

**PENENTUAN BIAYA PRODUKSI DAN IMPLEMENTASI
ANALISIS *VALUE CHAIN* PADA UMKM ES AQUARIUM DI
ERA PANDEMI COVID-19**

SKRIPSI

diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Akuntansi (S. Akun.)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Akuntansi Syariah



Oleh:
SITTI MARIANI
NIM: E20173008

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Dosen Pembimbing:
Dr. Nur Ika Mauliyah, S. E., M. Ak.
NIP. 198803012018012001

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM (FEBI)
DESEMBER 2023**

**PENENTUAN BIAYA PRODUKSI DAN IMPLEMENTASI
ANALISIS *VALUE CHAIN* PADA UMKM ES AQUARIUM DI
ERA PANDEMI COVID-19**

SKRIPSI

diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Akuntansi (S. Akun.)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Akuntansi Syariah

Oleh:

SITTI MARIANI
NIM: E20173008

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
Disetujui Pembimbing
J E M B E R


Dr. Nur Ika Mauliyah, S. E., M. Ak.
NIP. 198803012018012001

**PENENTUAN BIAYA PRODUKSI DAN IMPLEMENTASI
ANALISIS *VALUE CHAIN* PADA UMKM ES AQUARIUM DI
ERA PANDEMI COVID-19**

SKRIPSI

telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu persyaratan
memperoleh gelar Sarjana Akuntansi (S. Akun.)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Akuntansi Syariah

Hari : Rabu

Tanggal : 13 Desember 2023

Tim Penguji

Ketuan Sidang

Sekretaris

Aminatus Zahriyah, S.E., M.Si.
NIP. 198907232019032012

Agung Parmono, S.E., M.Si.
NIP. 197512162009121002

Anggota:

1. Dr. Rini Puji Astuti, S. Kom., M. Si.
2. Dr. Nur Ika Mauliyah, S. E., M. Ak.

Menyetujui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. H. Ubaidillah, M. Ag.
NIP. 196808072000031001

MOTTO

وَيَقُومُوا أَوْفُوا الْمِكْيَالَ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ وَلَا تَبْخَسُوا
النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْتُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ ﴿٨٥﴾

“Dan Syu’aib berkata: Hai kaumku, cukuplah takaran dan timbangan dengan adil, dan janganlah kamu merugikan manusia terhadap hak-hak mereka dan janganlah kamu membuat kejahatan di muka bumi dengan membuat kerusakan.” (QS. Hud: 85)¹



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

¹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemah (QS. Hud ayat 85)*, (Bandung: PT Sygma Examedia Arkanleema, 2015), hlm. 279

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah wasyukurillah ala nikmatillah, segala puji bagi Allah SWT, shalawat serta salam selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, saya persembahkan karya tulis ini kepada:

1. Kedua orang tuaku (Bapak Syamsul Arifin dan Ibu Sunnawati) yang senantiasa memberikan dukungan penuh, dukungan berupa doa dan motivasi maupun dukungan materi untuk terus melanjutkan pendidikan dan menggapai impian.
2. Suami tercinta (Mas'udi) yang selalu memberi motivasi serta dukungan untuk mencapai cita-cita.
3. Sahabat-sahabatku yang telah menemani dan juga memberi semangat.
4. Keluarga besar tercinta yang selalu memberikan semangat serta dukungan agar tidak pantang menyerah dalam segala hal.
5. Segenap guru dan dosen, semoga ilmu yang diberikan bermanfaat dan barokah, aamiin.
6. Seluruh teman-teman jurusan Akuntansi Syariah angkatan 2017, terkhusus kelas AKS1 yang telah sama-sama saling menguatkan serta saling memberikan semangat untuk tetap berjuang menyelesaikan pendidikan ini.
7. Almamaterku, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq (UIN KHAS) Jember, dan seluruh dosen UIN KHAS Jember khususnya dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang bersedia meluangkan waktu dan tenaganya untuk memberikan ilmunya kepada penulis.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul **“Penentuan Biaya Produksi dan Implementasi Analisis Value Chain pada UMKM Es Aquarium di Era Pandemi Covid-19”**.

Sholawat serta salam semoga tetap tercurah limpahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membimbing kita dari zaman Jahiliyah menuju zaman yang penuh Hikmah dan Maghfirah.

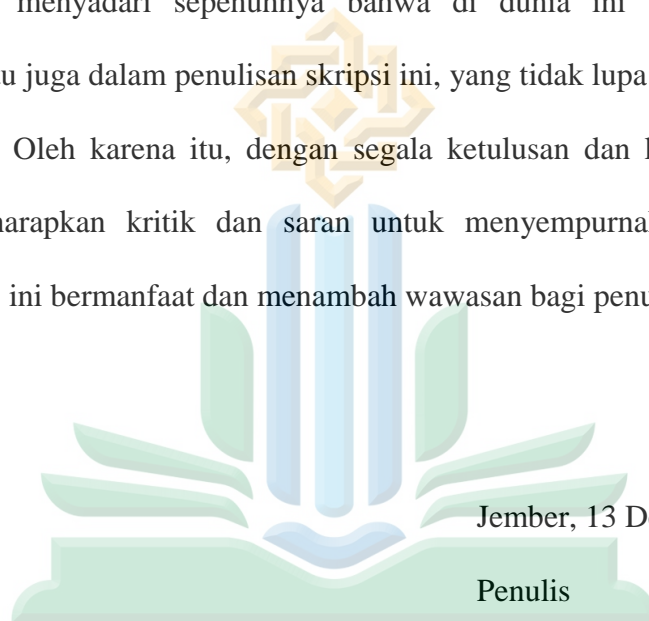
Penulisan skripsi ini adalah sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Unuversitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq (UIN KHAS) Jember guna mendapatkan gelar Sarjana Akuntansi (S. Akun.).

Di dalam upaya penyelesaian skripsi ini, peneliti telah penerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu peneliti mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Hepni, S. Ag., M. M., CPEM. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq (UIN KHAS) Jember.
2. Dr. H. Ubaidillah, M. Ag. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
3. Dr. Nur Ika Mauliyah, S. E., M. Ak. Selaku Koordinator Prodi Akuntansi Syariah, serta Dosen Pembimbing Skripsi.
4. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, khususnya yang telah memberikan ilmu kepada penulis sehingga dapat mengetahui ilmu yang tidak diketahui sebelumnya.

5. Pemilik UMKM Es Aquarium serta para karyawan yang telah berkenan menerima penulis untuk melakukan penelitian di warung Es Aquarium tersebut.
6. Segenap informan yang telah berkenan memberikan informasi yang dibutuhkan, sehingga membantu proses penyelesaian penelitian.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa di dunia ini tidak ada yang sempurna begitu juga dalam penulisan skripsi ini, yang tidak lupa dari kekurangan dan kesalahan. Oleh karena itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, penulis mengharapkan kritik dan saran untuk menyempurnakan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat dan menambah wawasan bagi penulis dan pembaca sekalian.



Jember, 13 Desember 2023

Penulis

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER
Sitti Mariani
NIM. E20173008

ABSTRAK

Sitti Mariani, Dr. Nur Ika Mauliyah, S. E., M. Ak. 2023 : *Penentuan Biaya Produksi dan Implementasi Analisis Value Chain pada UMKM Es Aquarium di Era Pandemi Covid-19*

Warung Es Aquarium merupakan salah satu UMKM yang berdiri sejak mewabahnya pandemi Covid-19 di Indonesia. Tujuannya adalah untuk membantu masyarakat yang terkena dampak Covid-19 dalam hal memperoleh makanan dan minuman. Sehingga masyarakat tidak perlu keluar rumah untuk memperolehnya, namun hanya dengan memesan via telepon atau whatsapp (*delivery order*). Tujuan yang lain dari berdirinya UMKM tersebut adalah untuk meminimalisir penularan virus corona.

Berdasarkan latar belakang masalah, maka penulis dapat merumuskan beberapa permasalahan yang menarik untuk dikaji dan dianalisis, diantaranya: (1) Bagaimana penentuan biaya produksi pada Warung Es Aquarium di Era Pandemi Covid-19? (2) Bagaimana implementasi analisis *value chain* pada Warung Es Aquarium di Era Pandemi Covid-19?

Tujuan dari penelitian ini adalah: (1) Untuk mengetahui penentuan biaya produksi pada Warung Es Aquarium di Era Pandemi Covid-19 (2) Untuk mengetahui implementasi analisis *value chain* pada Warung Es Aquarium di Era Pandemi Covid-19.

Dalam penelitian ini metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan penelitian kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif, teknik pengumpulan data menggunakan teknik pengumpulan data wawancara, dokumentasi, dan observasi. Kemudian untuk teknik analisis data menggunakan data deskriptif. Selain itu untuk keabsahan data menggunakan teknik triangulasi sumber.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan: (1) Penentuan biaya produksi di UMKM Es Aquarium meliputi empat unsur yaitu biaya bahan baku langsung seperti buah-buahan, gula, es batu, dan air putih, biaya tenaga kerja langsung yaitu biaya gaji karyawan, biaya overhead pabrik meliputi biaya bahan pelengkap dan biaya peralatan, serta biaya pemasaran dan administrasi umum yaitu biaya promosi atau periklanan. (2) Pengimplementasian analisis *value chain* di UMKM Es Aquarium meliputi dua aktivitas yaitu aktivitas primer dan aktivitas sekunder. Aktivitas primer terdiri dari *inbound logistic* yaitu perolehan bahan baku dan bahan pelengkap, operasi yaitu pengolahan es, *outbound logistic* pengecekan produk, pemasaran dan penjualan yaitu penyebaran brosur di media sosial, dan pelayanan kepada konsumen. Sedangkan aktivitas sekunder terdiri dari pengadaan bahan, pengembangan teknologi seperti gadget, manajemen sumber daya manusia meliputi perekrutan karyawan, dan infrastruktur perusahaan.

Kata Kunci: Penentuan Biaya, *Value Chain*

DAFTAR ISI

COVER	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Penelitian	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
E. Definisi Istilah.....	8
F. Sistematika Pembahasan	13
BAB II : KAJIAN KEPUSTAKAAN	
A. Penelitian Terdahulu	15
B. Kajian Teori	25
BAB III : METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	34

B. Lokasi Penelitian.....	35
C. Subjek Penelitian.....	35
D. Teknik Pengumpulan Data.....	36
E. Analisis Data.....	37
F. Keabsahan Data.....	39
G. Tahap-tahap Penelitian.....	40
BAB IV: PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA	
A. Gambaran Obyek Penelitian.....	42
B. Penajian Data dan Analisis Data.....	48
C. Pemahasan Temuan.....	69
BAB V: PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	76
B. Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA.....	78
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

No. Uraian	Hal
2.1 Persamaan dan Perbedaan Peneliti Terdahulu	22
4.1 Daftar Menu Minuman Dingin Es Aquarium	46
4.2 Daftar Menu Minuman Hangat Es Aquarium.....	47
4.3 Daftar Menu Jus Buah Es Aquarium	47
4.4 Daftar Menu Camilan Es Aquarium	47
4.5 Nama-nama Karyawan, Jabatan, dan Sift Kerja di Warung Es Aquarium ...	48



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DAFTAR GAMBAR

No. Uraian	Hal
4.1 Struktur Organisasi UMKM Es Aquarium	43
4.2 Logo UMKM Es Aquarium	46



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam setiap usaha pasti ada tujuan yang dimiliki untuk ditingkatkan demi kemajuan usahanya. Visi, misi, dan strategi adalah kunci untuk mewujudkan tujuan tersebut. Menjadi tugas manager untuk mengimplikasikan strategi secara efektif untuk dapat dimenangkannya persaingan. Penilaian untuk dapat diketahui tingkat kesuksesan manager dibutuhkan implementasi strategi. Untuk itu dalam penilaian kinerja membutuhkan sistem pengendalian. Salah satu caranya adalah dengan melakukan inovasi.²

Seiring perkembangan dunia bisnis saat ini menyebabkan semakin cepatnya terjadi perubahan pada lingkungan usaha, sehingga setiap perusahaan harus ada peningkatan persaingan untuk dapat bertahan di dunia bisnis global. Tantangan untuk perusahaan tentunya juga semakin ditingkatkan, oleh karena itu perusahaan juga menuntut perbaikan kinerja menjadi lebih baik lagi. Persaingan adalah inti dari kesuksesan atau kegagalan perusahaan (*Competition is at the core of the success or failure of firms*).³

Dalam perkembangan lingkungan bisnis perusahaan dituntut untuk memenangkan persaingan seiring berkembangnya teknologi. Perubahan tersebut meliputi: persaingan global, teknologi pabrikasi, teknologi informasi, perluasan fokus para konsumen, bentuk baru organisasi manajemen,

² Yanti Puji Astutie, *Penentuan Biaya Strategis melalui Analisis Value Chain pada UMKM Galangan Kapal*, (Jember: Simposium Nasional Akuntansi XX, 2019), hlm. 2.

³ Michael E. Porter, *Strategi Bersaing Teknik Menganalisis Industri dan Pesaing*, (Jakarta: Erlangga, 1995), hlm. 5.

lingkungan sosial, politik, dan budaya. Indonesia sebagai negara berkembang ada kesempatan yang dimiliki untuk menjadi negara maju. Sumber daya alam yang melimpah akan semakin bernilai jika diolah dengan teknologi terkini.⁴ Pengusaha atau pembisnis juga membutuhkan analisis *value chain* (rantai nilai) dalam memajukan atau mengembangkan usahanya.

Analisis *value chain* merupakan mata rantai dari kegiatan-kegiatan yang menciptakan nilai mulai dari diperolehnya sumber daya bahan baku sampai produk dan jasa siap pakai. Analisis *value chain* sebagai alat yang digunakan untuk dapat dipahami secara lebih baik sebagai keunggulan kompetitif untuk diidentifikasi nilai pelanggan dapat meningkat atau mengalami penurunan biaya. Analisis *value chain* merupakan salah satu bagian dari rantai nilai produk dalam pandangan perusahaan. Beberapa perusahaan telah banyak melakukan analisis *value chain*, dalam rangka meningkatkan efisiensi dan laba.

Dalam perkembangan dunia bisnis saat ini menunjukkan dengan memajukan ekonomi dibidang industri serta perubahan dinamis yang terjadi diberbagai bidang terdapat tantangan sekaligus peluang yang dihasilkan. Salah satu hal yang menuntut untuk dapat diatasinya tantangan yang ada dan dimanfaatkannya prospek bisnis yang timbul adalah untuk ditingkatkan daya saing yang tinggi. Analisis rantai nilai (*value chain analysis*) yang berpengaruh efektif dinilai ideal untuk ditingkatkan daya saing yang tinggi untuk dapat diraih kinerja kawasan perdagangan internasional.

⁴ Yanti Puji Astutie. *Ibid.*

Kefektifan rantai nilai merupakan kunci keunggulan kompetitif yang dapat dihasilkan nilai tambah bagi suatu industri. Untuk mendapatkan nilai keunggulan kompetitif pada tingkat bisnis adalah dengan dua cara yaitu pertama sumber daya internal (bertepatan dengan alur atau aktivitas suatu unit beserta unit lainnya) yang dapat dihasilkan kegiatan kordinasi dan sinergi dan kedua adalah sumber daya eksternal (kombinasi dari aktivitas atau kompetisi pihak luar) yang dapat dihasilkan rantai nilai baru dan dibentuknya sebuah aliensi (jaringan).⁵

Esteh Indonesia merupakan salah satu UMKM yang didirikan pada tahun 2018 dengan Haidhar Hibatullah Wurjanto, Dihya Nur Rifqy, Aussie Aundry, serta Edwin Widya sebagai *founder*. Esteh Indonesia pertama kali berjualan di daerah Kemang *Village* dan Blok M dengan hanya menggunakan *Booth* berukuran 1x2 meter. Produk yang dijual pun saat itu hanya es teh manis, es teh lemon, es teh leci, es teh susu, dan *thai tea*. Karena *feedback* yang positif dari *customer* dan permintaan yang cukup banyak, akhirnya pada pertengahan tahun 2018 Esteh Indonesia melakukan penambahan gerai di Mall Ambassador dan Binus Jakarta Barat. Seiring berjalannya waktu, Esteh Indonesia kian digemari oleh semua kalangan mulai dari anak kecil hingga dewasa karena rasa yang enak, harga yang bersahabat, inovasi varian produk, serta sesuai dengan tren yang ada.

Pada pertengahan 2019, Esteh Indonesia pun akhirnya berhasil membuka *outlet* di Pandu Raya Bogor serta mengubah konsep dari yang

⁵ E. M. Porter, *Competitive Advantage-Creating and Sustaining Superior Performance*, (New York: Free Press, 1985), hlm. 275

sebelumnya berjualan di booth menjadi *outlet* grab and go berukuran 3x5 meter dengan total tiga orang karyawan. Selang beberapa bulan kemudian bergabunglah Danu Sofwan dan Brisia Jodie selaku pemegang saham Esteh Indonesia sekaligus *supporting brand* ambassador Esteh Indonesia. Di tengah banyaknya minat dan permintaan akan peluang bisnis tersebut, akhirnya Esteh Indonesia memutuskan untuk membuka kesempatan bisnis dengan konsep kemitraan yang di sahkan pada bulan September 2019. Pada tanggal 11 September 2019, Esteh Indonesia diresmikan menjadi PT. ESTEH INDONESIA MAKMUR.

Pada penghujung tahun 2019, dari total cabang Esteh yang hanya berjumlah tiga *outlet* berhasil bertambah menjadi sebanyak 19 *outlet*. Disamping itu juga Esteh Indonesia menjalin kerjasama dengan *online merchant* ternama seperti GoFood, GrabFood, dan ShopeeFood setelah menganalisis bahwa terdapat daya konsumsi yang cukup tinggi dari segi penjualan *online*. Hal ini tentunya berdampak positif bagi para mitra usaha Esteh Indonesia sebagai sumber profit selain dari pembelian langsung di gerai (*offline*).

Pada awal 2020, dengan permintaan bergabung dengan bisnis kemitraan semakin tinggi meskipun krisis global pandemi Covid-19, pertumbuhan outlet Esteh Indonesia sangat signifikan. Dari yang sebelumnya hanya 19 *outlet* kemudian bertambah hingga mencapai 200 *outlet* pada akhir tahun 2020. Konsep *outlet* pun berubah menjadi lebih simpel dan elegan, namun tetap memiliki ciri khas brand yang sangat kuat. Berlanjut ke tahun

berikutnya, Esteh Indonesia semakin dikenal karena banyaknya kolaborasi dengan brand besar, influencer, dan artis ternama Indonesia sehingga permintaan untuk join makin tinggi.⁶

Di era pandemi *coronavirus disease* yang bermula di kota Wuhan pada akhir tahun 2019 atau biasa disebut Covid-19, menyebabkan bagian-bagian negara di belahan dunia ikut terdampak termasuk di Indonesia. Selain berdampak pada kesehatan, pandemi tersebut juga berdampak pada perekonomian negara. Kelumpuhan perekonomian yang di alami oleh negara Indonesia mengakibatkan meningkatnya angka pengangguran. Sehingga masyarakat harus memutar otak untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, salah satunya dengan membuka usaha sendiri. Penelitian ini membahas tentang suatu usaha bagaimana menentukan biaya strategis dengan menggunakan analisis *value chain* untuk perkembangan usaha tersebut, khususnya mengenai Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan segala bentuk usaha produktif yang dimiliki oleh perorangan atau badan usaha yang sudah cukup memenuhi kriteria menjadi usaha mikro. UMKM berperan penting dalam penciptaan lapangan kerja, promosi distribusi produk serta pengembangan sumber daya manusia, dan merupakan tempat munculnya inovasi serta kewirausahaan. Pada perekonomian Indonesia, UMKM adalah kelompok usaha terbesar serta tahan pada berbagai jenis kerusakan akibat dari

⁶ <https://www.estehindonesia.com/>

krisis ekonomi yang terjadi. Salah satunya yang merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yaitu Warung Es Aquarium.

Warung Es Aquarium merupakan salah satu UMKM yang berdiri sejak mewabahnya pandemi Covid-19 di Indonesia. Tujuannya adalah untuk membantu masyarakat yang terkena dampak Covid-19 dalam hal memperoleh makanan dan minuman. Sehingga masyarakat tidak perlu keluar rumah untuk memperolehnya, namun hanya dengan memesan via telepon atau *whatsapp* (*delivery order*). Tujuan yang lain dari berdirinya UMKM tersebut adalah untuk meminimalisir penularan virus corona.

Perekonomian yang mulai tidak stabil akibat mewabahnya virus Covid-19 mengakibatkan masyarakat mengurangi daya beli kebutuhan yang tidak bersifat primer (kebutuhan pokok). Hal ini yang dapat dimanfaatkan oleh UMKM Es Aquarium dengan memberikan harga produk yang cukup terjangkau untuk semua kalangan dengan kualitas produk yang baik. Dengan adanya UMKM tersebut juga membuka lapangan kerja baru di tengah mewabahnya virus Covid-19. Hal ini dapat membantu mengurangi pengangguran akibat tersebarnya virus Covid-19.

Dari uraian penjelasan diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “PENENTUAN BIAYA STRATEGIS MELALUI ANALISIS *VALUE CHAIN* PADA UMKM ES AQUARIUM DI ERA PANDEMI COVID-19”.

B. Fokus Penelitian

Sebelum pada rumusan masalah, penulis dapat menguraikan tentang rumusan masalah, rumusan masalah merupakan pernyataan yang dapat menunjukkan jarak antara anggapan dengan kenyataan serta antara rencana dengan pelaksanaannya. Setelah diketahui uraian tentang latar belakang masalah diatas terdapat beberapa rumusan masalah yang akan menjadi pokok masalah untuk dikaji lebih mendalam.

Beberapa rumusan masalah dalam penulisan ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana penentuan biaya strategis pada Warung Es Aquarium di Era Pandemi Covid-19?
2. Bagaimana implementasi analisis *value chain* pada Warung Es Aquarium di Era Pandemi Covid-19?

C. Tujuan Penelitian

Dalam suatu penelitian yang akan dilakukan harus memiliki tujuan dan manfaat yang akan diperoleh dari hasil penelitian. Dalam perumusan suatu penelitian, penulis berpegang pada rumusan masalah. Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui penentuan biaya strategis pada Warung Es Aquarium di Era Pandemi Covid-19
2. Untuk mengetahui implementasi analisis *value chain* pada Warung Es Aquarium di Era Pandemi Covid-19

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi tambahan wawasan atau pengetahuan terhadap masalah yang akan diteliti. Khususnya tentang penentuan biaya strategis melalui analisis value chain di Warung Es Aquarium. Dalam meningkatkan keunggulan kompetitif, serta sebagai tambahan informasi. Penelitian ini juga dapat dijadikan referensi bagi pihak lain untuk melakukan penelitian selanjutnya.

2. Manfaat praktis

a. Bagi penulis

Sebagai wahana bagi peneliti dalam menerapkan ilmu pengetahuan yang dimiliki dengan kenyataan yang ada di lapangan khususnya UMKM Warung Es Aquarium. Dan diharapkan dapat menambah wawasan atau pengetahuan serta pemahaman penulis khususnya mengenai Akuntansi Syariah.

b. Bagi pemilik UMKM Warung Es Aquarium

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan pemikiran untuk meningkatkan usaha sehingga dapat memberikan pendapatan yang lebih baik serta maksimal.

E. Definisi Istilah

Definisi istilah yaitu berisi tentang pengertian istilah-istilah penting sehingga menjadi fokus perhatian bagi peneliti dalam judul penelitian.

Tujuannya adalah agar tidak terjadi kesalah pahaman mengenai makna atau arti istilah sebagaimana yang dimaksud oleh peneliti.

1. Biaya

Biaya merupakan suatu pengorbanan dari sumber ekonomi yang dapat diukur dalam satuan uang untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan dapat memberikan keuntungan atau hasil dimasa sekarang dan dimasa yang akan datang. Dalam ilmu akuntansi istilah biaya dipertegas dengan membedakan antara pengertian biaya (*cost*) dengan pengertian biaya sebagai beban (*expense*).⁷ Pendapat lain menjelaskan bahwa biaya adalah suatu pengorbanan yang dapat mengurangi kas atau harta lainnya untuk tercapainya suatu tujuan tertentu, baik yang dibebankan sekarang atau dimasa depan.⁸

Dalam ilmu akuntansi, biaya merupakan suatu pengeluaran atau nilai suatu pengorbanan yang akan dikeluarkan untuk memperoleh suatu manfaat di masa yang akan datang dari suatu barang atau jasa. Pada umumnya, elemen biaya (*cost*) akan dikeluarkan sekali oleh perusahaan, yakni pada saat membeli dan menciptakan barang atau jasa yang dimaksud. Biaya-biaya di dalamnya yakni ongkos kirim, pemasangan, dan lain sebagainya. Barang atau jasa yang sudah dibeli dari biaya tersebut kemudian dapat dicatat sebagai asset perusahaan di neraca keuangan dalam suatu bentuk aset tetap, biaya dibayar dimuka (*prepaid expense*),

⁷ Daljono, *Akuntansi Biaya*. Edisi tiga, (Semarang: Badan Penerbit Semarang, 2011), hlm. 31.

⁸ Mursyidi, *Akuntansi Dasar*, (Bogor: Ghalia Indonesi, 2010), hlm. 45.

persediaan atau *inventory*, atau lainnya. Artinya, aset ini belum mendatangkan manfaat dan keuntungan bagi perusahaan.⁹

Dalam ilmu bisnis dan akuntansi, pengertian biaya yaitu nilai moneter atau sejumlah uang yang dikeluarkan dari perusahaan untuk menghasilkan suatu produk atau jasa. Sedangkan beban yang dikeluarkan mencakup persediaan, bahan baku, tenaga kerja, produk, peralatan, layanan, dan lain sebagainya. Jumlah yang dikeluarkan kemudian dicatat dalam pembukuan sebagai beban. Dalam sudut pandang penjual, jika mereka dapat menjual suatu barang dengan harga yang sama dengan beban pada produksi, maka mereka akan mencapai BEP (*Break Even Point*). Artinya mereka tidak dapat kehilangan uang dari penjualannya, serta tidak mendapatkan keuntungan atau hasil. Dan sebaliknya dalam sudut pandang pembeli, biaya pada suatu produk disebut sebagai harga. Harga yang dimaksud tersebut merupakan jumlah yang dibebankan dari penjual terhadap suatu produk yang sudah termasuk beban untuk mengolah produk tersebut dan *mark-up* yang ditambahkan oleh penjual untuk dihasilkan keuntungan atau laba.¹⁰

2. *Value Chain* (Rantai Nilai)

Value chain (rantai nilai) adalah suatu bentuk strategi yang digunakan dalam memahami keunggulan kompetitif suatu perusahaan dengan cara yang lebih baik, untuk mengidentifikasi di mana nilai pelanggan atau konsumen dapat meningkat atau di mana biaya dapat

⁹ <https://spenmo.id/blog/perbedaan-biaya-dan-beban>

¹⁰ <https://www.jurnal.id/id/blog/pengertian-biaya-jenis-jenis-dan-klasifikasi-dalam-akuntansi-adalah/>

menurun, serta memahami hubungan suatu perusahaan dengan pelanggan dan pemasok, pelanggan dan industri bisnis yang lain. Rantai nilai adalah suatu metode penilaian dimana bisnis dapat dilihat sebagai rantai aktivitas yang mengubah *input* menjadi *output* dan bernilai bagi pelanggan atau konsumen. Nilai bagi pelanggan berasal dari tiga sumber dasar, aktivitas yang dapat membedakan produk, aktivitas yang dapat menurunkan biaya produk, dan aktivitas yang segera memenuhi kebutuhan pelanggan.¹¹

Menurut Kuncoro, *value chain* analisis menggambarkan bahwa suatu perusahaan layaknya sebuah proses yang berkaitan di dalam penciptaan nilai. Nilai merupakan suatu jumlah dimana pembeli bersedia membayarnya untuk sesuatu yang diciptakan atau diproduksi oleh suatu perusahaan. Nilai dapat diukur dari keseluruhan pendapatan, yang merupakan refleksi dari harga yang ditetapkan oleh perusahaan dan jumlah produk yang berhasil terjual. Suatu perusahaan dikatakan menguntungkan apabila nilai dari produk yang diberikan perusahaan kepada produk atau jasanya lebih dari keseluruhan biaya yang dikeluarkan dalam membuat nilai produk tersebut.¹²

Maddepungeng memeberikan definisi *value chain* adalah suatu alat untuk memahami rantai nilai yang membentuk sebuah produk. Rantai nilai berasal dari aktivitas-aktivitas yang dilakukan, mulai dari bahan baku

¹¹ Eka Widiyat Julianto, Darwanto, *Analisis Rantai Nilai (Value Chain) Jagung*, Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol.1 No.1, (2016), 1-15.

¹² Mudrajat Kuncoro, *Strategi bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*, (Jakarta: Erlangga, 2006), hlm.40.

mentah hingga menjadi produk jadi sampai ke tangan konsumen, termasuk juga pelayanan purna jual.¹³

3. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

Istilah UMKM merupakan aktivitas usaha yang didirikan oleh masyarakat, baik berbentuk usaha perorangan maupun badan usaha. Dalam perekonomian di Indonesia, UMKM adalah kelompok usaha yang memiliki dengan jumlah paling besar dan terbukti tahan terhadap berbagai macam guncangan krisis ekonomi. Badan Pusat Statistik (BPS) mendefinisikan UMKM berdasarkan kuantitas tenaga kerja. Usaha kecil merupakan entitas usaha yang memiliki tenaga kerja berjumlah 5 sampai dengan 15 orang, sedangkan usaha menengah adalah entitas usaha yang memiliki tenaga kerja berjumlah 20 sampai 99 orang.

Pada UMKM, pengelolaan atau kepemimpinan biasanya dilakukan sendiri oleh pemiliknya sehingga tidak dapat terhindar dari masalah perangkapan jabatan. Pemilik usaha juga bertindak sebagai pengelola utama usahanya sekaligus sebagai manajer produksi, manajer keuangan, juga sebagai manajer pemasaran. Hal tersebut menjadikan pengelolaan usaha pada UMKM juga tidak maksimal, karena kemampuan seseorang tidak dapat menguasai berbagai hal dalam waktu yang bersamaan.¹⁴

¹³ Andi Maddepungeng, *Analisis Pengaruh Value Chain terhadap Keunggulan Bersaing dalam mencapai Kepuasan Kontraktor pada Perusahaan Ready Mix Beton di Banten*, Jurnal Fondas, Vol.4 No.1, (2015), 38.

¹⁴ Ika Farida Ulfah, *Akuntansi untuk UMKM*, (Surakarta: CV. Ketaka Group, 2016), hlm. 7.

F. Sistematika Pembahasan

Berisi tentang deskriptif alur pembahasan skripsi yang dimulai dari bab pendahuluan hingga bab penutup. Format penulisan sistematika pembahasan ialah dalam bentuk deskriptif naratif, bukan seperti pada daftar isi.¹⁵ Adapun sistematika pembahasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I: Pada bab ini terdiri dari latar belakang, fokus masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi istilah, dan sistematika pembahasan.

BAB II: Pada bab ini akan dipaparkan kajian kepustakaan serta literatur yang berhubungan dengan skripsi. Kajian kepustakaan meliputi penelitian terdahulu yang mencantumkan penelitian sejenis dengan penentuan biaya strategis melalui analisis *value chain*. Dilanjutkan dengan kajian teori yang memuat tentang teori biaya, teori strategi, teori analisis *value chain*. Fungsi dari bab ini yaitu sebagai landasan teori pada bab berikutnya guna menganalisa data yang diperoleh dari suatu penelitian.

BAB III: Bab ini menerangkan metode yang digunakan untuk oleh peneliti dalam penelitiannya. Dalam hal ini peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif.

BAB IV: Bab ini terdiri dari beberapa sub bab, pada bagian ini berisi tentang inti atau hasil penelitian, yang mencakup latar belakang, obyek penelitian, penyajian data, analisis, serta pembahasan temuan.

¹⁵ Babun Suharto, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, (Jember: IAIN Jember Press, 2015), hlm. 42.

BAB V: Bab terakhir ini mencakup kesimpulan penelitian yang dilengkapi dengan saran-saran dari peneliti yang diakhiri dengan penutup.¹⁶



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

¹⁶ *Ibid.*

BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Penelitian Terdahulu

Untuk mengetahui serta memahami lebih luas mengenai Penentuan Biaya Strategis melalui Analisis *Value Chain* pada UMKM Es Aquarium di Era Pandemi Covid-19, maka penulis ingin berusaha membandingkan dengan penelitian-penelitian lain yang berbentuk naratif sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Achmad Arifin tentang Penentuan Biaya Strategis melalui Analisis *Value Chain* pada UMKM CV. Karunia Jaya, diteliti pada bulan November tahun 2019. Hasil dari penelitian yang dilakukan maka pengaplikasian analisis *value chain* sangat diperlukan bagi CV. Karunia Jaya, mengingat pengidentifikasian terhadap biaya yang tidak bernilai tambah sehingga bisa meningkatkan keunggulan kompetitif bagi perusahaan tersebut. Untuk mencapai nilai tersebut yaitu dengan cara mengurangi biaya, dari pembahasan yang sebelumnya diketahui beberapa aktivitas nilai perusahaan yang memiliki nilai krisis yaitu aktivitas nilai. Juga untuk membantu manajemen dalam membuat keputusan strategis dengan mengetahui beberapa aktivitas yang memberikan nilai tambah dan yang tidak memberikan nilai tambah.¹⁷
2. Penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Bahri Situmorang tentang Analisis Rantai Pasok (*Supply Chain*) dan Rantai Nilai (*Value Chain*) Komoditi Beras Ketan (*Oryza sativa var. glutinosa*), (Kasus: Desa Melati II,

¹⁷ Achmad Arifin, Skripsi: "Penentuan Biaya Strategis melalui Analisis *Value Chain* pada UMKM CV. Karunia Jaya", (Jember: UNMUH Jember, 2019), 63.

Kecamatan Perbaungan, Kabupaten Serdang Bedagai). Penelitian tersebut diteliti pada bulan Februari tahun 2021. Hasil dari penelitiannya adalah bahwa struktur rantai pasok beras ketan desa Melati II, Kecamatan Perbaungan terdiri dari tiga saluran utama, yaitu saluran pertama dimulai dari petani, selanjutnya petani menjual beras ketan ke pedagang besar, kemudian pedagang besar menjualnya langsung kepada konsumen akhir. Saluran kedua dimulai dari pedagang besar yang membeli beras ketan langsung dari importir luar daerah, kemudian beras ketan dijual langsung kepada konsumen akhir. Saluran ketiga, dimulai dari petani memproduksi beras ketan, kemudian beras ketan yang sudah diproduksi langsung dijual kepada konsumen akhir. Kemudian untuk struktur rantai nilai (*value chain*) beras ketan di desa Melati II, kecamatan Perbaungan berdasarkan analisis kuantitatif diperoleh margin pemasaran antara tingkat petani dengan pedagang besar yaitu sebesar Rp500/kg dengan rasio margin pemasaran sebesar 50%/kg, serta margin pemasaran antara tingkat pedagang besar dengan tingkat konsumen akhir yaitu sebesar Rp500/kg dengan rasio margin pemasaran sebesar 50%/kg.¹⁸

3. Penelitian yang dilakukan oleh Handayani tentang Analisis Strategi Pemasaran Kain Batik Besurek di Kota Bengkulu, diteliti pada tahun 2018. Hasil dari penelitian tersebut adalah dilatarbelakangi bahwa di Bengkulu masih sedikit yang memiliki industri Batik mandiri, juga kurangnya

¹⁸ Ahmad Bahri Situmorang, Skripsi: “*Analisis Rantai Pasok (supply chain) dan Rantai Nilai (value chain) Komoditi Beras Ketan (oryza sativa var. glutinosa) (Kasus: Desa Melati II, Kecamatan Perbaung, Kabupaten Serdang Bedagai)*”, (Medan: Universitas Sumatera Utara, 2021), hlm. 126-127.

dukungan dari pemerintah, serta kurangnya promosi. Adapun tujuan dari penelitian tersebut adalah mengetahui strategi pemasaran untuk produk Kain Batik Besurek di kota Bengkulu dan kemudian dibandingkan mana yang paling baik dalam menentukan pemasaran Kain Batik Besurek di kota Bengkulu. Hasil penelitian dengan menggunakan bantuan metode analisis SWOT (*Strenght, Weaknesses, Opportunity, Threats*) adalah strategi agresif diantaranya strategi integrasi konsentrik, strategi integrasi horizontal, dan strategi pengembangan produk.¹⁹

4. Penelitian yang dilakukan oleh Nia Amelia Damayanti, Diyah Probowulan, dan Ari Sita Nastiti tentang Analisis Rantai Nilai sebagai Upaya untuk Meningkatkan Keunggulan Kompetitif (studi kasus pada UD. Ijen Batik Bondowoso). Diteliti pada bulan Juni tahun 2021. Hasil dari penelitiannya adalah bahwa berdasarkan analisis yang telah dilakukan pada UD. Ijen Batik, secara keseluruhan UD. Ijen Batik sudah memiliki aktivitas rantai nilai yang cukup baik. Akan tetapi UD. Ijen Batik juga perlu meningkatkan kinerja aktivitas rantai nilai untuk memperkuat persaingan di pasar. Misalnya lebih memperluas jaringan distribusi ke berbagai daerah yang tidak hanya di daerah Bondowoso saja sehingga produk yang dihasilkan UD. Ijen Batik dikenal di berbagai daerah.²⁰
5. Penelitian yang dilakukan oleh Yanti Puji Astutie tentang Penentuan Biaya Strategis Melalui Analisis Value Chain pada UMKM Galangan Kapal,

¹⁹ Handayani, *Analisis Strategi Pemasaran Kain Batik Besurek di Kota Bengkulu*, (Bengkulu: Universitas Bengkulu, 2018), hlm. 166.

