visi dan misi Kripik Tempe Pecah 1000:

1. Visi
   Ingin menunjukkan bahwa Kripik Tempe Pecah 1000 beda dengan olahan kripik tempe lainnya.
2. Misi
   Ingin mengurangi pengangguran kerja dan meningkatkan SDM masyarakat lokal.

4.1.3 Struktur Organisasi Kripik Tempe Pecah 1000

Struktur organisasi yang dimiliki oleh UMKM Kripik Tempe Pecah 1000 masih terbilang sederhana, namun sebagai pengelola Kripik Tempe Pecah 1000 juga masih merangkap beberapa tupoksi kerja yang ada. Struktur organisasi Kripik Tempe Pecah 1000 dapat dilihat pada gambar berikut:

Gambar 4.1 Struktur Organisasi Kripik Tempe Pecah 1000
Sumber : Data Peneliti, 2025

Berdasarkan gambar 4.1 terkait struktur organisasi UMKM Kripik Tempe Pecah 1000 disusun sederhana sesuai dengan tanggung jawab dan tugas yang dijalankan oleh masing-masing bagiannya.

1) Pemilik (*Owner*)
   a. Melakukan pembelian bahan baku
   b. Pengecekan terhadap kualitas bahan baku
   c. Menetapkan standar kualitas produk
   d. Melakukan pengelolaan keuangan
   e. Bertanggung jawab terhadap keluhan dan keinginan konsumen
   f. Bertanggung jawab pada pengembangan dan pelatihan karyawan
   g. Bertanggung jawab pada proses pemasaran
2) Bagian Pencampuran
   a. Melakukan proses pengadonan semua bahan
   b. Memastikan pengolahan sesuai resep
3) Bagian Pemotongan
   a. Melakukan dan memastikan pemotongan sesuai pada produk
4) Bagian Penggorengan
   a. Bertanggung jawab pada kematangan produk pada saat penggorengan
5) Bagian Pengemasan
   a. Melakukan pengemasan kripik tempe yang sudah selesai di olah
   b. Pemasangan label produk

4.1.4 Kegiatan Operasional Kripik Tempe Pecah 1000

UMKM Kripik Tempe Pecah 1000 melayani pelanggan setiap hari, kecuali pada hari libur besar seperti hari raya nasional atau hari penting lainnya. Proses produksi 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.

4.2 Hasil Analisis Data

Rantai nilai *(value chain)* menurut Porter (1985), *Value chain* adalah proses di mana sebuah perusahaan mengidentifikasi kegiatan utama dan bantuan yang menambah nilai produk, kemudian menganalisisnya untuk mengurangi biaya atau meningkatkan

diferensiasi. Rantai nilai sebagai alat untuk mengidentifikasi cara-cara menghasilkan nilai tambah bagi konsumen, yang mana 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 aktivities*).

Perolehan terkait data produk kripik tempe Pecah 1000 yang dipaparkan berikut, dimana setelah dilakukannya proses wawancara. Bukti hasil wawancara mengenai varian produk, pemilik menyatakan:

"Pada kripik tempe Pecah 1000 yang saya produksi ini tidak hanya memiliki rasa original saja tetapi juga ada rasa salmon dan jamur"

Tabel 4.1
Jenis Varian Produk

No.	Jenis Varian Kripik Tempe
1.	Original
2.	Salmon
3.	Jamur

Sumber : Data UMKM Kripik Tempe Pecah 1000

Berdasarkan tabel 4.1 di atas, bahwasannya menyatakan tidak hanya varian kripik tempe rasa original saja tetapi juga ada varian rasa salmon dan jamur, yang hal tersebut memberikan keleluasaan pelanggan dalam menikmati produk kripik tempe dengan rasa yang bisa dikatakan jarang.

4.2.1 Data Aktivitas Utama

1) Penyimpanan (*Inbound Logistics*)

UMKM Kripik Tempe Pecah 1000 dalam pengadaan bahan baku dari pembelian melalui pasar yang dimana sudah menjadi langganan pemilik Kripik Tempe Pecah 1000. Melibatkan pemasok kedelai yang berkualitas, pembelian tepung, dan pemilihan bumbu yang baik. Semua pelaksanaan tersebut dilakukan oleh pemilik sendiri. Dalam proses penyimpananpun yang dilakukan pada beberapa bahan baku tersebut di simpan di tempat produksi UMKM Kripik Tempe Pecah 1000.

2) Operasi (Produksi)

a) Proses persiapan bahan baku, mencangkup pencampuran bahan seperti kedelai yang sudah dilakukan pembersihan dan perendaman, tepung, dan bumbu komplit.

b) Proses pengolahan bahan baku, mencangkup proses pengadonan bahan-bahan yang sudah disiapkan, masukkan adonan ke pencetakan dalam plastik menjadi bentuk lonjong, lalu dilakukan pengukusan hingga matang sesuai keinginan, dan setelah matang lalu dilakukan proses pemotongan menggunakan mesin pemotong agar lebih efisien dengan ukuran ketipisan sesuai keinginan, dan bisa langsung digoreng.

c) Proses pengemasan, proses akhir dimana kripik tempe yang sudah diolah langsung dimasukkan saja kedalam kemasan sesuai dengan standar berat yang di sesuaikan pada kemasan yang ada atau sesuai permintaan konsumen, dan produkpun siap untuk di pasarkan.

3) Distribusi ke Luar (*Outbound Logistics*)

Dari penelitian yang telah dilakukan UMKM ini melakukan suatu proses pendistribusian dengan cara menjajahkan produknya ke berbagai toko-toko kecil sampai ke berbagai pusat toko oleh-oleh di wilayah Kabupaten Lumajang hingga diluar kabupaten seperti Kota Malang dan Kabupaten Jember. Semua pendistribusian dilakukan oleh pemilik UMKM Kripik Tempe Pecah 1000. Adapun alternatif lain guna untuk pendistribusian ke luar pulau dengan menggunakan jasa pengiriman.

4) Pemasaran dan Penjualan

Proses pemasaran dan penjualan utama yang dilakukan oleh UMKM Kripik Tempe Pecah 1000 hanya berada di satu tempat yaitu yang terletak di Desa Kaliboto Lor saja. Selain itu UMKM Kripik Tempe Pecah 1000 ini juga aktif dalam berbagai *event* dengan membuka bazar pada saat-saat acara tertentu. Tetapi hal tersebut hanya dilakukan sementara saja dan tidak selalu diadakan, karena penjualan resmi hanya berada di Desa Kaliboto Lor tersebut.

5) Pelayanan

Proses pelayanan dari hasil penelitian yang dilakukan bahwasannya pemilik UMKM Kripik Tempe Pecah 1000 ini menyatakan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen seperti halnya perbaikan bentuk dan warna kemasan, pilihan variasi rasa yang berbeda pada kripik tempe, hal tersebut menunjukkan bahwa apa yang telah di berikan oleh UMKM Kripik Tempe Pecah 1000 ini dalam memberikan kualitas pelayanan kepada konsumen dirasa sudah baik, bahkan sampai saat ini Kripik Tempe Pecah 1000 jarang sekali menerima keluhan dari konsumen atau para pelanggannya, karena UMKM Kripik Tempe Pecah 1000 selalu mengedepankan kualitas dari produk yang dihasilkan, sehingga tidak akan mengecewakan para konsumen. Pelaku bisnis dalam memberikan pelayanan harus dilakukan dengan semaksimal mungkin kepada pelanggan agar pelanggan terhindar dari rasa takut, tidak percaya dan perasaan adanya bahaya dari pelayanan yang diterima.

4.2.2 Data Aktivitas Pendukung

1) Manajemen Sumber Daya Manusia

Mengenai SDM menyangkut perekrutan karyawan yang dilakukan oleh pemilik UMKM Kripik Tempe Pecah 1000 dimana memliki kriteria yakni umur 40 tahun ke atas, tidak memiliki keterikatan saudara, dan berdomisili di sekitar UMKM Kripik Tempe Pecah 1000. Dalam pembagian tupoksi kerja yang sudah diberikan dimana pemilik juga memberikan pelatihan secara langsung pada setiap karyawannya mulai dari tahap pencampuran bahan sampai tahap pengemasan hingga produk siap untuk di pasarkan.

2) Infrastruktur

Terkait manajemen umum pada UMKM ini yakni pengolahan data keuangan, kontrol kinerja, serta perencanaan yang terjadi semua dilakukan oleh pemilik Kripik Tempe Pecah 1000. Adanya infrastruktur yang juga sudah memadai

untuk proses produksi kripik tempe yang hal tersebut dapat mendukung guna mempercepat proses produksi.

