

BAB I

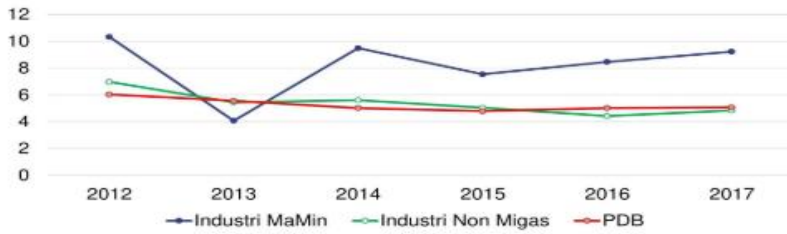
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Keadaan bisnis yang semakin berkembang adalah salah satu globalisasi di bidang ekonomi. Di sisi lain, persaingan global ini turut memberikan dampak positif pada standar kinerja dalam berbagai aspek meliputi kualitas, biaya, pengenalan produk serta aspek lainnya. Suatu bisnis tidak terlepas dari peran banyak sektor yang ada di dalamnya, tak terkecuali sektor industri. Sektor industri adalah salah satu sektor perekonomian yang sangat berpengaruh dalam membantu perkembangan ekonomi. Industri kecil juga tak lepas dalam peranan pentingnya meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Semakin meningkat sektor perindustrian diharapkan perekonomian di Indonesia akan semakin berkembang, tak terkecuali industri makanan dan minuman.

Industri makanan dan minuman menjadi salah satu sektor manufaktur andalan turut memberikan andil besar terhadap pertumbuhan ekonomi nasional (Kemenperin, 2018). Industri makanan dan minuman diproyeksi masih menjadi sektor andalan penopang pertumbuhan manufaktur dan ekonomi Indonesia. Dimana salah satu faktor pendukungnya adalah ketertarikan pada produk makanan dan minuman serta peningkatan potensi daya beli konsumen yang dibuktikan dengan grafik perkembangan industri makanan dan minuman di Indonesia.

KINERJA INDUSTRI MAKANAN DAN MINUMAN



Industri makanan dan minuman menunjukkan pertumbuhan lebih tinggi dibandingkan dengan industri non-migas dan di atas rata-rata pertumbuhan ekonomi nasional

Uraian	Tahun					
	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman	10.33	4.07	9.49	7.54	8.33	9.23
Pertumbuhan Industri Pengolahan Non Migas	6.98	5.45	5.61	5.04	4.43	4.84
Pertumbuhan Ekonomi	6.03	5.56	5.01	4.88	5.03	5.07

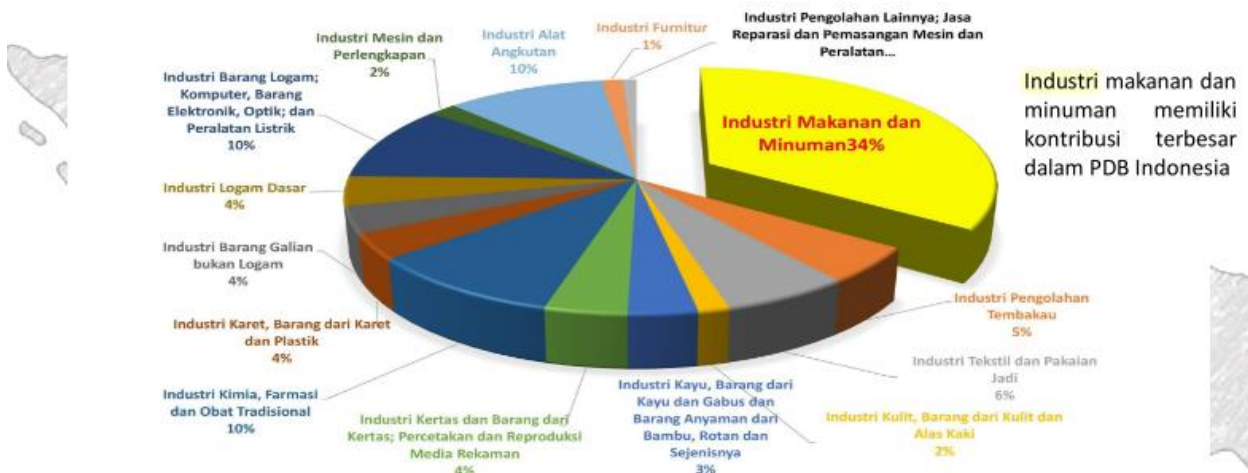
Sumber: Badan Pusat Statistik dan Kementerian Perindustrian