²⁰ Nia Amelia Damayanti, Diyah Probowulan, dan Ari Sita Nastiti, *Analisis Rantai Nilai sebagai Upaya untuk Meningkatkan Keunggulan Kompetitif (studi kasus pada UD. Ijen Batik Bondowoso)*, vol. 1 no. 1, 2021, hlm. 23.

diteliti pada tahun 2019. Hasil dari penelitiannya adalah bahwa PT. Tegal Shipyard Utama (TSU) mengalami kenaikan pelanggan akibat kebijakan pemerintah mengenai kelautan dan perikanan. Penambahan fasilitas teknologi *airbag* dihitung dengan menyandingkan dengan teknologi *shipway* yang pertama dimiliki. Analisis *value chain* membantu manajemen dalam membuat pilihan keputusan strategis kapal jenis apakah yang menjadi keunggulan kompetitif pada divisi perbaikan kapal. Dari identifikasi aktivitas pada *value chain* yang diikuti dengan perhitungan pilihan elemen maka dapat diketahui dengan jelas bahwa biaya strategis mengalami penurunan. Nilai pemegang saham meningkat seiring analisis *value chain* dari perhitungan Total Asset, ROI, dan RI. Kemudian keragaman budaya pelanggan tidak mempengaruhi pelayanan dan harga yang ditawarkan kepada pelanggan karena TSU memiliki standarisasi harga jual.²¹

6. Penelitian yang dilakukan oleh Iis Rahayu tentang Analisis Rantai Nilai pada Industri Olahan Ikan Teri Asin Perspektif Etika Bisnis Islam (studi pada UKM Ikan Teri Asin Pulau Pasaran, Teluk Betung Timur, Bandar Lampung). Diteliti pada bulan April tahun 2020. Hasil dari penelitiannya yaitu siklus produksi pada pengolahan produk ikan teri asin pada UKM Pulau Pasaran Bandar Lampung dilakukan dengan menggunakan metode sederhana atau tradisional dimana mereka menggunakan garam sebagai bahan pengawet dan menjemur dengan menggunakan cahaya matahari

²¹ Yanti Puji Astutie. *Ibid*, 20.

guna menetapkan produk dengan kualitas unggul disbanding produk sejenis lainnya. Rantai nilai yang diterapkan pada UKM Ikan Teri Asin di Pulau Pasaran juga masih menggunakan metode tradisional mulai pada logistic kedalam, proses operasional, logistic keluar, pemasaran dan penjualan serta pelayanan purna jual yang juga didukung oleh beberapa aktifitas pendukung yakni administrasi umum, manajemen sumber daya manusia, riset teknologi dan pengembangan serta kegiatan pembelian. Aktifitas rantai nilai di UKM Ikan Teri Asin Pulau Pasaran telah diaplikasikan sesuai dengan etika bisnis Islam namun juga masih ada penyimpangan.²²

7. Penelitian yang dilakukan oleh Aulia Syarif Nasution tentang Analisis Ekosistem Halal *Value Chain* pada UMKM Medan Marelan. Diteliti pada bulan Agustus tahun 2022. Hasil dari penelitiannya adalah berdasarkan hasil analisis ekosistem rantai halal *value chain* pelaku UMKM telah banyak yang mengetahui tentang apa dan bagaimana ekosistem halal sehingga pelaku UMKM di daerah Medan Marelan telah menerapkan ekosistem halal dengan baik. Walaupun banyak kendala yang dihadapi para pelaku UMKM tetapi mereka tetap mempertahankan ekosistem halal dengan strategi yang baik, sehingga ekosistem halal tetap terjaga kehalalannya. Berdasarkan hasil *value chain* sebagai nilai tambah bagi pelaku UMKM masih sedikit yang mengetahui *value chain* sehingga

²² Iis Rahayu, Skripsi, “Analisis Rantai Nilai pada Industri Olahan Ikan Teri Asin Perspektif Etika Bisnis Islam (studi pada UMKM Ikan Teri Asin Pulau Pasaran, Teluk Betung Timur, Bandar Lampung)”, (Bandar Lampung: UIN Raden Intan Lampung, 2020), hlm. 151, 153, 155.

ekosistem halal yang dijalankan dengan baik tidak menghasilkan nilai tambah bagi pelaku UMKM.²³

8. Penelitian yang dilakukan oleh Suwaibah tentang Analisis Penerapan Halal *Value Chain* (Nilai Rantai Halal) Pada UMKM (studi di Toko Roti Wirda *Cake*, Gempong Merduati, Kota Banda Aceh). Diteliti pada bulan Juni tahun 2022. Hasil dari penelitiannya adalah penerapan halal *value chain* pada UMKM di Toko Roti Wirda *Cake* sudah memiliki legalitas halal dengan dibuktikan adanya sertifikat halal dari MUI. Namun, dari penelitian penulis tentang penerapan halal *value chain* di Toko Roti Wirda *Cake* tersebut, penulis bisa menyatakan hanya 75% yang sesuai dengan ketentuan kehalalan produk. Dikarenakan ada beberapa hal seperti: a) Bahan baku yang digunakan untuk proses produksi tidak semua memiliki label halal MUI, namun sebagian besar produk bahan bakunya sudah memiliki label halal MUI, b) Proses produksi untuk penempatan bahan adonannya tidak tertata, dan telur yang digunakan tidak dicuci terlebih dahulu, namun telur yang digunakan semuanya adalah telur yang berkualitas baik dan bergizi, sehingga aman untuk dikonsumsi, c) Proses pengolahan sebagian karyawan tidak konsisten dalam memakai sarung tangan, masker, dan penutup.²⁴
9. Penelitian yang dilakukan oleh Siti Saridatul Ladidah tentang Analisis Akuntansi Biaya Produksi pada Praktik *Value Chain* di UMKM Ijen Batik

²³ Aulia Syarif Nasution, Skripsi: “*Analisis Ekosistem Halal Value Chain pada UMKM Medan Marelan*”, (Medan: Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, 2022), hlm. 65.

²⁴ Suwaibah, Skripsi: “*Analisis Penerapan Halal Value Chain (Nilai Rantai Halal) pada UMKM (studi di toko Roti Wirda Cake, Gempong Merduati, kota Banda Aceh)*”, (Banda Aceh: Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2022), hlm. 158.

Kecamatan Tamanan Kabupaten Bondowoso. Diteliti pada bulan November 2022. Hasil dari penelitiannya adalah aktivitas *value chain* di UMKM Ijen Batik terdapat dua aktivitas yaitu aktivitas primer dan pendukung. Aktivitas primer meliputi *inbound* logistik, operasi (proses), *outbound* logistik pemasaran dan penjualan, serta pelayanan. Sedangkan aktivitas pendukung meliputi infrastruktur, manajemen SDM, pengembangan teknologi, dan pengadaan atau pembelian. Pencatatan biaya produksi batik pada praktik *value chain* di UMKM Ijen Batik sudah cukup lengkap, akan tetapi perhitungan biaya produksi masih sangat sederhana. Biaya produksi yang diperhitungkan oleh UMKM Ijen Batik meliputi biaya bahan baku seperti kain mori, lilin atau malan, pewarna, dan *waterglass*, tenaga kerja langsung seperti tenaga kerja bagian pencantingan, penjiplakan, pewarnaan, fiksasi dan pelodoran, serta biaya *overhead*. Jadi hasil dari biaya produksi batik di UMKM Ijen Batik cukup baik dan harga masih terjangkau sehingga masih banyak diminati oleh konsumen. Hal ini juga dapat dilihat dari harga jual batik sehingga UMKM Ijen Batik mendapatkan profit yang tinggi serta mampu bertahan secara berkala.²⁵

10. Penelitian yang dilakukan oleh Adriyansya Lihawa, Hendra Uloli, dan Abdul Rasyid tentang Analisis Rantai Nilai (*value Chain*) pada Komoditas Jagung. Diteliti pada bulan November tahun 2021. Hasil dari penelitiannya adalah rantai nilai jagung berdasarkan analisis kuantitatif diperoleh margin

²⁵ Siti Saridatul Ladidah, Skripsi: “Analisis Akuntansi Biaya Produksi pada Praktik Value Chain di UMKM Ijen Batik Kecamatan Tamanan Kabupaten Bondowoso”, (Jember: UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2022), hlm. 121-122.

tertinggi dari pelaku rantai nilai adalah pedagang lokal sebesar 377.500 kg atau 36,17%. Setiap pelaku rantai nilai utama melaksanakan aktivitas utama dan aktivitas pendukung meskipun pelaku utama rantai nilai petani jagung pada aktivitas pendukung yaitu aktivitas infrastruktur pelaku utama rantai nilai masih kurang terorganisir. Selain itu, kelemahan juga terdapat pada aktivitas utama pelaku utama rantai nilai jagung pada aktivitas operasi, pada proses pemeliharaan tanaman yang menyebabkan hasil produksi jagung kurang optimal.²⁶

Table 2.1
Persamaan dan Perbedaan Peneliti Terdahulu

No.	Nama dan tahun	Judul penelitian	Perbedaan	Persamaan
1.	Achmad Arifin, 2019	Penentuan Biaya Strategis melalui Analisis Value Chain pada UMKM Karunia Jaya CV.	Penelitian ini objeknya adalah bukan pada UMKM melainkan di atasnya, yaitu pada CV. Karunia Jaya.	Penelitian ini juga mengenai penentuan harga strategis dan analisis <i>value chain</i> .
2.	Ahmad Bahri Situmorang, 2021	Analisis Rantai Pasok (<i>Supply Chain</i>) dan Rantai Nilai (<i>Value Chain</i>) Komoditi Beras Ketan (<i>Oryza sativa var. glutinosa</i>), (Kasus: Desa Melati II, Kecamatan Perbaungan, Kabupaten Serdang Bedagai)	Pada penelitian ini pembahasannya tidak hanya pada analisis <i>value chain</i> (rantai nilai), melainkan juga tentang <i>supply chain</i> (rantai pasok).	Penelitian ini juga membahas analisis <i>value chain</i> (rantai nilai).

²⁶ Adriyansya Lihawa, Hendra Uloli, dan Abdul Rasyid, "Analisis Rantai Nilai (*Value Chain*) pada Komoditas Jagung", *Jambura Industri Review*, Vol. 1 No. 2 (November, 2021), 102.

No.	Nama dan tahun	Judul penelitian	Perbedaan	Persamaan
3.	Handayani, 2018	Analisis Strategi Pemasaran Kain Batik Besurek di Kota Bengkulu	Pada penelitian ini tidak membahas tentang analisis value chain. Dan tujuannya adalah untuk mengetahui strategi pemasaran suatu produk, yaitu kain batik Besurek.	Tujuannya untuk mengetahui strategi pemasaran produk demi kemajuan usahanya.
4.	Nia Amelia Damayanti, Diyah Probowulan, Ari Sita Nastiti, 2021	Analisis Rantai Nilai sebagai Upaya Meningkatkan Keunggulan Kompetitif (studi kasus pada UD. Ijen Batik Bondowoso)	Objek penelitiannya ialah bukan pada UMKM melainkan pada UD. Ijen Batik Bondowoso	Penelitian ini juga membahas mengenai analisis <i>value chain</i> (rantai nilai).
5.	Yanti Puji Astutie, 2019	Penentuan Biaya Strategis Melalui Analisis Value Chain pada UMKM Galangan Kapal	Objek penelitiannya adalah pada UMKM Galangan Kapal.	Penelitian ini juga membahas mengenai penentuan biaya strategis menggunakan analisis <i>value chain</i> (rantai nilai).
6.	Iis Rahayu, 2020	Analisis Rantai Nilai pada Industri Olahan Ikan Teri Asin Perspektif Etika Bisnis Islam (studi pada UKM Ikan Teri Asin Pulau Pasaran, Teluk Betung Timur, Bandar Lampung)	Penelitian ini dilakukan dengan perspektif Etika Bisnis Islam.	Penelitian ini juga membahas tentang analisis <i>value chain</i> .

No.	Nama dan tahun	Judul penelitian	Perbedaan	Persamaan
7.	Aulia Syarif Nasution, 2022	Analisis Ekosistem Halal <i>Value Chain</i> pada UMKM Medan Marelan	Penelitian ini lebih fokus pada ekosistem halal <i>value chain</i>	Sama-sama membahas tentang analisis <i>value chain</i> pada UMKM
8.	Suwaibah, 2022	Analisis Penerapan Halal <i>Value Chain</i> (Nilai Rantai Halal) Pada UMKM (studi di Toko Roti Wirda Cake, Gempong Merduati, Kota Banda Aceh)	Penelitian ini berfokus pada penerapan halal <i>value chain</i>	Sasaran penelitiannya adalah UMKM
9.	Siti Saridatul Ladidah, 2022	Analisis Akuntansi Biaya Produksi pada Praktik <i>Value Chain</i> di UMKM Ijen Batik Kecamatan Tamanan Kabupaten Bondowoso	Penelitian ini tentang analisis akuntansi biaya produksi	Sasaran dari penelitian ini juga pada UMKM
10.	Adriyansya Lihawa, Hendra Uloli, dan Abdul Rasyid, 2021	Analisis Rantai Nilai (<i>value Chain</i>) pada Komoditas Jagung	Objek dari penelitian ini adalah pada komoditas jagung	Penelitian ini juga membahas tentang Analisis rantai nilai (<i>value chain</i>)

Sumber, Data dari penelitian terdahulu, 2022

Ada beberapa perbedaan dari semua penelitian terdahulu di atas dengan penelitian ini. Perbedaan dari segi obyek penelitiannya, yaitu bukan hanya pada UMKM melainkan pada komoditas tanaman, UD, dan CV. Kemudian pada fokus penelitiannya tidak hanya pada penentuan harga dan analisis *value chain*, melainkan ada yang fokus pada *supply chain*, strategi pemasaran produk, analisis *value chain* berdasarkan perspektif etika bisnis

islam, fokus pada ekosistem halal *value chain*, penerapan halal *value chain*, dan analisis akuntansi biaya. Sedangkan persamaan dari semua penelitian terdahulu di atas dengan penelitian ini adalah pada fokus penelitiannya yaitu tentang penentuan harga dan analisis *value chain*. Sedangkan obyek penelitiannya juga pada UMKM.

B. Kajian Teori

1. Biaya Strategis

a. Pengertian Biaya Strategis

Biaya merupakan suatu pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan akan memberikan keuntungan sekarang atau dimasa yang akan datang. Dalam ilmu akuntansi istilah biaya dipertegas dengan membedakan antara pengertian biaya (*cost*) dengan biaya sebagai beban (*expense*).²⁷ Pendapat lain menjelaskan bahwa biaya adalah suatu pengorbanan yang dapat mengurangi kas atau harta lainnya untuk mencapai tujuan, baik yang dapat dibebankan sekarang atau dimasa yang akan datang.²⁸

Sedangkan pengertian strategis adalah penempatan misi sasaran organisasi dengan mengingat kekuatan eksternal dan internal dalam perumusan kebijakan tertentu untuk mencapai sasaran serta dapat memastikan implementasinya secara tepat sehingga tujuan sasaran utama dari organisasi tersebut akan tercapai.

²⁷ Daljono, *Ibid.*

²⁸ Mursyidi, *Ibid.*

Jadi biaya strategis adalah strategi unggul yang dikembangkan serta diidentifikasi oleh penggunaan data biaya untuk menghasilkan keunggulan bersaing yang berkelanjutan. Keunggulan bersaing adalah nilai pelanggan yang lebih baik diciptakan dengan biaya yang sama atau lebih baik dengan biaya yang lebih rendah dibandingkan pesaing.

b. Klasifikasi Biaya

Klasifikasi biaya dapat digolongkan menjadi lima golongan, yaitu sebagai berikut:

1) Objek pengeluaran

Penggolongan biaya menurut obyek pengeluaran merupakan dasar penggolongan biaya yang terdiri dari:

- a) Biaya bahan baku
- b) Biaya tenaga kerja langsung
- c) Biaya *overhead*

2) Fungsi pokok dalam perusahaan

Dalam perusahaan manufaktur, ada tiga fungsi pokok, yaitu:

- a) Biaya produksi, yaitu biaya-biaya yang digunakan untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap dijual. Menurut objek pengeluarannya, secara garis besar biaya produksi ini dibagi menjadi: biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik.
- b) Biaya pemasaran, yaitu biaya-biaya yang diperlukan untuk melaksanakan kegiatan pemasaran produk. Contohnya: biaya

iklan, biaya promosi, biaya angkutan dari gudang perusahaan ke gudang pembeli, gaji karyawan bagian yang melaksanakan kegiatan pemasaran, dan biaya contoh (*sample*).

c) Biaya administrasi dan umum, yaitu biaya-biaya untuk mengkoordinasikan kegiatan produksi dan pemasaran produk. Contoh biaya ini adalah biaya gaji karyawan bagian keuangan, akuntansi personalia, dan bagian hubungan masyarakat, biaya pemeriksaan akuntan, dan biaya *photocopy*.

3) Hubungan biaya dengan sesuatu yang dibiayai

Sesuatu yang dibiayai dapat berupa produk atau departemen. Dalam hubungannya dengan sesuatu yang dibiayai, biaya dapat dikelompokkan menjadi dua golongan, yaitu:

a) Biaya langsung (*direct cost*) merupakan biaya yang terjadi, yang penyebab satu-satunya adalah karena adanya sesuatu yang

dibiayai. Kaitannya dengan produk, biaya langsung terdiri dari biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.

b) Biaya tidak langsung (*indirect cost*) merupakan biaya yang terjadinya tidak hanya disebabkan oleh sesuatu yang dibiayai.