3) Pengembangan Teknologi

Pengembangan yang terjadi pada teknologi penunjang proses produksi pada UMKM Kripik Tempe Pecah 1000 sudah dikatakan bagus, terlihat pada proses pemotongan yang sudah menggunakan mesin pemotong otomatis yang dimana untuk ukuran kripik sudah bisa disesuaikan susuai kenginan, dan adanya 3 varian rasa seperti (original, salmon, jamur), tak hanya itu saja tetapi pada kemasan pemilik juga mengembangkan varian pilihan kemasan yang berbeda, hal tersebut guna menyesuaikan keinginan konsumen.

4) Pembelian

Pengelolaan pembelian dan pengadaan sumber daya yang dilakukan secara langsung oleh pemilik kripik tempe pada penyiapan bahan baku yang berkualitas dan harga yang kompetitif dilakukan pembelian bahan bakunya yaitu di pasar jatiroto. Seperti halnya pembelian kedelai, tepung, bumbu penunjang dan lain sebaginya.

4.2.3 Analisis *(Value Chain)* Nilai Tambah

Peneliti berfokus pada produksi yang dihasilkan perharinya 96Kg dengan harga jual produk per 200 Gramnya dibandrol dengan harga Rp10.000. Peneliti juga menggunakan asumsi:

1) Produksi kripik tempe dalam 1 hari yaitu 480 buah
2) Perhitungan biaya penyusutan menggunakan metode garis lurus
3) Jumlah *output* yang dihitung sebanyak kripik tempe yang dihasilkan dalam 1 harinya

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

A. Biaya Bahan Baku Langsung

Tabel 4.2
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

B. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Tabel 4.3
Biaya Tenaga Kerja Langsung

No.	Jabatan	Jumlah	Upah/Bulan	Upah/Hari	Upah/Unit
1.	Bagian Pemotongan	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

C. Biaya Overhead (BOP)

a) Biaya Bahan Baku Tidak Langsung

Tabel 4.4
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

d) Biaya Tidak Langsung

Tabel 4.5
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

Tabel 4.6
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

Tabel 4.7
Biaya Operasional

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

Sumber : Data UMKM Kripik Tempe Pecah 1000

Tabel 4.8
Biaya Perawatan Mesin

No.	Komponen	Biaya / Bulan	Biaya / Unit
1.	Mesin Press	50.000	3,47
2.	Mesin Pemotong	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

Tabel 4.9
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

e) Biaya Tenaga Kerja Tidak langsung

Tabel 4.10
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

Tabel 4.11
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

D. Beban Komersial

Tabel 4.12
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

Tabel 4.13
Beban Administratif

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

Sumber : Data UMKM Kripik Tempe Pecah 1000

Tabel 4.14
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

Tabel 4.15
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

Berdasarkan data tabel nilai tambah UMKM Kripik Tempe Pecah 1000 terkait komponen-komponen pembentuk biaya bahan baku, biaya overhead (BOP), dan biaya tenaga kerja langsung yang telah diperhitungkan di atas memaparkan Nilai *Input* adalah biaya dimana hingga kripik tempe siap untuk dipasarkan, sedangkan Nilai *Output* adalah kripik tempe yang dijual di beberapa toko langganan dan konsumen, kondisi tersebut

bertujuan untuk membandingkan nilai tambah yang diperoleh oleh masing-masing pihak di sepanjang rantai nilai.

Pada tabel 4.15 menunjukkan bahwa sebelum dilakukannya analisis *value chain*, *output* dari Kripik Tempe Pecah 1000 adalah 10.000/buah. Sedangkan setelah dilakukannya analisi *value chain* nilai tambah pada Kripik Tempe Pecah 1000 adalah 5.812,22, dari hasil tersebut maka Kripik Tempe Pecah 1000 dapat menyesuaikan lagi terkait harga produknya, agar lebih unggul dari pesaing kripik tempe lainnya juga tetap dengan kualitas yang baik, sehingga dapat memberikan nilai tambah tersendiri bagi konsumen. Hal tersebut dikarenakan hasil nilai tambah yang tertinggi diperoleh dari aktivitas penjualan dan pemasaran, yang artinya sebagian besar pendapatan yang dihasilkan oleh UMKM Kripik Tempe Pecah 1000 dari hasil penjualan ke beberapa retail dan konsumen. Karena dari hasil penjualan tersebut UMKM Kripik Tempe Pecah 1000 dapat menentukan keuntungan yang diinginkan. Suatu aktivitas dikatakan memiliki nilai tambah ketika produk yang di pasarkan memiliki kualitas yang baik dan sistem pelayanan yang baik juga.