Gambar 1.1

PERKEMBANGAN INDUSTRI MAKANAN DAN MINUMAN INDONESIA

Sumber: Badan Pusat Statistik dan Kementerian Perindustrian

Kontribusi PDB Sektor Industri Makanan dan Minuman Terhadap Industri Non Migas Tahun 2017



Industri makanan dan minuman memiliki kontribusi terbesar dalam PDB Indonesia

Gambar 1.2

PERKEMBANGAN INDUSTRI MAKANAN DAN MINUMAN INDONESIA

Gambar 1.1 dan gambar 1.2 menjelaskan tentang pertumbuhan kinerja industri di Indonesia dari tahun 2012 sampai 2017. Gambar 1.1 menjelaskan bahwa sektor industri makanan dan minuman memiliki kontribusi yang paling tinggi yaitu sebesar 10,33 di tahun 2012 dan masih mendominasi hingga tahun 2017. Kemudian diikuti oleh sektor industri pengolahan non migas di urutan kedua.

Perkembangan dunia bisnis saat ini ditunjukkan dengan kemajuan ekonomi di bidang industri serta perubahan dinamis yang terjadi di berbagai bidang telah menimbulkan tantangan sekaligus peluang. Salah satu hal yang merupakan tuntutan untuk dapat mengatasi tantangan yang ada dan memanfaatkan prospek bisnis yang timbul adalah meningkatkan daya saing yang tinggi. Pengaruh Analisis Rantai Nilai (*Value Chain Analysis*) yang efektif dinilai ideal untuk meningkatkan daya saing yang tinggi dalam meraih kinerja di kawasan perdagangan internasional.

Porter (1985) dan Kaplinsky & Morris (2002) dalam Mangifera (2015) menjelaskan bahwa rantai nilai yang efektif merupakan kunci keunggulan kompetitif yang dapat menghasilkan nilai tambah bagi suatu industri. Nilai keunggulan kompetitif pada tingkat bisnis dapat didapatkan dengan dua cara yaitu pertama sumber daya internal (bertepatan dengan alur atau aktivitas satu unit dengan unit lainnya) yang dapat menghasilkan kegiatan koordinasi dan sinergi dan kedua adalah sumber daya eksternal (kombinasi dari aktivitas atau kompetensi pihak luar) yang dapat menghasilkan rantai nilai baru dan membentuk sebuah aliansi (jaringan).

Besanko (2013) dalam Hadiwidjojo (2016) menyatakan bahwa terbentuknya nilai pada produk diukur ketika barang diproses sepanjang rantai vertikal atau aktivitas di dalam perusahaan. Rantai vertikal sama dengan rantai nilai atau *value chain*. Rantai nilai diilustrasikan sebagai sebuah perusahaan sebagai gabungan dari kegiatan – kegiatan yang menciptakan nilai, seperti aktivitas produksi, pemasaran dan penjualan serta *logistic*.

Rantai nilai juga sangat penting terkait dengan fenomena syariah yang makin berkembang. Dalam *Roadmap* dan *Outline* Program Pengembangan Ekosistem Halal Value Chain “Membangun Perekonomian Nasional Yang Lebih Berkeadilan dan Berkelanjutan” menjelaskan bahwa rantai nilai halal adalah rangkaian kegiatan yang saling berhubungan dan menghasilkan nilai tambah pada setiap proses yang meliputi produksi, distribusi, dan pemasaran barang atau jasa yang sampai ke pihak konsumen.