Biaya tidak langsung dalam hubungannya dengan produk disebut dengan istilah biaya produksi tidak langsung atau biaya overhead pabrik.

4) Perilaku biaya dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan, biaya dibagi menjadi empat, yaitu:

- a) Biaya variabel (*variable cost*), yaitu biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Contohnya: biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung.
 - b) Biaya semi variabel adalah biaya yang berubah tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Biaya semi variable mengandung unsur biaya tetap dan biaya variable. Contoh: biaya listrik yang digunakan.
 - c) Biaya semi *fixed* merupakan biaya yang tetap untuk tingkat volume kegiatan tertentu dan berubah dengan jumlah yang konstan pada volume produksi tertentu.
 - d) Biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya tetap dalam kisar volume kegiatan tertentu. Contohnya, gaji direktur produksi.
- 5) Jangka waktu manfaatnya, biaya dibagi dua bagian, yaitu:
- a) Pengeluaran modal (*capital expenditure*) adalah biaya yang memiliki manfaat lebih dari satu periode akuntansi (biasanya periode akuntansi adalah satu tahun kalender). Contoh, pengeluaran untuk pembelian aktiva tetap.
 - b) Pengeluaran pendapatan (*revenue expenditure*), yaitu biaya yang hanya memiliki manfaat dalam periode akuntansi terjadinya pengeluaran tersebut. Contohnya: biaya iklan, biaya telex, dan biaya tenaga kerja.²⁹

²⁹ Mulyadi, *Akuntansi Biaya Edisi Lima*, (Yogyakarta: UPP STIM KPN, 2015), hlm. 13-16.

2. Analisis *Value Chain*

a. Pengertian Analisis *Value Chain*

Analisis *value chain* (rantai nilai) adalah suatu kumpulan yang terkait dengan aktivitas penciptaan nilai, yaitu dimulai dari bahan baku dasar yang datang dari pemasok kemudian bergerak ke rangkaian aktivitas penambahan nilai (*value added*), yang mencakup produksi dan pemasaran produk berupa barang atau jasa, dan diakhiri dengan distribusi untuk dapat diterimanya produk oleh konsumen akhir.³⁰

Analisis *value chain* mengacu pada sebuah proses dimana perusahaan dapat menentukan biaya yang terkait dengan aktivitas organisasional mulai dari pembelian bahan mentah yang kemudian dilakukan proses produksi hingga pemasaran barang tersebut.³¹

Rantai nilai (*value chain*) merupakan sebuah perspektif dimana bisnis dipandang sebagai rantai kegiatan dalam mengubah *input* menjadi *output* yang memberikan nilai kepada pelanggan. Sedangkan analisis rantai nilai adalah sebuah analisis yang mencoba untuk memahami bagaimana suatu bisnis dapat menciptakan nilai bagi pelanggan (*customer value*) dengan menguji kontribusi dari kegiatan yang dalam suatu perusahaan.³²

Jadi dapat disimpulkan bahwa *Value Chain* merupakan suatu proses perusahaan dalam menentukan biaya yang terkait dengan

³⁰ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), hlm. 66.

³¹ Fred R. David, *Manajemen Strategis*, (Jakarta: Salemba Empat, 2012), hlm. 227.

³² J. A. Pearce dan R. B. Robinson, *Manajemen Strategi*, (Jakarta: Salemba Empat, 2007), hlm. 158.

aktivitas penciptaan nilai suatu perusahaan yang dimulai dari proses *input* menjadi *output* serta diterimanya produk oleh konsumen atau pelanggan.

b. Tujuan *Value Chain*

Analisis *value chain* bertujuan untuk mengidentifikasi keunggulan serta kelemahan biaya rendah yang ada di sepanjang rantai nilai mulai dari bahan mentah hingga sampai pada pelayanan konsumen atau pelanggan.³³

Tujuan dari analisis *value chain* adalah untuk menunjukkan pada titik-titik dimana dalam rantai nilai yang dapat mengurangi biaya atau memberikan nilai tambah.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa tujuan dari analisis *value chain* adalah untuk mengidentifikasikan keunggulan serta kelemahan dari aktivitas pada rantai nilai.

c. Konsep *Value Chain*

Value chain terbagi atas dua jenis aktivitas dan di dalam aktivitas tersebut dibagi pada beberapa kategori yaitu sebagai berikut:

1) Aktivitas Primer (*Primary Activities*)

- a) Logistik ke dalam (*inbound logistic*), yaitu proses kegiatan yang berhubungan dengan penerimaan, penyimpanan, dan penyebaran masukan ke produk.

³³ Fred R. David. *Ibid.*

- b) Operasi (*operation*), yaitu kegiatan yang berhubungan dengan mengubah input menjadi bentuk produk akhir (*output*).
 - c) Logistik ke luar (*outbound logistic*), yaitu aktivitas yang berhubungan dengan pengumpulan, penyimpanan, dan mendistribusikan produk kepada pembeli.
 - d) Pemasaran dan penjualan (*marketing and sales*), yaitu kegiatan yang berhubungan dengan penyediaan sarana dimana pembeli dapat membeli produk dan mendorong mereka untuk melakukannya.
 - e) Pelayanan (*service*), yaitu kegiatan yang berhubungan dengan penyediaan layanan untuk meningkatkan atau meningkatkan nilai produk.
- 2) Aktivitas Sekunder (*Support Activities*)
- a) Pengadaan (*procurement*), yaitu mengacu pada aktivitas-aktivitas yang dilakukan untuk pembelian *input* yang diperlukan dalam kegiatan produksi dalam rantai nilai perusahaan, bukan untuk *input* yang dibeli sendiri.
 - b) Pengembangan teknologi (*technology development*), yaitu terdiri dari berbagai kegiatan yang dapat dikelompokkan menjadi upaya untuk meningkatkan produk dan proses yang digunakan perusahaan.
 - c) Manajemen sumber daya manusia (*human resource management*), yaitu terdiri dari kegiatan yang terlibat dalam

merekrut, menyewa, pelatihan, pengembangan, dan kompensasi dari semua jenis personil.

- d) Infrastruktur perusahaan (*firm infrastructure*), yaitu terdiri dari sejumlah kegiatan termasuk manajemen umum, perencanaan, keuangan, akuntansi, hukum, urusan pemerintahan, dan manajemen mutu.³⁴



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

³⁴ Michael E. Porter, *Competitive Advantage (Keunggulan Bersaing)*, (Tangerang Selatan: Karisma Publishing Group, 2007), hlm. 57

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode penelitian didefinisikan sebagai suatu kegiatan ilmiah yang sudah terencana, terstruktur, sistematis, serta memiliki tujuan-tujuan tertentu baik praktis maupun teoritis.³⁵ Dalam penelitian ini, penulis dituntut untuk mengetahui serta memahami metode dan sistematika penelitian. Adapun dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kualitatif, yaitu:

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/ kualitatif, serta hasil penelitian dengan metode kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi.³⁶

Metode kualitatif digunakan oleh peneliti dalam penelitiannya untuk mendeskripsikan secara sistematis data-data yang diperoleh dari fakta yang ada di lapangan dan kemudian diberi analisa. Jenis penelitian ini yaitu penelitian deskriptif, penelitian ini merupakan tipe penelitian yang menggambarkan atau menjabarkan mengenai suatu obyek penelitian berdasarkan karakteristik yang dimiliki. Penelitian deskriptif kualitatif

³⁵ J. R. Raco, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: PT. Grasindo, 2010), hlm. 5.

³⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 9.

memiliki tujuan untuk menjelaskan fenomena sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data. Jika data yang terkumpul sudah mendalam dan bisa menjelaskan fenomena yang diteliti, maka tidak perlu mencari sampling lainnya.³⁷

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dalam penelitian ini yaitu di desa Bluto Kecamatan Bluto Kabupaten Sumenep. Alasan peneliti memilih desa Bluto Kecamatan Bluto Kabupaten Sumenep dalam penelitian ini karena merupakan desa tetangga tempat tinggal peneliti sendiri. Dan ketepatan *owner/* pemilik UMKM Es Aquarium merupakan saudara peneliti sendiri yang berinisiatif untuk membuka usaha tersebut karena ingin membantu masyarakat yang terdampak virus corona untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Salah satunya yaitu untuk memenuhi kebutuhan makan dan minum. Warung Es Aquarium tersebut menyediakan sistem *Delivery Order* (pesan antar). Jadi pelanggan bisa memesan dari rumah (tidak perlu keluar rumah) saat pandemi Covid-19.

C. Subjek Penelitian

Menurut Farida Nugrahani, subjek penelitian merupakan orang dalam latar penelitian, yaitu orang yang dimanfaatkan untuk memberi informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian³⁸. Teknik penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive*, yaitu peneliti melakukan observasi dan wawancara terhadap orang-orang yang dipandang tahu dan paham mengenai obyek atau situasi dan kondisi masalah yang akan diteliti

³⁷ Rahmat Kriyatono, "Pengantar" dalam Burhan Bungin, *Teknik Praktik Riset Komunikasi Edisi Pertama*, (Jakarta: Kencana, 2009), hlm. 59.

³⁸ Farida Nugrahani, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Solo: Cakra Books, 2014), hlm. 61-62.

tersebut.³⁹ Penentuan sumber data terhadap orang yang diwawancarai dilakukan secara *purposive* yaitu dipilih dengan beberapa pertimbangan dan tujuan tertentu. Dalam penelitian ini yang menjadi subjek penelitian adalah:

1. Nur Hidayat sebagai *owner* / pemilik UMKM Warung Es Aquarium
2. Noradilla Dwi sebagai manajer/ pimpinan di Warung Es aquarium
3. Fina Fatila sebagai karyawan bagian kasir atau keuangan di Warung Es Aquarium
4. Nur Aini sebagai karyawan salah satu bagian pelayanan di Warung Es Aquarium
5. Tantri Aprianti sebagai salah satu karyawan di bagian juru masak

D. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian kualitatif, pengumpulan data dilakukan dengan *natural setting* (kondisi yang alamiah) serta sumber data primer dan teknik pengumpulan data lebih banyak observasi yang secara terang-terangan (*over observation*), dan observasi yang semi struktur, wawancara mendalam (*in depth interview*) kemudian dokumentasi.⁴⁰ Sumber data diperoleh melalui *library research*, yaitu penelitian kepustakaan, dimana dalam penelitian ini penenliti mengumpulkan data dari literatur serta mempelajari buku-buku petunjuk teknis dan teori-teori yang dapat digunakan sebagai bahan penelitian skripsi serta *field work research*, yaitu penelitian langsung ke lapangan.⁴¹

³⁹ Sugiyono, *Ibid*, 219.

⁴⁰ Sugiyono. *Ibid*, 225.

⁴¹ Yuliana Ullen, "Strategi Komunikasi Bisnis PT. Alif Persada Nusantara dalam Meningkatkan Penjualan garden Hills Estate Tahun 2013", *Jurnal Ilmu Komunikasi*, No. 3, (2015), hlm. 134-144.

1. Observasi

Observasi merupakan dasar semua ilmu pengetahuan. Para ilmuwan hanya dapat bekerja berdasarkan data, yaitu fakta mengenai dunia nyata yang diperoleh melalui observasi. Observasi yang secara terang-terangan.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan observasi terstruktur. Alasan peneliti menggunakan observasi terstruktur karena sejak awal peneliti sudah berstruktur kepada sumber data bahwa peneliti akan melakukan penelitian. Jadi, sumber data mengetahui sejak awal sampai akhir tentang aktivitas peneliti. Observasi di sini digunakan untuk mengamati secara langsung tentang bagaimana penentuan biaya strategis melalui analisis *value chain* pada Warung Es Aquarium di Kecamatan Bluto Kabupaten Sumenep.

2. Wawancara

Wawancara merupakan proses tanya jawab yang dilakukan secara langsung dengan lisan antara dua orang atau lebih bertatap muka mendengarkan langsung informasi atau keterangan-keterangan dalam sebuah penelitian.⁴²

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pedoman wawancara semi struktur, dimana peneliti memberikan pertanyaan-pertanyaan yang diajukan kepada narasumber atau subjek penelitian, kemudian satu persatu diperdalam dengan mengorek keterangan lebih lanjut. Tujuannya adalah untuk mendapatkan informasi tentang hal-hal yang berkaitan dengan

⁴² Sugiyono. *Ibid*, 226.

pokok penelitian yaitu tentang penentuan biaya strategis melalui analisis *value chain* pada Warung Es aquarium di Kecamatan Bluto Kabupaten Sumenep.

3. Dokumentasi

Dokumen dalam penelitian kualitatif adalah suatu bahan tertulis atau foto yang dapat digunakan sebagai pendukung bukti penelitian. Penggunaan dokumen sebagai sumber data dalam sebuah penelitian dimaksudkan untuk mendukung dan menambah bukti.⁴³ Adapun data yang diperoleh dari bahan dokumen adalah pemilik UMKM Warung Es Aquarium serta dokumen lain yang relevan diperoleh dari berbagai sumber yang dilakukan validitasnya dalam memperkuat analisis objek pembahasan.

E. Analisis Data

Menurut Sugiyono, analisis data merupakan proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, serta dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih nama yang penting dan yang akan dipelajari, serta membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif

⁴³ Farida Nugrahani. *Ibid*, 109.

dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh.⁴⁴ Aktivitas dalam analisis data terdiri dari:

1. Reduksi Data

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya serta membuang yang tidak perlu. Tujuan dari reduksi data adalah untuk menyederhanakan data yang diperoleh selama penggalian data di lapangan. Maka dalam hal ini, peneliti menyederhanakan data serta membuang data yang tidak ada kaitannya dengan penelitian. Sehingga tujuan penelitian tidak hanya untuk menyederhanakan data namun juga untuk memastikan data yang diolah itu merupakan data yang tercakup dalam scope penelitian.

2. Penyajian Data

Penyajian data merupakan sekumpulan informasi tersusun yang kemungkinan memberikan adanya penarikan kesimpulan. Langkah ini dilakukan dengan menyajikan sekumpulan informasi yang tersusun dan memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan. Hal ini dilakukan dengan alasan data-data yang diperoleh selama proses penelitian kualitatif biasanya berbentuk naratif, sehingga memerlukan penyederhanaan tanpa mengurangi biaya.

⁴⁴ Sugiyono, *Ibid*, 244-246.

3. Verifikasi Data

Kesimpulan atau verifikasi merupakan tahap akhir dari proses analisis data. Pada bagian ini peneliti mengutarakan kesimpulan dari data-data yang telah diperoleh. Kegiatan ini dimaksudkan untuk mencari makna data yang dikumpulkan dengan mencari hubungan, persamaan, serta perbedaan. Penarikan kesimpulan dapat dilakukan dengan cara membandingkan kesesuaian pernyataan dari subjek penelitian dengan makna yang terkandung dengan beberapa konsep dasar dalam penelitian tersebut.⁴⁵

F. Keabsahan Data

Secara umum data harus memenuhi syarat keabsahan (validitas) dan keajegan (kredibilitas). Data penelitian harus memenuhi tingkat kebenaran dan derajat kepercayaan. Teknik pemeriksaan keabsahan data pada dasarnya merupakan teknik yang harus ditempuh untuk menunjukkan bahwa data yang terkumpul benar-benar terdapat secara alami dan umum.⁴⁶

Dalam sebuah penelitian keabsahan data ditentukan untuk memperoleh data yang valid dan dapat dipertanggungjawabkan serta dapat dipercaya oleh semua pihak. Keabsahan data pada penelitian ini menggunakan data triangulasi. Untuk uji validasi data dalam penelitian ini, peneliti menggunakan triangulasi sumber. Triangulasi sumber adalah suatu teknik yang digunakan untuk menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data yang diperoleh melalui beberapa sumber. Misalnya data untuk menguji

⁴⁵ Sandu Siyoto, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), hlm. 122-124.

⁴⁶ *Ibid*, 213.

kredibilitas data tentang gaya kepemimpinan seseorang, maka pengumpulan dan pengujian data yang telah diperoleh dilakukan ke bawahan yang dipimpin, ke atasan yang menugasi, serta ke teman kerja yang merupakan kelompok kerjasama.⁴⁷ Alasan peneliti menggunakan keabsahan data triangulasi teknik sumber yaitu untuk menguji data yang sudah didapatkan oleh peneliti, sudah valid atau belum dengan data yang peneliti teliti untuk penelitian. Data dari beberapa sumber tersebut dideskripsikan, dikategorisasikan, mana pandangan yang sama, yang berbeda, dan mana yang spesifik dari sumber tersebut. Sehingga data yang telah dianalisis menghasilkan kesimpulan, selanjutnya dimintakan kesepakatan (*member check*) dengan sumber-sumber data tersebut.

G. Tahap-tahap Penelitian

Beberapa tahapan penelitian yang dilakukan oleh peneliti diantaranya:

1. Tahap Pra Lapangan

Tahap pra lapangan merupakan tahap dimana peneliti mencari fenomena dan latar belakang serta referensi yang terkait dengan tema lapangan. Peneliti mendapatkan fenomena mengenai penentuan biaya strategis melalui analisis *value chain* pada UMKM Es Aquarium di Kecamatan Bluto Kabupaten Sumenep.

Adapun beberapa tahapan yang diidentifikasi oleh peneliti adalah sebagai berikut:

- a. Menyusun pelaksanaan penelitian
- b. Memilih lokasi penelitian

⁴⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta CV, 2020), 191.

- c. Mengurus surat perizinan penelitian
 - d. Menjajaki dan menilai lapangan
 - e. Memilih dan memanfaatkan informan
 - f. Mempersiapkan perlengkapan-perengkapan penelitian
2. Tahap Pelaksanaan

Dalam tahap kedua ini peneliti memasuki lapangan untuk melihat, memantau, serta meninjau lokasi penelitian di desa Bluto, Kecamatan Bluto Kabupaten Sumenep. Peneliti mulai memasuki obyek penelitian dan mencari serta mengumpulkan data-data dengan beberapa alat yang sudah disediakan baik secara tertulis, rekaman, maupun dokumentasi. Perolehan data tersebut diproses untuk mendapatkan informasi mengenai obyek penelitian.

3. Tahap Analisis Data

Pada tahap ketiga ini, peneliti melakukan teknik analisis data yang diperoleh selama penelitian berlangsung atau selama peneliti berada di lapangan. Peneliti melakukan analisis terhadap beberapa jenis data yang sudah diperoleh dengan cara observasi dan wawancara. Dalam tahap ini peneliti mengkonfirmasi kembali data yang didapat dari lapangan dengan teori yang digunakan.