4.3 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:

4.3.1 Strategi Penguatan Dalam Analisis Rantai Nilai Untuk Meningkatkan Keunggulan Kompetitif

Menurut Porter (1985) dalam (Patricia & Andono, 2022), memperkenalkan rantai nilai (*value chain)* sebagai alat untuk mengevaluasi semua aktivitas yang dilakukan perusahaan dan bagaimana semua aktivitas ini berinteraksi yang akhirnya diperlukan dalam menganalisis sumber keunggulan bersaing. Menurut (Damayanti *et al*., 2021), dalam keuggulan kompetitif mengacu pada efisiensi pasar yang kompetitif. Berikut hasil penelitian terkait strategi penguatan semua aktivitas pada rantai nilai:

A. Aktivitas Utama

Aktivitas utama dalam (A. Pratama & Sholihah, 2021), adalah sebuah aktivitas yang berkaitan secara langsung dengan pengolahan fisik, penjualan dan pemeliharaannya serta aktivitas lain yang mendukung suatu produk maupun jasa. Aktivitas utama terdiri atas:

1) Logistik ke dalam yang menyangkut (pengadaan bahan baku, penyimpanan bahan baku, pengaturan pengiriman, dan pemantauan pasokan). Bukti hasil wawancara dengan pemilik menyatakan:

"Untuk bahan baku saya memperoleh dan membelinya pada toko langganan yang ada di pasar jatiroto selanjutnya penyimpanannya langsung pada tempat produksi dan pemantauan dilakukan oleh saya (pemilik) langsung."

Saran yang diberikan dimana pemilik bisa mengembangkan kemitraan strategis dengan pemasok kunci untuk memastikan kualitas dan pasokan bahan baku tetap yang stabil.

2) Operasi (produksi) yang merupakan aktivitas yang berhubungan dengan transformasi *input* (bahan baku) menjadi *output* (produk jadi atau layanan). Bukti hasil wawancara dengan pemilik menyatakan:

   "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."

   Sarannya bisa lebih meningkatkan keterampilan dan pengetahuan karyawan produksi untuk meningkatkan produktivitas dan kualitas kerja. Karena setelah dilakukan penelitian tersebut didapatkan hasil bahwasannya karyawan tidak terlibat dalam penyimpanan bahan baku.

3) Logistik ke luar (distribusi) berhubungan dengan pergerakan produk jadi dari pabrik terkait fasilitas produksi sampai menuju konsumen akhir. Bukti hasil wawancara dengan pemilik menyatakan:

   "Distribusinya saya lebih pada menjajahkan ke berbagai toko langganan di sekitar jatiroto sampai luar Kabupaten Lumajang."

   Sarannya pemilik bisa menjelajahi potensi penjualan online atau kerjasama dengan platform *e-commerce.* Karena pada penelitian pemilik belum berani mencoba penjualan melalui online disebabkan adanya keterbatasan proses pengendalian pada platform *e-commerce.*

4) Penjualan dan pemasaran berfokus pada cara untuk menarik dan menyakinkan pelanggan untuk membeli produk. Bukti hasil wawancara dengan pemilik menyatakan:

   "Pemasaran yang dilakukan tempat utama berada di Desa Kaliboto Lor dan pemesanan bisa juga melalui media (WhatsApp)."

   Perbedaan hasil terkait proses pemasaran dengan adanya bukti wawancara dengan karyawan bagaian pengemasan yang menyatakan:

   "saya tidak mengetahui terkait pemasaran, yang melakukan proses tersebut pemilik saja"

   Saran pada hal tersebut lebih mengimplementasikan program loyalitas atau berikan layanan pelanggan yang unggul seperti penambabahan pemesanan produk via *e-commerce* dan untuk mempertahankan pelanggan yang sudah ada.

5) Pelayanan menyangkut layanan jual, pemeliharaan dan perbaikan yang diberikan setelah penjualan produk atau layanan pada UMKM tersebut. Bukti hasil wawancara dengan pemilik menyatakan:

   "Pelayanan saya usahakan dan menyesuaikan apa yang pelanggan minati."

   Sarannya untuk terus mengoptimalkan proses pelayanan dan melatih karyawan juga untuk memberikan layanan yang ramah, responsif, dan efektif,

dimana saat ada pelanggan yang berkunjung pada tempat produksi yang melakukan pembelian.