Nilai tambah adalah pertambahan nilai suatu komoditas karena mengalami proses pengolahan, penyimpan, pengangkutan dalam suatu proses produksi (Hamidah et al., 2015). Pesatnya perkembangan rantai nilai perusahaan dapat ditinjau dari prinsip yang digunakan sesuai atau tidak. Salah satu prinsip yang dapat diterapkan pada Analisis Rantai Nilai (*Value Chain Analysis*) adalah berdasarkan prinsip syari’ah. Dimana dalam alur rantai nilai tidak hanya sekedar dinilai dari segi produk yang dihasilkan atau pun dari segi operasional perusahaan namun juga menilai bagaimana sumber daya manusia yang menjalankan.

Menurut Ariyadi (2018) suatu bisnis yang berprinsip syariah adalah kegiatan usaha yang dilakukan oleh seseorang dengan berlandaskan syariat agama Islam, dimana setiap aktivitas baik dalam memperoleh dan menggunakan harta yang didapatkan harus sesuai dengan aturan agama Islam baik halal maupun haram nya.

Bank Indonesia menjelaskan prinsip – prinsip dasar syari'ah (*guiding principles*) sebagaimana tertuang di dalam *Blueprint* Pengembangan Ekonomi dan Keuangan Syari'ah yang telah disetujui dalam RDG 6 Juni 2017 yaitu mencakup enam (6) hal yaitu tolong menolong, berusaha dengan berkeadilan, terbebas dari gharar riba dan maysir, partisipasi sosial untuk publik (zakat, infaq, shadaqah), dan pertumbuhan yang seimbang. Menurut Muhammad (2014) prinsip syari'ah tidak bisa dipisahkan karena prinsip tersebut sebagai dasar untuk setiap kegiatan ekonomi. Bisnis dinilai syari'ah ketika bisnis tersebut sanggup membawa hukum – hukum untuk berorientasi ke hukum universal, yaitu hukum Allah.

Analisis Rantai Nilai (*Value Chain Analysis*) sebagai salah satu cara untuk mencapai keunggulan kompetitif. Analisis ini juga dapat dinilai berdasarkan prinsip syari'ah yang berprinsip *halalan thayyiban*. Artinya seorang muslim seharusnya makan dan minum dari produk yang berlabel halal. Tetapi hal itu ternyata belum dinilai cukup karena makan dan minum yang tidak sekedar halal namun juga makanan dan minuman itu hendak nya juga *thayyibah* (baik).

Seorang muslim jelas memahami bahwa syari'at islam memerintahkan untuk mengkonsumsi yang halal dan baik. Baik makanan dan minuman tersebut dikonsumsi untuk dirinya sendiri, diberikan pada keluarga atau diperdagangkan kepada kaum muslim lainnya. Definisi *halalan tayyiban* (halal dan baik) adalah salah satu hal yang tinggi derajatnya dalam pandangan ekonomi Syariah yang tidak hanya terpaku pada nilai dan kemaslahatan objeknya, namun juga yang lebih merujuk pada bagaimana prosedur yang digunakan untuk memproduksi, mengolah, atau cara mencapai objek tersebut.

Barney (2007) dalam Hadiwidjojo (2016) menyatakan bahwa Analisis Rantai Nilai (*Value Chain Analysis*) difungsikan untuk menganalisis kegiatan – kegiatan usaha yang dilakukan oleh perusahaan serta mengidentifikasi *resources based – view* dan *firm capabilities* yang dilaksanakan dalam berbagai kegiatan usaha oleh perusahaan untuk memproduksi barang atau jasa mulai dari mendapatkan bahan baku, proses produksi, penjualan dan distribusi hingga tahap pelayanan dan pemasaran. *Resources* dan *capabilities* yang dimiliki oleh perusahaan kemudian diidentifikasi guna menciptakan nilai bagi konsumen.

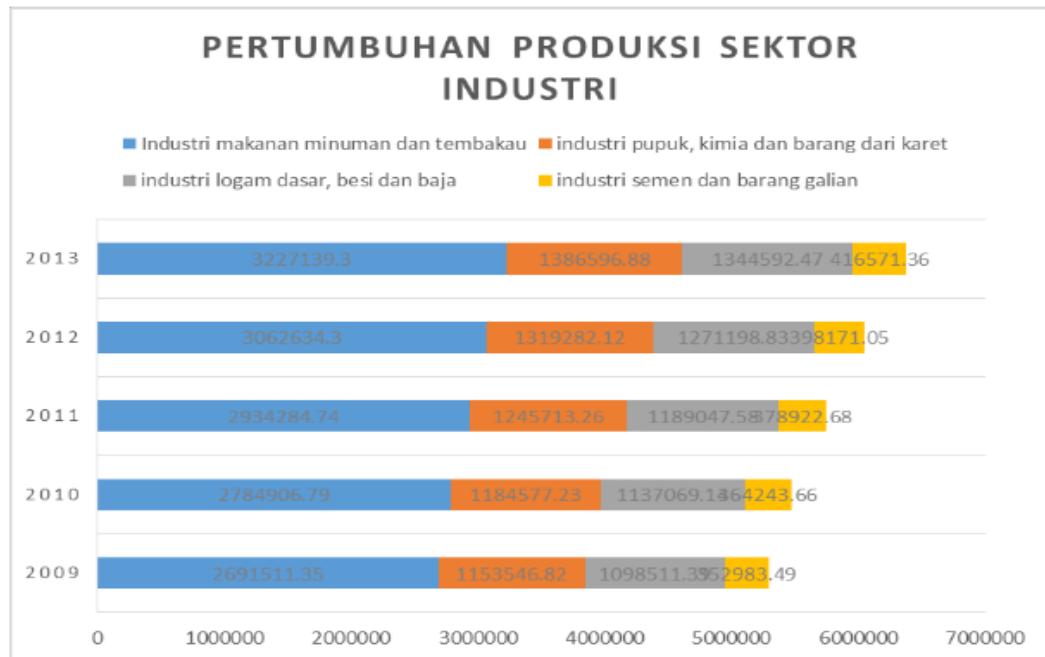
Menurut Muharam (2017) sebuah perusahaan ketika ingin mempertahankan keunggulan bersaing serta unggul dalam persaingan bisnis berkesinambungan, maka hendaknya memiliki strategi tepat dan cepat. Sebuah bisnis yang berpusat pada sumber daya dan kemampuan (yang mengaplikasikan rancangan *resources based view*) akan sanggup bersaing secara berkesinambungan jika dibandingkan dengan perusahaan yang hanya

fokus terhadap produk atau pemasarannya saja. Dengan menerapkan *resources based view*, sebuah bisnis diharapkan dapat memperoleh keunggulan bersaing yang konsisten dengan memiliki dan juga mengendalikan asset – asset penting, baik asset nyata maupun tidak nyata.

Kapabilitas perusahaan atau *firm capabilities* (dalam Teori *Resource – Based View*) merupakan salah satu faktor internal yang penting untuk menjalankan sumber daya yang telah dimiliki perusahaan agar perusahaan mampu meraih keunggulan kompetitif. Ketika kapabilitas yang ada dalam perusahaan produktif, maka pengelolaan sumber daya akan menjadi berguna terutama ketika sumber daya yang dimiliki perusahaan sudah baik dan nantinya mampu menggapai keunggulan kompetitif bagi perusahaan.