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Obyek Penelitian

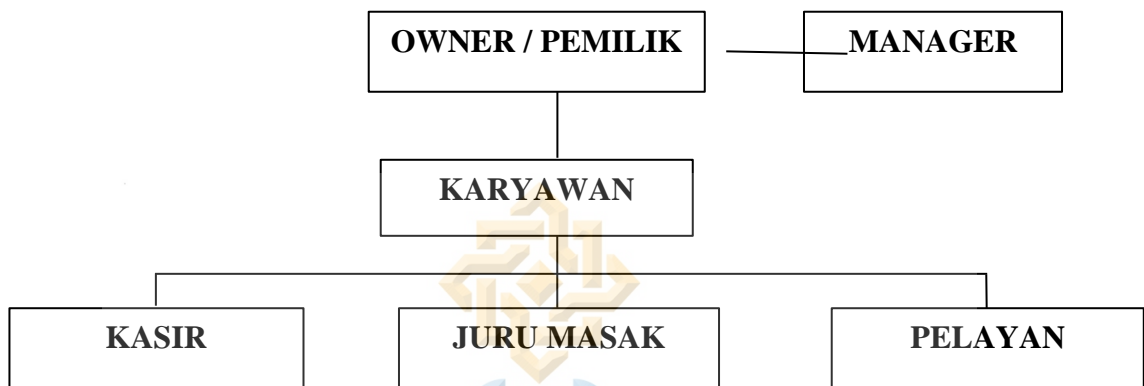
1. Sejarah singkat berdirinya UMKM Es Aquarium

Warung Es Aquarium berdiri sejak 20 April 2019, didirikan oleh seorang sarjana lulusan Universitas Madura di Pamekasan yaitu Nur Hidayat. Pemberian nama Warung Es Aquarium itu sendiri diambil dari usaha yang ditekuni sebelumnya, yaitu menjual ikan serta perlengkapan-perengkapan aquarium. Namun saat virus covid-19 mulai menyebar di Indonesia, pemerintah menerapkan PPKM pada masyarakat. Sehingga untuk kulak ikan serta perlengkapan aquarium ke Surabaya terhambat karena PPKM. Jadi pemilik UMKM tersebut memilih memutar otak yaitu beralih menjual aneka es karena bahan-bahannya tersedia di sekitar. Dari situlah nama Aquarium mulai dikenal masyarakat luas.

Warung Es Aquarium sekarang berada tepat di selatan SMAN 1 Bluto di Jl. Raya Bluto-Sunenep, dari sebelumnya di depan lapangan bola Bung-bungan Jl. Raya Bluto-Errabu. Kini UMKM tersebut sudah memiliki lokasi *outdoor* dan *indoor* dengan tema semi cafe serta tetap mempertahankan ciri khas dari warung Es Aquarium yakni terdapat kolam ikan di sisi warung. Usaha yang dirintis dari sejak 2019 dulu hanya memiliki tiga orang karyawan saja. Dan sekarang sudah berkembang menjadi tujuh orang karyawan dengan pembagian shift kerja yaitu siang dan malam. Setiap karyawan shift siang memiliki jam kerja selama tujuh jam

yaitu mulai pukul 09.00-16.00 WIB. Sedangkan karyawan sifit malam memiliki jam kerja selama enam jam yaitu mulai pukul 16.00-22.00 WIB.

2. Bagan Struktur Organisasi UMKM warung Es Aquarium



Gambar 4.1 Struktur Organisasi UMKM Es Aquarium

3. Visi dan Misi

a. Visi

Menjadi perusahaan yang menyajikan makanan dengan kualitas tinggi dan disukai oleh semua kalangan, baik anak-anak, orang dewasa, maupun orang tua.

b. Misi

- 1) Memberikan pelayanan terbaik kepada seluruh konsumen
- 2) Menyajikan menu-menu terbaik dengan menjaga konsistensi rasa
- 3) Menempatkan pelanggan sebagai prioritas
- 4) Menyediakan tempat yang nyaman untuk pelanggan

4. Tugas dan tanggung jawab

a. *Owner* / pemilik usaha

- 1) Memimpin perusahaan

- 2) Membuat peraturan perusahaan
- 3) Memiliki tanggung jawab atas kerugian perusahaan
- 4) Mengembangkan strategi bisnis
- 5) Menyediakan biaya atau anggaran untuk perusahaan
- 6) Melakukan evaluasi
- 7) Mengeluarkan keputusan
- 8) Melakukan pembelian bahan baku

b. Manager

- 1) Menjadi pemimpin
- 2) Mengendalikan dan mengatur
- 3) Membangun kepercayaan antar anggota
- 4) Meningkatkan kualitas perusahaan
- 5) Melakukan evaluasi
- 6) Pemecah masalah
- 7) Melakukan pembelian bahan baku

c. Karyawan kasir

- 1) Melayani proses transaksi
- 2) Memberikan informasi yang dibutuhkan pelanggan
- 3) Memeriksa dan mencatat data penjualan
- 4) Memeriksa daftar harga produk
- 5) Memeriksa stok barang
- 6) Membuat laporan penjualan

7) Melakukan pembelian bahan baku jika pemilik dan manager tidak dapat melakukannya.

8) Melakukan evaluasi

d. Karyawan juru masak

1) Meracik menu sesuai pesanan

2) Bertanggung jawab mengelola dapur

3) Menyusun menu

4) Melakukan pengecekan packaging

5) Melakukan pengecekan ketersediaan bahan

6) Melakukan pengecekan peralatan dapur

7) Melakukan evaluasi

e. Karyawan pelayan

1) Mengantarkan pesanan kepada pelanggan

2) Mengantarkan pesanan DO (*delivery order*)

3) Melakukan pengecekan menu sesuai nota pesanan

4) Melayani pelanggan dengan ramah

5) Melakukan pembelian bahan baku jika pemilik dan manager tidak dapat melakukannya

6) Melakukan evaluasi

5. Logo UMKM Es Aquarium



Gambar 4.2 Logo UMKM Es Aquarium

6. Menu atau produk dari UMKM Es Aquarium

a. Minuman dingin

Table 4.1
Daftar Menu Minuman Dingin Es Aquarium

NO	MENU	HARGA
1	SUSU BOBA	12.000
2	SUSU TARO	10.000
3	SUSU TARO CINCAU	11.000
4	SUSU TARO BOBA	13.000
5	SUSU CINCAU	10.000
6	SUSU ALPUKAT	11.000
7	SUSU COKLAT	10.000
8	CAPPUCINO ALPUKAT	12.000
9	CAPPUCINO CINCAU	9.000
10	CAPPUCINO	8.000
11	LEMON TEA	9.000
12	LEMON PERAS	9.000
13	JERUK PERAS	6.000
14	JERUK PERAS YAKULT	9.000
15	JERUK NIPIS PERAS	5.000
16	MELON JERUK NIPIS	7.000
17	BUAH MELON	8.000
18	BUAH CAMPUR	8.000
19	THAI TEA	10.000
20	THAI GREEN TEA	10.000
21	MELON SQUASH	9.000
22	YAKULT SQUASH	10.000
23	ES TEH	4.000
24	AIR MINERAL	2.000

Sumber: Dokumentasi Maret 2023

b. Minuman hangat

Table 4.2
Daftar Menu Minuman Hangat Es Aquarium

NO	MENU	HARGA
1	LEMON TEA	9.000
2	LEMON PERAS	9.000
3	JERUK PERAS	6.000
4	JERUK NIPIS	5.000
5	THE HANGAT	4.000
6	KOPI HITAM	4.000
7	KOPI CAPPUCINO	5.000
8	KOPI SUSU	5.000

Sumber: Dokumentasi Maret 2023

c. Jus buah

Table 4.3
Daftar Menu Jus Buah Es Aquarium

NO	MENU	HARGA
1	APEL	7.000
2	SEMANGKA	7.000
3	JERUK	7.000
4	MELON	7.000
5	NANAS	7.000
6	JAMBU	8.000
7	NAGA	9.000
8	ALPUKAT	10.000

Sumber: Dokumentasi Maret 2023

d. Camilan

Table 4.4
Daftar Menu Camilan Es Aquarium

NO	MENU	HARGA
1	CILOK IKAN PEDAS	5.000
2	BAKDABAK	5.000
3	RUJAK BUAH IRIS PETIS	9.000
4	TAHU BAKSO	6.000
5	TAHU BAKSO GORENG	7.000
6	BAKPAU MINI	5.000
7	KENTANG GORENG	9.000

8	PISANG GORENG	8.000
9	PISCOK MIX	8.000
10	PISCOK OREO	8.000
11	PISCOK KACANG	8.000
12	PISCOK KEJU	9.000
13	BANANA ROLL	10.000

Sumber: Dokumentasi Maret 2023

7. Jumlah karyawan

Warung Es Aquarium memiliki tujuh orang karyawan yang terdiri dari tiga orang laki-laki dan empat orang perempuan. Berikut nama-nama karyawan di warung Es Aquarium beserta jabatan serta sift kerjanya.

Tabel 4.5
Nama-nama Karyawan, Jabatan, dan Sift Kerja di Warung Es Aquarium

NO	NAMA	JABATAN	SIFT KERJA
1	FINA FATILA	KASIR	SIANG
2	VITA	JURU MASAK	SIANG
3	VIAN	PELAYAN	SIANG
4	DEKI	KASIR	MALAM
5	NUR AINI	PELAYAN	MALAM
6	TANTRI APRILIA	JURU MASAK	MALAM
7	BENI	PELAYAN	MALAM

Sumber: Dokumentasi Maret 2023

B. Penyajian Data dan Analisis Data

Penyajian data dan analisis adalah bagian yang mengungkapkan data hasil penelitian yang disesuaikan dengan rumusan masalah dan dianalisa dengan data *relevan*. Sebagaimana telah dijelaskan bahwa dalam penelitian ini menggunakan tehnik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan catatan lapangan sebagai alat untuk mendukung penelitian ini. “Penentuan Biaya Strategis melalui Analisis *Value Chain* pada UMKM Es Aquarium di era Pandemi Covid-19” akan disajikan data-data hasil penelitian yang mengacu pada fokus penelitian.

1. Penentuan Biaya Produksi pada UMKM Es Aquarium di Era Pandemi Covid-19

Biaya adalah suatu pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan akan memberikan keuntungan atau manfaat pada saat ini atau masa yang akan datang. Dalam akuntansi istilah biaya dipertegas dengan membedakan antara pengertian biaya (*cost*) dengan biaya sebagai beban (*expense*).⁴⁸ Sedangkan biaya strategis adalah strategi unggul yang dikembangkan serta diidentifikasi oleh penggunaan data biaya untuk menghasilkan keunggulan bersaing yang berkelanjutan. Keunggulan bersaing adalah nilai pelanggan yang lebih baik diciptakan dengan biaya yang sama atau lebih baik dengan biaya yang lebih rendah dibandingkan pesaing.

Penentuan biaya strategis adalah penempatan misi dan sasaran organisasi dengan mengingat kekuatan eksternal dan internal dalam perumusan kebijakan tertentu untuk mencapai sasaran dan memastikan implementasinya secara tepat sehingga tujuan sasaran utama organisasi akan tercapai. Kemampuan bersaing untuk menciptakan nilai pelanggan yang lebih unggul dengan biaya yang lebih baik dan lebih rendah dibandingkan pesaing.

⁴⁸ Achmad Arifin, *Ibid.*

a. Biaya bahan baku langsung

Menurut penjelasan mbak Tantri selaku karyawan juru masak di

UMKM Es Aquarium:

“Untuk buah-buahan ada 14 macam diantaranya melon, semangka, nanas, alpukat, jeruk, lemon, jeruk nipis, pisang, jambu merah, naga, mangga, apel, pepaya, bengkoang. Kami memilih buah yang segar untuk menjaga kualitas rasa dari produk kami. Kemudian ada gula, es batu, dan air putih. Untuk buah-buahan biasanya kulak di pasar Anom Sumenep, pasar Bluto, kadang juga di toko buah dek. Kalau gula kami kulak di toko Dewi Sri Sumenep.”⁴⁹

Menurut penjelasan mbak Dilla selaku manajer di UMKM Es Aquarium:

“Buah melon harga per kilonya Rp8.000. Buah semangka per kilonya juga Rp8.000 dek. Buah nanas per buahnya Rp7.000. Kalau alpukat per kilonya Rp15.000. Jeruk per kilonya Rp15.000. Buah lemon per kilonya Rp20.000. Kalau jeruk nipis per kilonya Rp10.000. Pisang per sisir harganya Rp15.000. Jambu merah per kilo harganya Rp15.000. Buah naga per kilo harganya Rp15.000. Kalau mangga per kilonya Rp15.000. Apel per kilonya Rp20.000. Buah pepaya per buah harganya Rp10.000. Bengkoang per kilo harganya Rp13.000. gula pasir harganya Rp15.000 per kilo dek. Kalau es batu kami buat sendiri cuma beli plastiknya 1 pack Rp7.000. Air putih kami isi ulang galon Rp8.000.”⁵⁰

Berdasarkan wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa biaya untuk bahan baku langsung meliputi buah-buahan, gula, es batu, dan air putih. Untuk buah-buahnya ada 14 macam diantaranya buah melon per 1 kg Rp8.000, buah semangka per 1 kg Rp8.000, buah nanas per buah Rp7.000, buah alpukat per 1 kg Rp15.000, buah jeruk per 1 kg Rp15.000, buah lemon per 1 kg Rp20.000, jeruk nipis per 1 kg

⁴⁹ Tantri Apriliyanti, *Wawancara*, Sumenep 8 Juni 2023

⁵⁰ Noradilla Dwi, *Wawancara*, Sumenep 7 Juni 2023

Rp10.000, buah pisang per sisir Rp15.000, jambu merah per 1 kg Rp15.000, buah naga per 1 kg Rp15.000, mangga per 1 kg Rp15.000, buah apel per 1 kg Rp20.000, pepaya per buah Rp10.000, bengkoang per 1 kg Rp13.000, plastik es batu Rp7.000, gula pasir per 1 kg Rp15.000, air galon Rp8.000.

b. Biaya tenaga kerja

Menurut pendapat mas Dayat selaku pemilik UMKM Es Aquarium:

“Sistem gaji karyawan di disini ditentukan dari pembagian kerja atau jabatan dan kinerja karyawan. Dan biasanya ada bonus tertentu yang didapatkan setiap bulannya. Baik dari omset penjualan atau tambahan jam kerja (lembur). Untuk lembur biasanya kalau ada *event-event* tertentu atau pada saat hari libur.”⁵¹

Menurut penjelasan mbak Dilla selaku manajer di UMKM Es Aquarium:

“Untuk gaji karyawan di sini beda-beda dik. Kalau kasir gaji pokoknya perbulan Rp700.000. Bagian masak di dapur ada yang Rp875.000 untuk karyawan lama yang sudah bekerja lebih dari 2 tahun. Sedangkan untuk karyawan baru perbulannya Rp600.000. Dan untuk gaji karyawan bagian pelayanan perbulannya juga Rp600.000. Untuk bonus per bulannya beda-beda setiap karyawan, mulai dari Rp50.000 sampai Rp200.000.”⁵²

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa biaya tenaga kerja atau gaji karyawan di UMKM Es Aquarium ditentukan berdasarkan jabatan dan kinerja karyawan. Dan terdapat bonus bagi karyawan setiap bulannya tergantung omset penjualan dan

⁵¹ Nur Hidayat, *Wawancara*, Sumenep 7 Juni 2023

⁵² Noradilla Dwi, *Ibid.*

tambahan jam kerja atau lembur. Gaji pokok kasir per bulan Rp700.000, gaji karyawan juru masak per bulan Rp875.000 bagi karyawan yang bekerja dua tahun lebih. Bagi karyawan baru bagian juru masak Rp600.000 per bulan. Gaji pelayan Rp600.000 per bulan. Adapun bonus setiap bulan Rp50.000 sampai Rp200.000 per karyawan.

c. Biaya *overhead* pabrik

1) Biaya bahan baku tidak langsung

Menurut penjelasan mbak Tantri selaku karyawan juru masak di UMKM Es Aquarium:

“Selain buah-buahan, gula, es batu, dan air putih ada juga beberapa bahan pelengkap. Ada sirup, susu, cincau, boba, bubuk taro, bubuk coklat, bubuk cappuccino, teh, yakult, bubuk *green tea*. Semuanya kulak di toko Dewi Sri Sumenep. Untuk bahan menu camilan seperti tepung, minyak goreng, garam, micin, saos, keju kami kulak di toko swalayan terdekat kadang di toko Swalayan NU atau di toko Swalayan Basmalah.”⁵³

Menurut penjelasan mbak Dilla selaku manajer di UMKM Es Aquarium:

“Kalau sirup marjan kami beli per kardus. Satu kardusnya isi 12 botol harganya Rp230.000. Untuk susunya ada tiga macam, ada kremer atau susu putih bubuk, susu kental manis, dan susu cair. Susu bubuk beli per kilo harganya Rp45.000, susu kental manis beli yang kemasan kaleng satu kardus isi 48 kaleng dek harganya Rp525.000, dan susu cairnya beli yang kemasan kotak 1000ml satu kardus isi 12 harganya Rp195.000. Cincau kami beli ecer di pasar per 10 potong harganya Rp20.000. Boba beli per kilo harganya Rp25.000. Bubuk taro juga beli per kilo dek harganya Rp50.000. Bubuk coklat juga beli per kilo harganya Rp25.000. Bubuk

⁵³ Tantri Apriliyanti, *Ibid.*

cappuccino juga beli yang kiloan dek harganya Rp50.000. Tehnya beli teh celup kemasan 1 pack isi 10 kotak dan per kotak isi 15 harga satu pack Rp30.000 dek. Yakult beli per 10 pack harga 1 packnya Rp9.000. Bubuk *green tea* beli per kilo harganya Rp50.000. Tepung terigu beli per kardus yang kemasan 1 kg harganya Rp140.000 isi 12. Minyak goreng beli per kardus yang kemasan 1 liter harganya Rp165.000 isi 12. Kalau garam kami langsung beli per 1 ball yang isi 20 dek, harganya Rp22.500. Micinnya beli yang kemasan 250 gram harganya Rp8.000. Saos kami beli yang kemasan *sachet* 1 pack isi 24 yang saos tomat harganya Rp6.000 kalau yang saos sambal harganya Rp7.000 dek. Keju beli ang kemasan 250 gram harganya Rp15.000 dek.⁵⁴

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa biaya bahan baku tidak langsung di UMKM Es Aquarium meliputi 10 bahan pelengkap es dan 6 bahan pelengkap camilan. Sirup marjan per kardus Rp230.000 isi 12 botol. Susu ada tiga macam diantaranya susu bubuk atau kremer Rp45.000 per 1 kg, susu kental manis Rp525.000 per kardus isi 48 kaleng, dan susu cair Rp195.000 per kardus isi 12 kotak kemasan 1000 ml. Cincin Rp20.000 per 10 potong. Boba Rp25.000 per 1 kg. Bubuk taro Rp50.000 per 1 kg. Bubuk coklat Rp25.000 per 1 kg. Bubuk *cappuccino* Rp50.000 per 1 kg. The celup Rp30.000 per 1 pack isi 10 kotak. Yakult Rp9.000 per 1 pack dan Rp90.000 per 10 pack. Bubuk *green tea* Rp50.000 per 1 kg. Tepung terigu Rp140.000 per kardus isi 12 kemasan 1 kg. Minyak goreng Rp165.000 per kardus isi 12 kemasan 1 liter. Garam Rp22.500 per 1 ball isi 20. Micin Rp8.000 per kemasan 250 gram. Saos tomat Rp6.000 per 1 pack isi

⁵⁴ Noradilla Dwi, *Ibid.*

24 *sachet* dan saos sambal Rp7.000 per 1 pack isi 24 *sachet*. Keju Rp15.000 per kemasan 250 gram.

