

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia adalah negara agraris yang memiliki lahan pertanian yang luas. Sumber pangan hingga bahan industri semua didapatkan dari sektor pertanian. Maka dari itu, pertanian merupakan salah satu sumber kehidupan masyarakat Indonesia. Sesuai dengan data Badan Pusat Statistik (BPS) pada triwulan II 2017, salah satu sektor yang memberikan kontribusi positif bagi perekonomian Indonesia adalah sektor pertanian. Sektor ini menjadi bagian yang sangat penting dalam roda ekonomi negara. Sumber daya alam yang mendukung menjadi salah satu keuntungan yang dimiliki oleh negara disamping sumber daya manusia yang tidak kalah bagusnya. Meskipun banyak petani yang masih menggunakan cara konvensional dalam melakukan pertanian, adanya teknologi baru di industri ini memudahkan para petani untuk semakin bersinergi. Sehingga, profesi petani tidak lagi dipandang sebelah mata. Tetapi di Indonesia, sektor pertanian belum dimaksimalkan dengan baik. Padahal potensi pertanian di Indonesia sangatlah besar dan hal tersebut harus dimaksimalkan oleh berbagai pihak.

Perkembangan pertanian di Indonesia yang semakin pesat menjadi salah satu peluang bagi berbagai pihak untuk memanfaatkan dan memaksimalkan kesempatan tersebut. Mulai dari petani, pelaku usaha di sektor pertanian, hingga pemerintah bisa memanfaatkan peluang tersebut. Pembinaan pada para petani hingga memberikan produk pertanian terbaik seperti bibit unggul dapat menjadi bentuk dukungan pemerintah. Dalam situs resmi Kementerian Pertanian, pemerintah telah melakukan salah satu upaya untuk membina para pelaku UKM, yaitu menggelar pelatihan manajemen agrobisnis yang bekerjasama dengan Asian Productivity Organization (APO) dan Cornell University. Meskipun perkembangan pertanian memiliki prospek yang cukup baik, tantangan adalah hal yang tidak bisa dihindari di masa depan. Dengan kemajuan era teknologi informasi, seluruh pelaku di sektor pertanian harus bersiap untuk menghadapi berbagai rintangan yang akan datang di kemudian hari (kumparan.com).

Berdasarkan data BPS pada tahun 2017, pertumbuhan pertanian Indonesia dapat dibilang cukup bagus pada angka 6.9% di tengah ketidakpastian ekonomi global dan mampu mengeksport beberapa komoditas seperti rempah-rempah, kopi, coklat, dan tembakau.

Tabel 1.1 Data Produksi Tanaman Biofarmaka Tahun 2019-2020

No	Jenis Tanaman	Produksi (Kg)		Perkembangan (%)
		2019	2020	
1	Jahe	174.380.120	183.517.778	5.24
2	Laos	75.384.910	68.658.643	-8.92
3	Kencur	35.296.213	44.823.793	27
4	Kunyit	190.909.204	193.582.819	1.4
5	Lempuyang	6.609.056	7.145.910	8.12
6	Temulawak	29.637.119	26.742.721	-9.76
7	Temuireng	6.969.556	7.201.988	3.33

Sumber : bps.go.id

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2020, sebagian besar tanaman biofarmaka mengalami peningkatan produksi. Penurunan hanya dialami oleh laos dan temulawak. Persentase peningkatan produksi tertinggi dialami oleh kencur. Tiga jenis tanaman biofarmaka yang mempunyai produksi terbesar pada tahun 2017 adalah kunyit, diikuti oleh jahe dan laos (Tabel 1.1).

Tabel 1.2 Produksi Beberapa Tanaman Biofarmaka di Provinsi Sentra 2020

Provinsi	Jenis Tanaman			
	Jahe	Kunyit	Laos	Kencur
Jawa Timur	45.092.555	57,172,617	17.560.008	102.722.745
Jawa Tengah	31.667.414	27,908,208	14.358.832	30.058.632
Jawa Barat	34.910.295	7,828,267	13.094.661	16.999.276
Sulawesi Selatan	8.443.663	9.443.350	2.479.629	140.393
Bengkulu	13.874.568	4,076,490	2.292.345	4.089.987
DI Yogyakarta	4.532.098	3,116,303	1.150.310	3.085.478

Sumber : bps.go.id

Berdasarkan sebaran wilayah, produksi tanaman biofarmaka pada tahun 2020 tersebar di Pulau Jawa. Provinsi sentra tanaman ini adalah Jawa Timur, Jawa

Tengah, Jawa Barat, Sulawesi Selatan, Bengkulu, dan DI Yogyakarta. Produksi tertinggi jahe, kunyit, laos, dan kencur berada di Jawa Timur. (Tabel 1.2).

Masyarakat nusantara sudah mengenal dan memanfaatkan rempah untuk berbagai keperluan sejak dahulu. Mulai dari kecantikan, kesehatan, hingga keperluan ritual keagamaan. Nusantara berarti rempah, negeri rempah-rempah, artinya Indonesia adalah negara penghasil rempah. Banyak sekali ragam komoditas rempah yang dimiliki Indonesia dan hal tersebut menjadi salah satu keunggulan negara ini dimana banyak negara yang membutuhkannya tetapi tidak memiliki sumber daya alamnya. