

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Manajemen usaha merupakan suatu kegiatan didalam perusahaan dari mulai merencanakan sesuatu yang akan dilaksanakan, mengorganisasi kegiatan yang sudah berjalan dan mengendalikan input, proses dan output dari kegiatan yang sudah dijalankan. Hal ini dilakukan untuk mencari keefektifan dan keefesienan dari proses melalui sumber daya yang ada (Ling, 2013). Manajemen usaha sangat penting pada setiap perkembangan berjalanya usaha yang dapat dijadikan acuan dalam mendirikan sebuah perusahaan. Usaha adalah suatu kegiatan manusia yang berkaitan dengan keinginan manusia untuk memenuhi kebutuhan hidup secara perseorangan, kelompok, bahkan komunitas dengan tujuan untuk mencari keuntungan sebanyak-banyaknya dengan modal sedikit dikitnya. Usaha dibagi menjadi beberapa ukuran, yaitu dimulai dengan usaha mikro, usaha kecil dan menengah, dan usaha besar. Salah satu jenis usaha yang berpotensi untuk berkembang seiring berjalanya waktu yaitu UMKM.

UMKM adalah suatu kegiatan usaha yang berperan memperluas lapangan pekerjaan, memberikan pelayanan ekonomi secara luas, ikut andil dalam peningkatan pendapatan masyarakat, dan mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. UMKM sebagai kelompok usaha ekonomi rakyat harus memperoleh kesempatan utama dalam hal dukungan, perlindungan, dan pengembangan dari pemerintah tanpa mengabaikan peranan Usaha Besar dan Badan Usaha Milik Negara atau BUMN (Suseno et al, 2020). Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat strategis dalam perekonomian Indonesia. Namun demikian, para pelaku UMKM masih memiliki keterbatasan, seperti kualitas produk, keterbatasan permodalan, dan jaringan pemasaran.

Perkembangan ekonomi serta peningkatan kualitas yang kompetitif dari perusahaan kompetitor membuat *value chain* sangat dibutuhkan didalam sebuah UMKM. Adanya *value chain* atau rantai nilai pada sebuah UMKM adalah sebagai analisis perbaikan untuk meningkatkan kualitas perusahaan. *Value chain* adalah sebuah rangkaian atau jaringan aktivitas dasar yang dapat meningkatkan nilai bagi suatu produk atau jasanya dan dan menambah margin nilai baik bagi perusahaan itu sendiri maupun bagi pelanggannya. (Dagmar Recklies, 2001). Tujuan dari *value chain* adalah untuk mengidentifikasi tahap-tahap *value chain* di mana perusahaan dapat meningkatkan *value* untuk pelanggan atau untuk menurunkan biaya (Julianto, 2016). Dengan menganalisis *value chain* yang ada, maka sebuah perusahaan akan mampu untuk mengevaluasi dan memperbaiki proses kegiatan yang masih belum maksimal. Dengan kata lain, dengan melihat ke dalam kegiatan internal, analisis *value chain* mengungkap di mana keunggulan kompetitif suatu perusahaan atau kekurangannya. Perusahaan yang bersaing melalui keunggulan diferensiasi akan mencoba untuk melakukan kegiatan yang lebih baik dari yang akan dilakukan

pesaing.

UMKM Mukenaku memproduksi berbagai macam kain dan pakaian islami dan formal yang sudah didistribusikan di puluhan kota dan ratusan kabupaten di penjuru Indonesia. UMKM Mukenaku berdiri pada tahun 2002, tempat produksi mereka berada di Kota Surakarta. Terdapat sekitar 8 pekerja inti dan 80 pekerja kontrak yang bekerja sewaktu waktu ketika sedang terjadi pemesanan besar. Mukenaku sudah mendistribusikan produk mereka ke seluruh Indonesia yang memiliki rata rata 10 reseller pada setiap kotanya. Mukenaku menggunakan metode produksi *make to order* yang berarti membuat produk atas dasar pesanan pelanggan dan *make to stock* yang berarti membuat atas dasar persediaan produk untuk dijual. pada proses bisnis UMKM tersebut, melalui banyak sekali pertimbangan mulai dari pemilihan bahan baku, produksi, pengemasan dan pengiriman hingga sampai ke tangan pelanggan.

Setiap UMKM memiliki visi dan misi dimana mereka ingin menjadikan perusahaannya menjadi yang terbaik di bidangnya. Karena belum pernah diadakanya identifikasi dan evaluasi dari setiap proses kegiatan yang sudah berjalan, maka perlu adanya sebuah penelitian tentang *value chain* yang digunakan untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas pada UMKM. Hal ini adalah salah satu kendala bahwa untuk pelaku usaha banyak yang mengalami kesulitan dalam menghadapi persaingan yang semakin kompetitif, sulit menentukan strategi yang dapat diproyeksikan menjadi langkah yang spesifik dalam menghadapi persaingan dan upaya meningkatkan daya saing/keunggulan kompetitif. Masalah yang terjadi pada UMKM Mukenaku adalah terlalu sederhananya cara perusahaan untuk menentukan harga jual dari produk mereka. Harga produk didapat dengan cara mengimbangi harga kompetitor dengan sedikit mengambil keuntungan pada harga produk mereka. Seharusnya, dengan perhitungan yang tepat, perusahaan dapat menjual produk mereka dengan harga yang lebih menarik tanpa harus mengurangi keuntungan dari produk, sehingga para pelanggan akan lebih memilih membeli produk dari UMKM Mukenaku ketimbang perusahaan kompetitor. Dengan menggunakan analisis nilai tambah, UMKM Mukenaku dapat menghitung seluruh biaya pada proses produksi, dan didapat hasil nilai tambah yang akan dijadikan solusi untuk menambah keuntungan pada perusahaan maupun konsumen.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan yang tertera diatas, dapat diambil rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kegiatan *value chain* pada UMKM Mukenaku?
2. Bagaimana cara menganalisis rantai nilai pada aktivitas utama di UMKM Mukenaku?
3. Bagaimana menyusun strategi perbaikan untuk meningkatkan keunggulan kompetitif pada UMKM Mukenaku?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan, maka dapat diambil tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mendeskripsikan kegiatan *value chain* pada UMKM Mukenaku.
2. Untuk menganalisis rantai nilai pada aktivitas utama dalam upaya meningkatkan keunggulan kompetitif pada UMKM Mukenaku.
3. Untuk menyusun strategi perbaikan untuk meningkatkan keunggulan kompetitif pada UMKM Mukenaku.

### **1.4 Urgensi Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah diketahui, maka urgensi penelitiannya adalah untuk mengetahui kegiatan *value chain* atau aktivitas utama pada UMKM Mukenaku, mengidentifikasi lingkungan internal dan eksternalnya untuk meningkatkan strategi bersaingnya.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diharapkan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Membantu UMKM Mukenaku untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas
2. Membantu UMKM Mukenaku untuk mewujudkan visinya menjadi yang terbaik di bidangnya
3. Memberikan dampak positif dari segi penjualan produk UMKM Mukenaku

### **1.6 Luaran Penelitian**

Luaran yang diharapkan pada penelitian ini ialah laporan dapat menjadi sumber referensi bagi para penulis tugas akhir dengan tema yang sama di kemudian hari.