2) Biaya tidak langsung

Menurut penjelasan mbak Tantri selaku karyawan bagian masak di warung Es Aquarium:

“Peralatan yang kami gunakan ya cukup banyak dek, karena ada menu makanan dan minuman di sini. Ada gelas takar, corong susu, sendok takar, kulkas, alat perasan jeruk, pisau, serutan buah, toples, wajan, kompor, gas, mesin press gelas plastik, gelas plastik berlogo, piring kecil, spatula, saringan, tisu dapur, kain lap, rak piring, termos, panci, telenan, centong nasi untuk mengaduk adonan. Selain itu juga ada biaya listrik dan wifi setiap bulannya”⁵⁵

Menurut penjelasan mbak Dilla selaku manajer di UMKM Es Aquarium:

“Jumlah gelas takarnya ada 2, satu gelasnya Rp7.000 dek. Corong susu ada 2 juga, harga satu corong Rp5.000 dek. Kalau sendok takar ada 5, harga satu sendok Rp3.500. Kalau kulkasnya ada 3 harganya ada yang Rp2.000.000, Rp2.500.000, dan Rp3.000.000. Alat perasan jeruk nya ada 2 macam. Ada yang dari bahan plastik harganya Rp13.000 sedangkan yang bahan *stainless steel* harganya Rp150.000. Untuk pisaunya di sini ada dua macam dek, ada pisau buah dan pisau biasa. Pisau buahnya ada 2, harga satu pisau Rp7.000. Sedangkan pisau biasa ada 5, harga satu pisau Rp10.000. Serutan buah ada 2 harga satuannya Rp5.000. kalau toplesnya ada dua macam. Ada yang ukuran kecil harganya Rp10.000 jumlahnya ada ada 10, yang ukuran sedang ada 5 harganya Rp15.000. Jumlah wajan ada 2 harga satu wajan Rp30.000 dek. Kalau kompor ada 2 masing-masing yang dua tungku. Harga satu kompor Rp350.000. Tabung gas juga ada 2 dek harganya Rp100.000 sedangkan kalau isi ulangnya Rp18.000 untuk satu tabung gas. Mesin press gelas plastik ada 1 harganya Rp550.000 dek. Gelas plastik berlogo harga satuannya Rp650 perbulan biasanya pesan 1000 gelas. Kalau piring kecil ada 5 lusin harga satu

⁵⁵ Tantri Apriliyanti, *ibid.*

lusin Rp95.000 dek. Spatula ada 2 harga satuannya Rp10.000. Saringannya ada 2 juga dek harga satu saringan itu Rp15.000. Tisu dapur ada kami beli per 1 kg harganya Rp25.000. Kain lap ada 1 lusin harganya Rp25.000 dek. Rak piring ada 2 harga satu rak Rp110.000. Termosnya ada 2 harga satuannya Rp65.000. Kalau panci ada 2 harga satu panci Rp25.000. Kalau telenan ada 2 harga satuannya Rp5.000. Centong nasi ada 6 harganya Rp20.000 dek. Kalau listrik tiap bulan biasanya Rp400.000 sampai Rp500.000. sedangkan wifi tiap bulan Rp320.000 dek.⁵⁶

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa peralatan yang digunakan dalam proses pengolahan menu es dan camilan di UMKM Es Aquarium ada 23 macam. Gelas takar Rp7.000 jumlahnya 2. Corong susu Rp5.000 jumlahnya 2. Sendok takar Rp3.500 jumlahnya 5. Kulkas harganya Rp2.000.000, Rp2.500.000, dan Rp3.000.000 jumlahnya 3. Perasan jeruk plastik Rp13.000 jumlahnya 1 dan perasan jeruk *stainless steel* Rp150.000 jumlahnya 1. Pisau buah Rp7.000 jumlahnya 2 dan pisau biasa Rp10.000 jumlahnya 5. Serutan buah Rp5.000 jumlahnya 2. Toples kecil Rp10.000 jumlahnya 10 dan toples sedang Rp15.000 jumlahnya 5. Wajan Rp30.000 jumlahnya 2. Kompor dua tungku Rp350.000 jumlahnya 2. Tabung gas Rp100.000 jumlahnya 2 harga isi ulang Rp18.000. Mesin press Rp550.000 jumlahnya 1. Gelas plastik berlogo Rp650 per gelas, setiap bulan pesan 1000 gelas. Piring kecil Rp95.000 per lusin jumlahnya 5 lusin. Spatula Rp10.000 jumlahnya 2. Saringan Rp15.000 jumlahnya 2. Tisu dapur Rp25.000 per 1 kg. kain lap Rp25.000 per 1 lusin. Rak piring

⁵⁶ Noradilla Dwi, *Ibid.*

Rp110.000 jumlahnya 2. Termos Rp65.000 jumlahnya 2. Panci Rp25.000 jumlahnya 2. Telenan Rp5.000 jumlahnya 2. Centong nasi Rp20.000 per 6 centong. Biaya listrik setiap bulan Rp400.000 – Rp500.000 dan biaya wifi setiap bulan Rp320.000.

d. Biaya pemasaran serta biaya administrasi dan umum

Menurut penjelasan mbak Dilla selaku manajer di UMKM Es

Aquarium:

“Untuk pemasaran atau promosi di sini menggunakan media sosial dek. Seperti *facebook*, *instagram*, dan *whatsapp*. UMKM Es Aquarium sudah memiliki akun media sosial sendiri. Biayanya ya kami cuma beli paket data satu bulan Rp50.000.”⁵⁷

Menurut penjelasan mas Dayat selaku pemilik UMKM Es

Aquarium:

“Kalau promosi atau periklanan di sini kami sudah mengikuti zaman yang canggih dek. Kami memanfaatkan media sosial untuk pemasaran atau promosi produk. UMKM kami sudah memiliki akun media sosial sendiri. Biaya yang dikeluarkan untuk periklanan beli paket data untuk satu bulan Rp50.000. Untuk pengeditan brosurnya kami edit sendiri jadi tidak membutuhkan biaya jasa edit.”⁵⁸

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa biaya atau beban pemasaran Rp50.000 per bulan untuk membeli paket data. Sedangkan pembuatan brosur iklan tidak membutuhkan biaya karena diedit sendiri oleh pemilik UMKM Es Aquarium. Brosur iklan pemasaran disebarluaskan melalui media sosial yaitu *facebook*, *instagram*, dan *whatsapp*.

⁵⁷ *Ibid.*

⁵⁸ Nur Hidayat, *Ibid.*

2. Implementasi Analisis *Value Chain* pada UMKM Es Aquarium di Era Pandemi Covid-19

Analisis *value chain* (rantai nilai) adalah suatu kumpulan yang terkait dengan aktivitas penciptaan nilai, yaitu dimulai dari bahan baku dasar yang datang dari pemasok kemudian bergerak ke rangkaian aktivitas penambahan nilai (*value added*), yang mencakup produksi dan pemasaran produk berupa barang atau jasa, dan diakhiri dengan distribusi untuk dapat diterimanya produk oleh konsumen akhir.⁵⁹

a. Aktivitas primer (*primary activities*)

1) Logistik ke dalam (*inbound logistic*)

Menurut penjelasan mas Dayat selaku pemilik UMKM Es Aquarium:

“Dalam proses pengolahan es bahan utamanya ada buah, gula, air, dan es batu. Ada juga bahan pelengkapya seperti sirup, susu, cincau, boba, dan bubuk rasa-rasa seperti taro, coklat, dan lain-lain. Untuk buah-buahan kami biasa kulak di pasar Anom Sumenep, pasar Bluto, kadang juga di toko buah dek. Dan untuk bahan pelengkapya kami beli di toko Dewi Sri Sumenep, toko Swalayan NU Bluto, dan toko Basmalah Bluto. Dan untuk buah-buahan kami kulak tiga kali dalam seminggu kadang empat kali kalau lagi ramai pembeli dek. Untuk gula dan bahan pelengkap lainnya biasanya kulak setiap minggu atau setiap dua minggu sekali. Kalau air beli setiap hari dek. Tabung gas biasanya isi ulang 1-2 kali seminggu dek. Untuk pengecekan kami menggunakan catatan buku kecil tergantung penjualan setiap harinya. Buahnya kami simpan di kulkas kalau bahan pelengkap sudah ada rak khusus. Untuk penjadwalannya kami lihat stok dulu kalau tinggal sedikit baru kami kulak lagi.”⁶⁰

⁵⁹ Sofjan Assauri, *loc.cit.*

⁶⁰ Nur Hidayat, *Ibid.*

Menurut penjelasan mbak Fina selaku karyawan di
UMKM Es Aquarium:

“Untuk buah-buahan kami kulak di Pasar Anom Sumenep, atau di pasar Bluto yang lokasinya paling dekat dari warung, kadang juga di toko buah. Kalau bahan pelengkap lainnya kami biasa kulak di toko Dewi Sri Sumenep, kalau misal keburu biasanya beli di toko Swalayan NU Bluto atau di toko Basmalah Bluto yang lokasinya dekat warung. Untuk pengecakannya kami menggunakan buku kecil untuk catatan bahan yang kurang atau yang stoknya masih ada. Untuk penyimpanan buah di kulkas dan bahan lainnya di rak. Dan penjadwalannya kami cek stok bahan masih banyak atau sedikit.”⁶¹

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa dalam proses pengolahan es dibutuhkan bahan utama yaitu buah-buahan, gula, es batu, dan air putih. Sedangkan sirup, susu, cincau, boba dan bubuk rasa-rasa dibutuhkan sebagai bahan pelengkap. Untuk buah-buahan kulak tiga sampai empat kali dalam seminggu di pasar Anom Sumenep, pasar Bluto, dan toko buah. Kemudian buah disimpan di kulkas agar tetap segar. Untuk bahan-bahan lainnya kulak satu atau dua minggu sekali di toko Dewi Sri Sumenep, toko Swalayan NU Bluto, dan toko Basmalah Bluto. Semua bahan disimpan di rak. Sedangkan air putih membeli setiap hari. Dan untuk tabung gas isi ulang satu sampai dua kali dalam seminggu. Pengecekan ketersediaan bahan dilakukan menggunakan catatan buku kecil.

⁶¹ Fina Fatila, *Wawancara*, Sumenep 8 Juni 2023

2) Operasi (*operation*)

Menurut penjelasan mbak Dilla selaku manajer di UMKM

Es Aquarium:

“Untuk proses pengolahan es yang dihasilkan ada es buah, es susu varian rasa, es teh, jus buah, dan lain-lain. Untuk proses pengolahan setiap porsi itu sudah ditakar semua. Buahnya ditakar dengan sendok takar khusus, gulanya sudah dicairkan dan ditakar dengan sendok takar juga. Kalau susu kental ditakar menggunakan corong kecil sedangkan susu cair menggunakan gelas takar. Air putih juga menggunakan gelas takar dek. Untuk bahan berupa bubuk ditakar menggunakan sendok takar. Dan proses terakhir yaitu pengepresan gelas.”⁶²

Menurut penjelasan mbak Tantri selaku karyawan bagian

juru masak di UMKM Es Aquarium:

“Di sini ada beberapa macam es mbak. Ada es buah, beberapa macam es susu varian rasa, es teh, aneka jus buah dan lain-lain. Untuk proses pengolahannya itu ya langsung ditakar ke gelas plastik yang sudah berlogo. Semua bahan ditakar dengan alat takarnya masing-masing sesuai takaran yang sudah ditentukan oleh pemilik agar rasa yang diberikan sama setiap porsinya. Setelah semuanya ditakar lalu di press menggunakan alat press gelas.”⁶³

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa dalam proses pengolahan, di UMKM Es Aquarium terdapat beberapa macam menu es diantaranya es buah, es susu varian rasa, es teh, dan jus buah. Semua menu diolah menggunakan takaran atau alat takar. Dan semua bahan alat takarnya berbeda sesuai porsi. Kemudian proses akhirnya adalah pengepresan gelas plastik atau gelas es.

⁶² Noradilla Dwi, *Ibid.*

⁶³ Tantri Apriliyanti, *Ibid.*

3) Logistik ke luar (*outbound logistic*)

Menurut penjelasan mbak Aini selaku karyawan bagian pelayanan di UMKM Es Aquarium:

“Sebelum produk pesanan diantarkan ke pelanggan kami cek dulu semuanya sudah sesuai dengan nota pesanan apa tidak. Kemudian kami cek juga produk atau menu yang dipesan pengemasannya sudah baik apa belum. Kalau sudah sesuai *standart* baru kami antarkan ke pelanggan mbak. Untuk harga menu di sisni mulai Rp2.000 sampai harga Rp13.000.”⁶⁴

Menurut penjelasan mas Dayat selaku pemilik UMKM Es Aquarium:

“Kalau warung ramai pengunjung biasanya saya kadang ngecek sendiri menu pesanan pelanggan dek. Karena karyawan kadang kan nggak nututi. Jadi saya bantu cek pesanan pelanggan. Di sini kan bisa pesan lewat *whatsapp* jadi kalau yang pesan orangnya belum datang kami simpan dulu di kulkas. Untuk harga dari menu di sini paling murah cuma Rp2.000 dan harga paling mahal Rp13.000 dek.”⁶⁵

Dari hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa pada aktivitas *outbound logistic*, dilakukan pengecekan menu atau produk sebelum diantarkan ke pelanggan. Pengecekan jumlah pesanan dilakukan dengan menyesuaikan nota. Untuk pengecekan kualitas produk salah satunya dilihat dari kemasan. Kemudian bagi pesanan secara *online* atau lewat aplikasi *whatsapp* menu pesanan disimpan di kulkas sebelum pelanggan mengambil pesannya. Untuk harga menu di UMKM Es aquarium mulai harga Rp2.000 sampai Rp13.000.

⁶⁴ Nur Aini, *Wawancara*, Sumenep 8 Juni 2023

⁶⁵ Nur Hidayat, *Ibid.*

4) Pemasaran dan penjualan (*marketing and sales*)

Menurut penjelasan mbak Dilla selaku manajer di UMKM

Es Aquarium:

“Kalau pemasaran atau promosi di sini dengan menyebarkan brosur iklan lewat media sosial dek, seperti *facebook*, *instagram*, dan *whatsapp*. Dan target utama sasaran penjualan kami adalah remaja dan mahasiswa karena UMKM kami konsepnya semi *cafe*. Karena lokasi warung kami di desa jadi untuk harga kami sesuaikan dengan kemampuan masyarakat sekitar. Kami berikan harga yang cukup terjangkau agar produk kami bisa di konsumsi oleh semua golongan. Untuk pemesanan bisa langsung pesan di warung, kemudian bisa pesan lewat *whatsapp*, dan bisa juga pesan dengan sistem pesan antar atau DO (*delivery order*). Ini salah satu pemasaran untuk memudahkan pelanggan yang tidak bisa pesan langsung di warung. Biasanya ada ongkos kirim (ongkir) untuk pemesanan DO dek.”⁶⁶

Menurut penjelasan mas Dayat selaku pemilik UMKM Es

Aquarium:

“Untuk promosi atau pemasaran produk kami *share* brosur ke media sosial. Semua karyawan diharuskan *posting* brosur untuk memperluas pemasaran dek. Karena pelanggan kami mayoritas memiliki media sosial. Bisa di *share* melalui *facebook*, *instagram*, dan *whatsapp*. Sistem pemasaran di sini ada tiga cara dek, bisa pesan langsung di warung, bisa juga pesan lewat *whatsapp* kemudian diambil di warung kalau pesanan sudah selesai, dan pesan dengan sistem DO (*delivery order*) dek. Untuk pemesanan DO kami adakan ongkir dengan jarak tertentu dan dengan minimal pembelian. Untuk daerah warung Es Aquarium ya jaraknya maksimal 1 km itu kami bebaskan ongkir dek atau istilahnya sekarang *free* ongkir. Untuk jarak antara 1 km sampai 2 km itu ongkirnya Rp2.000. Kemudian untuk jarak antara 2 km sampai 3 km itu ongkirnya Rp4.000 dan seterusnya dengan minimal pembelian Rp25.000. Dan untuk pemesanan DO mencapai Rp100.000 kami bebaskan

⁶⁶ Noradilla Dwi, *Ibid.*

ongkir dengan jarak maksimal 5 km. Biasanya sehari bensinnya itu habis 1 liter harganya Rp12.000 dek.”⁶⁷

Dari hasil wawancara beberapa narasumber di atas dapat disimpulkan bahwa pemasaran di UMKM Es Aquarium dilakukan melalui penyebaran brosur di beberapa media sosial yaitu *facebook*, *instagram*, dan *whatsapp*. Setiap karyawan diharuskan *posting* brosur untuk memperluas pemasaran. Target utama sasaran penjualan UMKM Es Aquarium adalah remaja dan mahasiswa karena konsep warungnya semi *cafe*. Penentuan harga di UMKM Es Aquarium menyesuaikan dengan kemampuan masyarakat sekitar karena lokasinya berada di desa. Dan UMKM Es Aquarium memberikan harga terjangkau sehingga produknya dapat dikonsumsi semua golongan. Untuk pemesanan menu ada tiga cara yaitu pesan langsung di warung, pesan secara online melalui aplikasi *whatsapp*, dan pesan dengan sistem DO (*delivery order*). Pemesanan DO dikenakan ongkos kirim dengan jarak tertentu dan dengan minimal pembelian. Untuk wilayah sekitar warung dengan jarak maksimal 1 km tidak dikenakan ongkos kirim. Dan untuk jarak antara 1 km sampai 2 km dikenakan ongkos kirim Rp2.000, untuk jarak antara 2 km sampai 3 km dikenakan ongkos kirim Rp4.000, dan seterusnya berlaku kelipatan dengan minimal pembelian Rp25.000. apabila pembelian DO mencapai Rp100.000

⁶⁷ Nur Hidayat, *Ibid*.

maka tidak dikenakan ongkos kirim dengan jarak maksimal 5 km. biaya bahan bakar motor 1 liter Rp12.000 per hari.