Kabupaten Sidoarjo merupakan salah satu Kabupaten di Provinsi Jawa Timur yang terhimpun dalam wilayah Gerbangkertosusila. Kawasan Gerbangkertosusila ini merupakan gabungan beberapa kota di Provinsi Jawa Timur yang ditetapkan sebagai jantung perkembangan ekonomi. Di bidang industri, Kabupaten Sidoarjo memiliki kekuatan yang sangat besar. Sebagai kota yang dijuluki sebagai “Kota UKM” di Indonesia, produk makanan dan minuman merupakan salah satu sektor yang diunggulkan. Dengan luas wilayah sebesar 719,63 km² ini juga turut mendukung daya perekonomian Kota Sidoarjo dalam pengembangannya di tingkat regional. Hal ini dibuktikan dengan data pertumbuhan produksi sektor industri Kabupaten Sidoarjo pada Gambar 1.3, pertumbuhan produksi didominasi oleh industri makanan minuman dan tembakau dari tahun 2009 sampai 2013. Data pertumbuhan

diikuti oleh industri pupuk, kimia, dan barang dari karet, industri logam dasar, besi dan baja, dan terakhir industri semen dan barang galian.



Sumber : Badan Pusat Statistik Kab. Sidoarjo

Gambar 1.3
PERTUMBUHAN PRODUKSI SEKTOR INDUSTRI

Menurut Salim & Munadi (2017:11) industri minuman herbal juga memiliki peluang yang sangat besar. Berdasarkan data statistik yang diperoleh dari Kementerian Perindustrian, industri produk obat tradisional Indonesia telah berkembang pesat selama beberapa tahun terakhir. Data pada tahun 2010 mencatat industri obat tradisional Indonesia hanya sebesar Rp 1,5 triliun, kemudian meningkat sebesar 23,3% menjadi Rp 2,8 triliun pada tahun 2013.

Hasil wawancara dengan Pak Agus Salim selaku Pemilik sekaligus Direktur CV Green Life Tirta Sentosa, menjelaskan bahwa CV Green Life

Tirta Sentosa adalah industri yang berfokus pada aneka minuman herbal. Varian produknya mempunyai komposisi dari bahan – bahan seperti teh hitam dan teh hijau pilihan, daun kelor, bunga rosella, kacang almond, biji angkak, daun jati cina dan bahan baku berkualitas lainnya. Bahan – bahan tersebut juga ada yang didapatkan dengan cara impor dari luar negeri. (Wawancara Tanggal 5 Oktober 2019).

Pak Agus Salim juga menambahkan bahwa, banyak minuman herbal di pasar tradisional yang mulai terlupakan keberadaannya karena beberapa faktor seperti kemasan yang tidak menarik dan anggapan bahwa minuman herbal itu hanya memiliki rasa yang pahit, sehingga CV Green Life Tirta Sentosa membuat promosi dan kemasan dengan *box* yang lebih berwarna. Tidak hanya kemasan yang menarik, rasa minuman herbal ini memiliki rasa yang bervariasi, sehingga disukai oleh konsumen dari kalangan anak-anak hingga orang tua dengan tetap memberikan khasiat yang baik bagi kesehatan tubuh. Hal ini lah yang menjadi produk minuman herbal yang dimiliki CV Green Life Tirta Sentosa mempunyai nilai tambah tersendiri (Wawancara Tanggal 5 Oktober 2019).

Pada usaha yang dijalankan oleh CV Green Life Tirta Sentosa, Analisis Rantai Nilai (*Value Chain Analysis*) juga memiliki peranan penting pada perusahaan. Analisis Rantai Nilai (*Value Chain Analysis*) merupakan analisis aktivitas – aktivitas yang menghasilkan nilai, baik yang berasal dari dalam dan luar perusahaan. Nilai berawal dari bahan belum jadi sampai dengan penanganan produk setelah dijual kepada konsumen. Analisis Rantai Nilai

(*Value Chain Analysis*) dapat membantu CV Green Life Tirta Sentosa untuk mengidentifikasi aktivitas – aktivitas bisnis dalam rantai nilai yang dapat menghasilkan nilai dan keunggulan bersaing produk yang dihasilkan dan tentunya yang sesuai dengan perspektif syari’ah berprinsip *halalan thayyiban*.