B. Aktivitas Pendukung

Aktivitas pendukung (*support activities*) adalah elemen-elemen yang membantu dan mendukung aktivitas utama dalam menciptakan produk atau layanan yang bernilai. Cakupan dalam aktivitas ini mendukung peran dan fungsi dari aktivitas utama tersebut (A. Pratama & Sholihah, 2021). Aktivitas pendukung terdiri dari:

1) Manajemen sumber daya manusia yang menyangkut semua kegiatan yang berkaitan dengan perekrutan, pelatihan, pengembangan, kompensasi, dan pemeliharaan tenaga kerja.

   "Perekrutan langsung oleh saya (pemilik) dan dengan kriteria khusus seperti umur di atas 40 tahun dan tidak boleh ada keterikatan saudara."

   Saran yang dapat diberikan yakni dengan memberikan imbalan yang menarik untuk memotivasi dan mempertahankan karyawan yang ada.

2) Infrastruktur mencakup semua elemen organisasi yang diperlukan untuk mengelola dan mengkoordinasikan aktivitas perusahaan secara keseluruhan.

   "Infrastruktur pengolahan data keuangan dan kontrol kinerja juga dilakukan oleh saya (pemilik)."

   Saran yang bisa diterapkan yakni kelola keuangan perusahaan dengan lebih baik lagi dan lakukan perencanaan keuangan yang strategis, bisa dengan bantuan penyimpanan pada media digital.

3) Pengembangan teknologi mencakup semua elemen yang diperlukan untuk mengelola dan mengkoordinasikan aktivitas perusahaan secara keseluruhan.

   "Pengembangan teknologi sudah baik seperti dengan adanya mesin pemotong adonan dan pengembangan pada variasi kemasan yang sudah disesuaikan oleh minat konsumen."

   Sarannya dengan memanfaatkan dan menambahkan teknologi terkini yang relevan dengan industri dan bisnis perusahaan, agar proses produksi semakin efisien.

4) Pengadaan (pembelian) berhubungan dengan proses memperoleh bahan baku, komponen, alat, teknologi, dan layanan yang diperlukan oleh perusahaan untuk mendukung aktivitas produksi dan operasional lainnya. Bukti hasil wawancara dengan pemilik menyatakan:

   "Pembelian bahan baku dan penunjang lainnya dilakukan oleh saya (pemilik) langsung di pasar jatiroto. Seperti halnya pembelian kedelai, tepung, bumbu penunjang dan lain sebaginya."

   Sarannya mengkonsolidasikan pembelian bahan baku untuk mendapatkan skala ekonomi dan daya tawar yang lebih besar.

Maka bisa dikatakan dari penelitian yang dilakukan sudah selaras dengan penjelasan acuan teori terkait rantai nilai yang dipaparkan oleh (Patricia & Andono, 2022; A. Pratama & Sholihah, 2021) dan hasil penelitian ini didukung dengan penelitian lain oleh (Damayanti *et al*., 2021), (Suseno *et al*., 2020), (Makarennu *et al*., 2023) 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.

4.3.2 Biaya Produksi Pada UMKM Kripik Tempe Pecah 1000 Sebagai Strategi Untuk Meningkatan keunggulan kompetitif

Menurut kuswadi (2005:22) dalam (Puspitasari *et al*., 2020), biaya produksi adalah biaya yang berkaitan dengan perhitungan beban pokok produksi atau beban pokok penjualan. Menurut David Ricardo dalam (Kusumawati & Santosa, 2013), terkait produksi yang dimana input dapat menghasilkan output yang optimal. Dalam biaya produksi terdapat sangkut pautnya dengan biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead (BOP). Berdasarkan hasil perhitungan nilai tambah yang dilakukan menghasilkan nilai tambah pada Kripik Tempe Pecah 1000 adalah 5.812,22, dari hasil tersebut maka Kripik Tempe Pecah 1000 dapat memaksimalkan lagi penjualan produknya , Hal tersebut dikarenakan hasil nilai tambah yang tertinggi diperoleh dari aktivitas penjualan dan pemasaran.

Maka bisa dikatakan dari penelitian yang dilakukan juga sudah selaras dengan penjelasan pemaparan teori oleh (Kusumawati & Santosa, 2013), (Puspitasari et al., 2020) dan hasil 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.