5) Pelayanan (*service*)

Menurut penjelasan mas Dayat selaku pemilik UMKM Es

Aquarium:

“Pelayanan terhadap pelanggan kami berikan pelayanan sebaik mungkin. Untuk pemberian saran kami sediakan layanan melalui telepon, media sosial, atau bisa datang langsung ke warung. Kami menerima keluhan atau komentar dari pelanggan dengan melakukan evaluasi bersama semua karyawan untuk kemajuan UMKM ini.”⁶⁸

Menurut penjelasan mbak Aini selaku karyawan bagian pelayanan di UMKM Es Aquarium:

“Kami melayani pelanggan dengan senyum, dengan ramah agar pelanggan merasa puas dengan pelayanan kami. Kami juga menerima komplain atau keluhan dari pelanggan. Kalau ada menu yang kurang baik atau salah memberikan varian rasa kami langsung menggantinya. Karena kepuasan pelanggan adalah tujuan kami.”⁶⁹

Berdasarkan hasil wawancara beberapa narasumber di atas dapat disimpulkan bahwa UMKM Es Aquarium sudah memberikan pelayanan yang cukup baik kepada pelanggan atau konsumen. Karyawan dilatih untuk ramah kepada semua pelanggan. UMKM tersebut juga menyediakan layanan bagi para pelanggan untuk memberikan komentar dalam memajukan UMKM. Kemudian pemilik bersama semua karyawan melakukan evaluasi untuk kedepannya. Salah satu kekurangan di warung Es

⁶⁸ Nur Hidayat, *Ibid.*

⁶⁹ Nur Aini, *Ibid.*

Aquarium yaitu ada beberapa meja yang tidak terdapat tisu, salah memberikan menu pesanan, sehingga pelanggan merasa kurang puas. Akan tetapi hal tersebut segera diatasi oleh karyawan.

b. Aktivitas sekunder (*support activities*)

1) Pengadaan (*procurement*)

Menurut penjelasan mbak Dilla selaku manajer di UMKM

Es Aquarium:

“Bahan baku dan peralatan Es Aquarium sangat mudah didapatkan dek, bahan baku dan peralatannya diperoleh dari toko sekitar dan dari pasar terdekat. Kecuali gelas plastik berlogo yang kami pesan khusus dari Malang. Kebutuhan transportasi untuk pendistribusian cukup memadai, dan untuk ketersediaan bahan sudah mencukupi.”⁷⁰

Menurut penjelasan mas Dayat selaku pemilik UMKM Es

Aquarium:

“Pembelian bahan baku untuk menu di sini ya cukup mudah dek. Karena kami beli di toko dan pasar terdekat. kami beli buah-buahan di pasar Anom Sumenep, pasar Bluto, dan toko buah. Kalau untuk gula dan bahan pelengkap lainnya kami beli di toko Dewi Sri Sumenep, di toko Swalayan NU Bluto, dan toko Basmalah Bluto.”⁷¹

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa bahan baku dan bahan pelengkap di UMKM Es Aquarium diperoleh dari pasar Anom Sumenep, pasar Bluto, toko buah, toko Dewi Sri Sumenep, toko Swalayan NU Bluto, dan toko Basmalah Bluto. Sedangkan untuk gelas plastik berlogo dipesan dari Malang.

⁷⁰ Noradilla Dwi, *Ibid.*

⁷¹ Nur Hidayat, *Ibid.*

Kebutuhan transportasi di UMKM Es Aquarium sudah memadai dan untuk ketersediaan bahan sudah mencukupi.

2) Pengembangan teknologi (*technology development*)

Menurut penjelasan mas Dayat selaku pemilik UMKM Es

Aquarium:

“Iya dek, sebagian alat di sini sudah menggunakan teknologi. Pada proses pengolahan di tahap *finishing* yaitu *packaging* sudah menggunakan teknologi mesin berupa mesin press, jadi tampilannya lebih praktis. Di bagian kasir juga sudah menggunakan komputer sama *print out* nota. Jadi memudahkan untuk kasir agar tidak menghitung secara manual karena jumlah harga sudah otomatis terhitung. Dan proses pendistribusian ke pelanggan dengan sistem DO juga menggunakan motor milik UMKM Es Aquarium sendiri. Kemudian di bagian pemasaran ya jelas kami menggunakan teknologi canggih berupa *gadget* melalui sosial media dek. Karena selain lebih mudah, jangkauannya juga lebih luas dan mudah tersebar ke semua kalangan.”⁷²

Menurut penjelasan mbak Fina selaku karyawan bagian kasir di UMKM Es Aquarium:

“Di sini sudah menggunakan teknologi canggih mbak. Saya di sini sebagai kasir merasa terbantu dengan adanya teknologi. Karena kasir di sini sudah menggunakan komputer dan mesin *print out* mbak. Jadi saya bisa lebih mudah melayani pemesanan pelanggan. Gak perlu repot-repot hitung manual. Jumlah harga pesanan sudah terhitung secara otomatis. Kalau orang bayar uang lebih, kembaliannya juga sudah tertera di nota. Kemudian nota pesanan tercetak otomatis di mesin *print*.”⁷³

Menurut penjelasan mbak Tantri selaku karyawan bagian juru masak di UMKM Es Aquarium:

⁷² *Ibid.*

⁷³ Fina Fatila, *Ibid.*

“Menurut saya teknologi sangat membantu pekerjaan saya mbak. Khususnya saat proses *packaging* di sini sudah menggunakan mesin press gelas plastik. Minuman lebih aman gak mudah tumpah. Kalau pakai tutup plastik kan bisa mudah lepas mbak. Jadi minumannya gampang tumpah gitu. Kalau sudah menggunakan mesin press sudah lebih aman dan praktis juga.”⁷⁴

Menurut penjelasan mak Aini selaku karyawan bagian pelayanan di UMKM Es Aquarium:

“Saya kalau ngantarkan pesanan DO ya menggunakan motor mbak. Soalnya kan jaraknya lumayan jauh, kalau jalan kaki nanti esnya keburu encer. Ya Alhamdulillah dengan adanya motor di sini sangat memudahkan saya untuk mengantarkan pesanan. Motor untuk mengantarkan pesanan DO sudah milik pribadi UMKM Es Aquarium. Motornya khusus untuk kulakan bahan dan antar pesanan.”⁷⁵

Berdasarkan hasil wawancara beberapa narasumber di atas dapat disimpulkan bahwa di UMKM Es Aquarium beberapa alatnya sudah menggunakan teknologi canggih. Pada proses pemasaran atau promosi menggunakan *gadget* dengan memanfaatkan sosial media. Dalam proses pemesanan atau di bagian kasir menggunakan komputer dan alat *print out* nota untuk memudahkan kasir dalam menghitung jumlah harga. Kemudian pada proses pengolahan di bagian *packaging* menggunakan mesin press untuk memberikan tampilan yang praktis. Dan pada proses pendistribusian produk Es Aquarium kepada pelanggan dengan sistem DO serta perolehan bahan menggunakan motor.

⁷⁴ Tantri Apriliyanti, *Ibid.*

⁷⁵ Nur Aini, *Ibid.*

3) Manajemen sumber daya manusia (*human resource management*)

Menurut penjelasan mbak Dilla selaku manajer di UMKM

Es Aquarium:

“Karyawan di sini kami rekrut yang usianya muda. Karena cara kerjanya lebih maksimal dan bisa lebih hati-hati dek. Ada karyawan yang dari keluarga sendiri, tetangga, anak-anak yang sudah lulus sekolah dan belum memiliki pekerjaan atau masih pengangguran. Jumlah karyawan di sini ada 7 orang. Rata-rata lulusan SMA dan lulusan sarjana. Kami memilih karyawan yang mau bekerja secara jujur dan memiliki kamauan tinggi dalam bekerja. Memiliki etika yang baik antar karyawan, kepada pelanggan dan kepada atasan. Di sini ada kompensasi untuk karyawan yang mempunyai kesibukan atau ada acara kami beri izin. Cuma izinnnya minimal sehari sebelumnya.”⁷⁶

Menurut penjelasan mas Dayat selaku pemilik UMKM Es

Aquarium:

“Karyawan di sini rata-rata lulusan SMA dan sarjana. Kami memang pilih karyawan yang minimal lulusan SMA karena pemikirannya lebih dewasa dan lebih mengerti cara kerja di sini. Kalau jumlah karyawan semuanya 7 orang dibagi sift siang dan malam.”⁷⁷

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa aktivitas sumber daya manusia di UMKM Es Aquarium meliputi perekrutan, pengembangan, dan kompensasi. Perekrutan yang dilakukan tidak sulit karena karyawan di UMKM Es Aquarium adalah keluarga dan tetangga atau lulusan SMA dan sarjana yang belum memiliki pekerjaan. Jumlah karyawan di UMKM Es Aquarium terdapat 7 orang dan dibagi sift siang dan

⁷⁶ Noradilla Dwi, *Ibid.*

⁷⁷ Nur Hidayat, *Ibid.*

sift malam. Kriteria dalam memilih karyawan di UMKM Es Aquarium adalah jujur, memiliki kemauan yang tinggi, dan memiliki etika yang baik. Terdapat kompensasi untuk karyawan yang memiliki kesibukan untuk izin tidak bekerja.

4) Infrastruktur perusahaan (*firm infrastructure*)

Menurut penjelasan mbak Dilla selaku manajer di UMKM Es Aquarium:

“Akses jalan dari dan menuju warung Es Aquarium sangat mamadai karena memang lokasinya strategis dek, di pinggir jalan raya. Tempatnya juga lumayan luas lah ya. Di sini sudah ada *outdor* dan *indoor*-nya juga. *Outdor*-nya ada di lantai bawah dan lantai atas. Kami juga menyediakan kamar mandi dan musholla. Untuk perlengkapan alatnya sudah cukup lengkap menurut saya dek.”⁷⁸

Menurut penjelasan mas Dayat selaku pemilik UMKM Es Aquarium:

“Untuk infrastruktur di UMKM kami yang berkaitan dengan akuntansi ya cuma di kasir dek. Di bagian kasir sudah menggunakan komputer dimana perhitungan harga dari pesanan pelanggan sudah bisa terhitung secara otomatis. Kalau perhitungan keuangan perusahaan masih secara manual karena kami belum memahami secara mendalam mengenai akuntansi. Namus semuanya sudah dicatat dengan lengkap sesuai pengetahuan kami. Perencanaan dalam membangun dan mengembangkan UMKM ini sudah kami atur dan didiskusikan dalam menghadapi persaingan kedepannya. Akses jalan menuju UMKM Es Aquarium juga sudah kami buat maps untuk memudahkan pelanggan-pelanggan baru kami.”⁷⁹

Menurut penjelasan mbak Fina salah satu karawan di UMKM Es Aquarium:

⁷⁸ Noradilla Dwi, *Ibid.*

⁷⁹ Nur Hidayat, *Ibid.*

“Manajemen umum seperti perencanaan di sini sudah sesuai dek. Kami para karyawan dan atasan sering melakukan rapat dalam kemajuan dan perkembangan UMKM ini. Di sini ada rapat bulanan yang dilaksanakan rutin setiap bulan. Ada juga rapat yang dilaksanakan ketika kami menemukan suatu kendala atau masalah.”⁸⁰

Berdasarkan hasil wawancara beberapa narasumber di atas dapat disimpulkan bahwa infrastruktur yang berkaitan dengan akuntansi di UMKM Es Aquarium yaitu di kasir. Di bagian kasir menggunakan komputer sehingga perhitungan jumlah harga terhitung secara otomatis. Sedangkan perhitungan keuangan perusahaan menggunakan manual dikarenakan kurangnya pengetahuan mengenai perhitungan akuntansi. Perencanaan dalam membangun dan mengembangkan UMKM Es Aquarium diatur dan didiskusikan dalam menghadapi persaingan. Setiap bulan diadakan rapat rutin semua karyawan dan atasan. Akses jalan menuju UMKM Es Aquarium sudah memadai karena lokasinya yang strategis serta sudah terdaftar di maps. Tempatnya cukup luas serta tersedia *outdoor* dan *indoor* lengkap dengan kamar mandi dan musholla.

C. Pembahasan Temuan

Dari data-data yang diperoleh di lapangan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, kemudian disajikan dalam bentuk penyajian data. Dari data-data tersebut selanjutnya dianalisis kembali sesuai dengan

⁸⁰ Fina Fatila, *Ibid.*

fokus penelitian yang ada dalam penelitian. Adapun data-data yang diperoleh di lapangan meliputi:

1. Penentuan Biaya Produksi pada UMKM Es Aquarium di Era Pandemi Covid-19

- a. Biaya bahan baku langsung yang dipakai oleh UMKM Es Aquarium terdiri dari buah-buahan dengan total keseluruhan 14 macam buah adalah Rp186.000, biaya plastik es batu Rp7.000, gula pasir Rp15.000, dan air galon Rp8.000.
- b. Biaya tenaga kerja langsung di UMKM Es Aquarium meliputi karyawan bagian kasir Rp700.000, karyawan lama bagian juru masak Rp875.000, karyawan baru bagian juru masak Rp600.000, dan karyawan bagian pelayanan Rp600.000 dengan jumlah 3 orang sehingga ditotal Rp1.800.000. dan dihitung keseluruhan biaya tenaga kerja adalah Rp3.975.000 per bulan dan ditambah bonus Rp50.000 sampai Rp200.000.
- c. Biaya *overhead* pabrik yang digunakan oleh UMKM Es Aquarium terdiri dari biaya bahan baku tidak langsung dan biaya tidak langsung. Biaya bahan baku tidak langsung meliputi biaya bahan pelengkap dengan total jumlah Rp1.698.500 sedangkan biaya langsung meliputi peralatan yang digunakan dalam proses pengolahan produk dengan total Rp11.154.500. Biaya listrik per bulan Rp400.000 – Rp500.000. Dan biaya bahan bakar sehari Rp12.000 per liter.

- d. Biaya pemasaran serta biaya administrasi dan umum di UMKM Es Aquarium meliputi biaya promosi atau periklanan yaitu Rp50.000 per bulan.

Dengan demikian dalam hubungannya dengan sesuatu yang dibiayai, menurut Mulyadi biaya dapat dikelompokkan dalam tiga fungsi pokok, yaitu:

- a. Biaya produksi, yaitu biaya-biaya yang digunakan untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap dijual. Menurut objek pengeluarannya, secara garis besar biaya produksi ini dibagi menjadi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik.
- b. Biaya pemasaran, yaitu biaya-biaya yang diperlukan untuk melaksanakan kegiatan pemasaran produk.
- c. Biaya administrasi dan umum, yaitu biaya-biaya untuk mengkoordinasikan kegiatan produksi dan pemasaran produk.⁸¹

Penentuan biaya produksi pada UMKM Es Aquarium sesuai dengan teori dari Mulyadi, yaitu adanya biaya produksi, biaya pemasaran, serta biaya administrasi dan umum. Biaya produksi meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik.

Berdasarkan temuan yang didiskusikan dengan teori di atas dapat disimpulkan bahwa penentuan biaya strategis di UMKM Es Aquarium terdiri dari tiga unsur yaitu biaya produksi, biaya pemasaran, serta biaya

⁸¹ Mulyadi, *Ibid.*

administrasi dan umum. Biaya produksi meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik. Adapun yang termasuk dalam biaya bahan baku adalah buah-buahan, gula, es batu, dan air. Sedangkan biaya tenaga kerja langsung adalah biaya gaji karyawan. Biaya *overhead* pabrik meliputi biaya bahan pelengkap serta biaya peralatan. Yang termasuk biaya pemasaran dan administrasi umum adalah biaya promosi atau periklanan yaitu pembelian paket data.

2. Implementasi Analisis *Value Chain* pada UMKM Es Aquarium di Era Pandemi Covid-19

Analisis *value chain* (rantai nilai) merupakan analisis aktivitas-aktivitas yang menghasilkan nilai, baik yang berasal dari dalam dan luar perusahaan. Rantai nilai juga merupakan suatu kerangka penilaian bisnis yang dilihat dari rantai aktivitas yang mengubah *input* menjadi *output*. Pada penelitian ini, peneliti menemukan praktik *value chain* yang dapat membantu UMKM Es Aquarium mengidentifikasi aktivitas dalam rantai nilai yang dapat menghasilkan nilai dan keunggulan bersaing produk yang dihasilkan.

Dalam praktik *value chain* di UMKM Es Aquarium terdapat beberapa aktivitas, diantaranya:

- a. Aktivitas primer di UMKM Es Aquarium meliputi *inbound logistic*, operasi, *outbound logistic*, pemasaran dan penjualan, serta pelayanan. Aktivitas *inbound logistic* meliputi proses perolehan bahan utama dan bahan pelengkap yaitu dari pasar Anom Sumenep, pasar Bluto, toko

buah, toko Dewi Sri Sumenep, toko Swalayan NU Bluto, dan toko Basmalah Bluto. Aktivitas operasi menghasilkan aneka macam es dengan proses pengolahan bahan-bahan menggunakan takaran hingga proses akhir (*packaging*). Aktivitas *outbound logistic* yaitu dilakukannya pengecekan produk sebelum diterima oleh pelanggan. Aktivitas pemasaran dan penjualan dilakukan melalui penyebaran brosur di beberapa media sosial, penentuan harga disesuaikan dengan kemampuan masyarakat sekitar, serta pemesanan dilakukan dengan tiga cara yaitu pesan langsung di warung, pesan secara online, dan pesan dengan sistem DO (*delivery order*). Dan aktivitas pelayanan dilakukan dengan memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan ramah serta disediakan pelayanan bagi pelanggan untuk memberikan komentar mengenai kekurangan UMKM Es Aquarium.