Dalam hal ini mengenai nilai – nilai syari’ah yang dijadikan landasan CV Green Life Tirta Sentosa dalam seluruh rangkaian proses bisnis aktivitas utama dan aktivitas pendukung dalam *value chain*. Dari peneliti sebelumnya oleh Liana Mangifera (2015) yang berlokasi di Indonesia, peneliti sudah membahas mengenai Analisis Rantai Nilai (*Value Chain Analysis*) pada produk batik tulis namun peneliti belum membahas mengenai Analisis Rantai Nilai (*Value Chain Analysis*) berdasarkan prinsip syari’ah dan pada produk makanan atau minuman. Berdasarkan uraian latar belakang diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan metode pendekatan kualitatif studi kasus dengan judul “*Value Chain Analysis* Berdasarkan Prinsip Syari’ah (Studi Kasus Pada CV Green Life Tirta Sentosa, Kecamatan Balongbendo Kabupaten Sidoarjo)”.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan adalah sebagai berikut:

Bagaimana rantai nilai (*value chain*) berdasarkan prinsip syari’ah CV Green Life Tirta Sentosa, Kecamatan Balongbendo Kabupaten Sidoarjo yang diidentifikasi dengan aktivitas utama dan aktivitas pendukung?

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk menganalisis rantai nilai (*value chain*) berdasarkan prinsip syari’ah pada CV Green Life Tirta Sentosa, Kecamatan Balongbendo

Kabupaten Sidoarjo yang diidentifikasi dengan aktivitas utama dan aktivitas pendukungnya.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini dapat dirasakan oleh tiga pihak yakni bagi pemilik usaha, bagi peneliti, dan bagi pembaca. Adapun penelitian mengenai “*Value Chain Analysis* Berdasarkan Prinsip Syari’ah Pada CV Green Life Tirta Sentosa, Kecamatan Balongbendo Kabupaten Sidoarjo” akan bermanfaat bagi:

1. **Bagi Pemilik Usaha**

Diharapkan dapat memberi masukan dan memberikan informasi tentang Analisis Rantai Nilai (*Value Chain Analysis*) berdasarkan prinsip syari’ah yang dijalankan oleh **CV Green Life Tirta Sentosa, Kecamatan Balongbendo Kabupaten Sidoarjo** telah efektif dan sesuai dengan prinsip syari’ah atau tidak. Serta dapat memberikan tambahan referensi di bidang pengetahuan produk minuman herbal.

2. **Bagi Peneliti**

Memberikan pengetahuan baru peneliti tentang Analisis Rantai Nilai (*Value Chain Analysis*) berdasarkan prinsip syari’ah. Dan juga mampu memberikan implikasi bagi para konsumen produk **CV Green Life Tirta Sentosa, Kecamatan Balongbendo Kabupaten Sidoarjo** yang nantinya akan dijadikan sebagai objek penelitian khususnya bagi para *marketer* dalam melakukan *monitoring* di lapangan.

3. Bagi Pembaca

Digunakan sebagai sumber informasi dan wacana pengetahuan bagi pembaca yang mengetahui tentang Analisis Rantai Nilai (*Value Chain Analysis*) berdasarkan prinsip syari'ah.

1.5 Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika hasil dari penulisan ini dibagi menjadi lima bab yang bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai isi dari penelitian agar lebih jelas dan lebih terstruktur.

Adapun susunan dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab satu berisi uraian mengenai Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian serta Sistematika Penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab dua berisi uraian mengenai Penelitian Terdahulu, Landasan Teori, Kerangka Pemikiran Penelitian dan Hipotesis Penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab tiga berisi uraian mengenai Rancangan Penelitian, Batasan Penelitian, Identifikasi Variabel, Populasi Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel, Data dan Metode Pengumpulan Data, serta Teknik Analisis Data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN

Dalam bab empat berisi uraian mengenai Hasil Penelitian *Value Chain Analysis* Berdasarkan Prinsip Syari'ah (Studi Kasus Pada CV Green Life Tirta Sentosa, Kecamatan Balongbendo Kabupaten Sidoarjo)

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab lima berisi uraian mengenai Kesimpulan, Keterbatasan Penelitian dan Saran Peneliti, baik untuk peneliti yang akan datang maupun untuk CV Green Life Tirta Sentosa.