- b. Aktivitas sekunder di UMKM Es Aquarium meliputi pengadaan, pengembangan teknologi, manajemen sumber daya manusia, dan infrastruktur perusahaan. Aktivitas pengadaan bahan baku dan bahan pelengkap diperoleh dari pasar Anom Sumenep, pasar Bluto, toko buah, toko Dewi Sri Sumenep, toko Swalayan NU Bluto, toko Basmalah Bluto, dan Malang. Aktivitas pengembangan teknologi yaitu beberapa alat di UMKM Es Aquarium menggunakan teknologi *gadget*, komputer dan *print out*, mesin press, dan motor. Aktivitas manajemen sumber daya manusia meliputi perekrutan, pengembangan, dan kompensasi. Infrastruktur perusahaan yang berkaitan dengan

akuntansi yaitu di bagian kasir, sedangkan pencatatan keuangan lainnya masih manual.

Konsep *value chain* menurut Michael E. Porter terbagi atas dua jenis aktivitas, meliputi:

- a. Aktivitas primer, terdiri dari *inbound logistic*, operasi, *outbound logistic*, pemasaran dan penjualan, dan pelayanan.
- b. Aktivitas sekunder, terdiri dari pengadaan, pengembangan teknologi, manajemen sumber daya manusia, dan infrastruktur perusahaan.⁸²

Dengan demikian UMKM Es Aquarium sudah mengimplementasikan analisis *value chain*. Hal ini sesuai dengan teori dari Michael E. Porter yaitu adanya aktivitas primer dan sekunder. Aktivitas primer meliputi *inbound logistic*, operasi, *outbound logistic*, pemasaran dan penjualan, dan pelayanan. Sedangkan aktivitas sekunder meliputi pengadaan, pengembangan teknologi, manajemen sumber daya manusia, dan infrastruktur perusahaan.

Berdasarkan temuan yang didiskusikan dengan teori di atas dapat disimpulkan bahwa pengimplementasian analisis *value chain* di UMKM Es Aquarium terdiri dari dua aktivitas yaitu aktivitas primer dan sekunder. Aktivitas primer terdiri dari perolehan bahan baku dan bahan pelengkap, proses pengolahan es, kegiatan pengecekan produk, penyebaran brosur iklan di beberapa media sosial, dan pelayanan konsumen. Sedangkan aktivitas sekunder terdiri dari pengadaan bahan baku dan bahan pelengkap,

⁸² Michael E. Porter, *Ibid.*

pengembangan teknologi seperti gadget, perekrutan karyawan, penggunaan infrastruktur di kasir yang berkaitan dengan akuntansi.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Penentuan biaya produksi di UMKM Es Aquarium meliputi biaya bahan baku buah-buahan dan biaya bahan pelengkap es, biaya peralatan peracikan es, biaya gaji karyawan meliputi gaji pokok dan bonus, biaya listrik dan wifi, biaya pembelian paket data, dan biaya bahan bakar motor.
2. Pengimplementasian analisis *value chain* di UMKM Es Aquarium meliputi dua aktivitas yaitu aktivitas primer dan aktivitas sekunder. Aktivitas primer terdiri dari *inbound logistic* yaitu perolehan bahan baku dan bahan pelengkap, operasi yaitu pengolahan es, *outbound logistic* pengecekan produk, pemasaran dan penjualan yaitu penyebaran brosur di media sosial, dan pelayanan kepada konsumen. Sedangkan aktivitas sekunder terdiri dari pengadaan bahan, pengembangan teknologi seperti gadget, manajemen sumber daya manusia meliputi perekrutan karyawan, dan infrastruktur perusahaan.

B. Saran-saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan, maka penulis mengajukan beberapa saran sebagai berikut:

1. UMKM Es Aquarium dapat lebih rinci dalam mencatat dan menghitung biaya-biaya mulai dari perolehan bahan hingga menjadi produk jadi sesuai dengan perhitungan *standart* akuntansi sehingga dapat diketahui secara jelas biaya yang dikeluarkan selama proses pengolahan es.

2. Secara keseluruhan UMKM Es Aquarium sudah menerapkan analisis *value chain* yang cukup baik. Akan tetapi UMKM Es Aquarium juga perlu meningkatkan kinerja aktivitas untuk meningkatkan persaingan pasar.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, Nur. 2023. *Wawancara*. Sumenep
- Apriliyanti, Tantri. 2023. *Wawancara*. Sumenep
- Arifin, Achmad. 2019. *Penentuan Biaya Strategis melalui Analisis Value Chain pada UMKM CV. Karunia Jaya. Skripsi*. Program Sarjana Universitas Muhammadiyah. Jember.
- Assauri, Sofjan. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers
- Astutie, Yanti Puji. 2017. *Penentuan Biaya Strategis melalui Analisis Value Chain pada UMKM Galangan Kapal*. Jember: Simposium Nasional Akuntansi XX
- Daljono. 2011. *Akuntansi Biaya*. Edisi tiga. Semarang: Badan Penerbit Semarang
- Damayanti, Nia Amelia, Diah Probowulan, dan Ari Sita Nastiti. 2021. *Analisis Rantai Nilai sebagai Upaya untuk Meningkatkan Keunggulan Kompetitif (studi kasus pada UD. Ijen Batik Bondowoso)*, 1(1), 23.
- David, Fred R.. 2012. *Manajemen Strategis*. Jakarta: Salemba Empat
- Dwi, Noradilla. 2023. *Wawancara*. Sumenep
- Fatila, Fina. 2023. *Wawancara*. Sumenep
- Handayani. 2018. *Analisis Strategi Pemasaran Kain Batik Besurek di Kota Bengkulu. Skripsi*. Program Sarjana Universitas Bengkulu. Bengkulu.
- Hidayat, Nur. 2023. *Wawancara*. Sumenep
<https://spenmo.id/blog/perbedaan-biaya-dan-beban>
<https://www.estehindonesia.com/>
<https://www.jurnal.id/id/blog/pengertian-biaya-jenis-jenis-dan-klasifikasi-dalam-akuntansi-adalah/>
- Julianto, Eka Widiyato dan Darwanto. 2016. *Analisis Rantai Nilai (Value Chain) Jagung*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 1(1),1-15.
- J. R. Raco. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT. Grasindo
- Kriyatono, Rahmat. 2009. *“Pengantar” dalam Burhan Bungin, Teknik Praktik Riset Komunikasi Edisi Pertama*. Jakarta: Kencana
- Kuncoro, Mudrajat. 2006. *Strategi bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*. Jakarta: Erlangga

- Ladidah, Siti Saridatul. 2022. *Analisis Akuntansi Biaya Produksi pada Praktik Value Chain di UMKM Ijen Batik Kecamatan Tamanan Kabupaten Bondowoso*. *Skripsi*. Program Sarjana UIN KHAS Jember. Jember
- Lihawa, Adriyansya, Hendra Uloli, dan Abdul Rasyid. 2021. *Analisis Rantai Nilai (Value Chain) pada Komoditas Jagung*. *Jambura Industri Review*, 1 (2), 102.
- Maddepungeng, Andi. 2015. *Analisis Pengaruh Value Chain terhadap Keunggulan Bersaing dalam Mencapai Kepuasan Kontraktor pada Perusahaan Ready Mix Beton di Banten*. *Jurnal Fondas*, 4 (1), 38.
- Mulyadi. 2015. *Akuntansi Biaya Edisi Lima*. Yogyakarta: UPP STIM KPN
- Mursyidi. 2010. *Akuntansi Dasar*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Nugrahani, Farida. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif*. Solo: Cakra Books
- Pearce, J. A., dan R. B. Robinson. 2007. *Manajemen Strategi*. Jakarta: Salemba Empat
- Porter, Michael E. 2007. *Competitive Advantage (Keunggulan Bersaing)*. Tangerang Selatan: Karisma Publishing Group
- Porter, M. E. 1985. *Competitive Advantage-Creating and Sustaining Superior Performance*. New York: Free Press
- Porter, Michael E. 1995. *Strategi Bersaing Tehnik Menganalisis Industri dan Pesaing*. Jakarta: Erlangga
- Rahayu, Iis. 2020. *Analisis Rantai Nilai pada Industri Olahan Ikan Teri Asin Perspektif Etika Bisnis Islam (studi pada UMKM Ikan Teri Asin Pulau Pasaran, Teluk Betung Timur, Bandar Lampung)*. *Skripsi*. Program Sarjana UIN Raden Intan Lampung, Bandar Lampung.
- RI, Departemen Agama. 2015. *Al-Qur'an dan Terjemah (QS. Hud ayat 85)*. Bandung: PT Sygma Examedia Arkanleema
- Situmorang, Ahmad Bahri. 2021. *Analisis Rantai Pasok (supply chain) dan Rantai Nilai (value chain) Komoditi Beras Ketan (oryza sativa var. glutinosa) (Kasus: Desa Melati II, Kecamatan Perbaung, Kabupaten Serdang Bedagai)*. *Skripsi*. Program Sarjana Universitas Sumatera Utara. Medan.
- Siyoto, Sandu. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

- Sugiyono. 2020. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta CV
- Suharto, Babun. 2015. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jember: IAIN Jember Press
- Suwaibah. 2022. *Analisis Penerapan Halal Value Chain (Nilai Rantai Halal) pada UMKM (studi di Toko Roti Wirda ake, Gempong erduati, Kota Banda Aceh)*. *Skripsi*. Program Sarjana UIN Ar-Raniry. Banda Aceh
- Ulfah, Ika Farida. 2016. *Akuntansi untuk UMKM*. Surakarta: CV. Ketaka Group
- Ullen, Yuliana. 2015. “Strategi Komunikasi Bisnis PT. Alif Persada Nusantara dalam Meningkatkan Penjualan garden Hills Estate Tahun 2013”. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. No. 3



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sitti Mariani

NIM : E20173008

Prodi/Jurusan : Akuntansi Syariah / Ekonomi Islam

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Institusi : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Dengan ini menyatakan bahwa isi skripsi yang berjudul “**Penentuan Biaya Strategis melalui Analisis Value Chain pada UMKM Es Aquarium di Era Pandemi Covid-19**” secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Jember, 22 November 2023

Saya yang menyatakan


Sitti Mariani
NIM. E20173008



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <https://febi.uinkhas.ac.id/>

Nomor : B- /Un.22/7.a/PP.00.9/05/2023 30 Mei 2023
Lampiran : -
Hal : **Permohonan Ijin Penelitian**

Kepada Yth.
Pemilik UMKM Es Aquarium
Jl. Raya Bluto - Sumenep

Disampaikan dengan hormat bahwa, dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka bersama ini mohon diijinkan mahasiswa berikut :

Nama : Sitti Mariani
NIM : E20173008
Semester : XII (Dua Belas)
Jurusan : Ekonomi Islam
Prodi : Akuntansi Syariah

untuk mengadakan Penelitian/Riset mengenai Penentuan Biaya Strategis melalui Analisis Value Chain pada UMKM Es Aquarium di Era Pandemi Covid-19 di lingkungan warung UMKM Bapak/Ibu.

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

a.n. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik,


Nurul Widyawati Islami Rahayu, M. Si.
NIP. 197509052005012003



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <http://uinkhas.ac.id>



SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Nomor : B-166.AKS/Un.22/7.d/PP.00.9/10/2023

Bagian Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menerangkan bahwa :

Nama : Sitti Mariani
NIM : E20173008
Program Studi : Akuntansi Syariah
Judul : Penentuan Biaya Strategis melalui Analisis Value Chain pada UMKM Es Aquarium di Era Pandemi Covid-19

Adalah benar-benar telah lulus pengecekan plagiasi dengan menggunakan aplikasi Turnitin, dengan tingkat kesamaan dari Naskah Publikasi Tugas Akhir pada aplikasi Turnitin kurang atau sama dengan 30%

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 6 Oktober 2023

An. Dekan

Kepala Bagian Akademik

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Syahrol Mulyadi

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER





USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) ES AQUARIUM
DUSUN TORONAN DESA BLUTO
KECAMATAN BLUTO KABUPATEN SUMENEP

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, Pemilik Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Es Aquarium menerangkan dengan sebenar-benarnya bahwa saudara:

Nama : Sitti Mariani
NIM : E20173008
Program Studi : Akuntansi Syariah
Universitas : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq
Jember

Telah selesai mengadakan penelitian dalam rangka penyusunan skripsi di Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dengan judul "Penentuan Biaya Produksi dan Implementasi Analisis *Value Chain* pada UMKM Es Aquarium di Era Pandemi Covid-19".

Dengan demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Sumenep, 12 Juni 2023



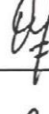





WARUNG — Pemilik UMKM Es Aquarium
"ES AQUARIUM"
Jl. Raya Bluto Sumenep
HP : 0812 3018 8080
Nur Hidayat, S. T.

PEDOMAN WAWANCARA

1. Bagaimana penentuan biaya strategis UMKM Es Aquarium?
 - a. Apa saja biaya bahan baku es aquarium?
 - b. Berapa biaya untuk peralatan es aquarium?
 - c. Berapa jumlah karyawan di UMKM Es Aquarium?
 - d. Berapa gaji karyawan di UMKM Es Aquarium?
 - e. Berapa biaya operasional dalam proses pengolahan es aquarium?
 - f. Berapa biaya pemasaran dan administrasi pada es aquarium?
2. Bagaimana implementasi analisis *value chain* UMKM Es Aquarium?
 - a. Apa saja jenis bahan baku yang diperlukan dalam pengolahan es aquarium?
 - b. Dari mana perolehan bahan baku tersebut?
 - c. Bagaimana proses pengecekan produk sebelum sampai ke pelanggan?
 - d. Bagaimana penyimpanan bahan baku di UMKM Es Aquarium?
 - e. Apa sajakah macam-macam es aquarium yang dihasilkan?
 - f. Bagaimana proses atau cara pengolahan es aquarium?
 - g. Teknologi apa sajakah yang digunakan di UMKM Es Aquarium?
 - h. Bagaimana cara perusahaan menilai produk layak dikonsumsi pelanggan?
 - i. Bagaimana kapasitas penyimpanan bahan dan peralatan?
 - j. Berapakah standart harga yang diberikan?

JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

PENENTUAN BIAYA STRATEGIS MELALUI ANALISIS VALUE CHAIN PADA UMKM ES AQUARIUM DI ERA PANDEMI COVID-19

No	Tanggal	Kegiatan	Paraf
1	3 Juni 2023	Pra penelitian untuk memastikan kondisi yang ada di lapangan dan melengkapi data proposal skripsi	
2	5 Juni 2023	Menyerahkan surat penelitian dan silaturahmi di UMKM warung Es Aquarium	
3	6 Juni 2023	Observasi dan penggalan data kegiatan di UMKM warung Es Aquarium	
4	7 Juni 2023	Interview kepada pemilik dan manajer UMKM Es Aquarium tentang pengelolaan keuangan dan produk	
5	8 Juni 2023	Interview kepada beberapa karyawan tentang sistem kerja di UMKM Es Aquarium	
6	9 Juni 2023	Meminta dokumentasi kepada pemilik UMKM Es Aquarium	
7	10 Juni 2023	Meminta dokumentasi kepada para karyawan untuk melengkapi data	
8	11 Juni 2023	Observasi dan interview tambahan untuk melengkapi data dan meminta tanda tangan	

Matrik Penelitian

Judul	Variabel	Sub Variabel	Indikator	Sumber Data	Metode Penelitian	Fokus Penelitian
Penentuan Biaya Strategis melalui Analisis Value Chain pada UMKM Es Aquarium di Era Pandemi Covid-19	<p>A. Penentuan biaya strategis</p> <p>B. Analisis <i>value chain</i></p>	<p>Klasifikasi biaya</p> <p>Konsep <i>value chain</i></p>	<p>1. Biaya produksi</p> <p>2. Biaya pemasaran</p> <p>3. Biaya administrasi dan umum</p> <p>1. Aktivitas primer</p> <p>2. Aktivitas sekunder</p>	<p>Data primer - Informan:</p> <p>1. Pemilik UMKM</p> <p>2. Manager</p> <p>3. Karyawan</p> <p>4. Pelanggan</p>	<p>5. Jenis penelitian: Kualitatif</p> <p>6. Pendekatan penelitian: Deskriptif</p> <p>7. Lokasi penelitian: desa Bluto, kecamatan Bluto, kabupaten Sumenep</p> <p>8. Teknik penentuan subyek penelitian: Purposive</p> <p>9. Teknik pengumpulan data:</p> <p>a. Observasi</p> <p>b. Wawancara</p> <p>c. Dokumentasi</p> <p>10. Analisis data:</p> <p>a. Reduksi data</p> <p>b. Penyajian data</p> <p>c. Verifikasi data</p> <p>11. Keabsahan data: Triangulasi sumber</p>	<p>1. Bagaimana penentuan biaya strategis pada UMKM Es Aquarium di era pandemi covid-19?</p> <p>2. Bagaimana implementasi analisis <i>value chain</i> pada UMKM Es Aquarium di era pandemi covid-19?</p>



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kalwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136
Telp. (0331) 487650 Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id
Website: <https://febi.uinkhas.ac.id/>



SURAT KETERANGAN

Kami yang bertandatangan di bawah ini, menerangkan bahwa :

Nama : Sitti Mariani
NIM : E20173008
Semester : XIII (Tiga belas)

Berdasarkan keterangan dari Dosen Pembimbing telah dinyatakan selesai bimbingan skripsi. Oleh karena itu mahasiswa tersebut diperkenankan mendaftarkan diri untuk mengikuti Ujian Skripsi.

Jember, 23 November 2023
Koordinator Prodi. Akuntansi Syariah,


Dr. Nur Ika Mauliyah, S. E., M. Ak.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R



DOKUMENTASI FOTO



Wawancara bersama pemilik UMKM dan manajer



Wawancara bersama Karyawan bagian masak



Wawancara bersama karyawan bagian keuangan



Wawancara mengenai perolehan bahan baku



Wawancara mengenai perolehan bahan pelengkap



Wawancara mengenai perolehan bahan pelengkap

BIODATA PENULIS



Nama : Sitti Mariani
NIM : E20173008
Tempat dan tanggal lahir : Sumenep, 21 Januari 1999
Alamat : Dusun Jasaan RT.14 RW.07 Desa Aengbaja
Kenek Kecamatan Bluto Kabupaten Sumenep
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Islam
Program studi : Akuntansi Syariah

RIWAYAT PENDIDIKAN

1. RA Ar-Rozaq tahun 2003-2005
2. SDN Aeng Baja Kenek II tahun 2005-2011
3. MTs. At-Taufiqiyah tahun 2011-2014
4. MA. At-Taufiqiyah tahun 2014-2017
5. UIN KHAS Jember tahun 2017-2023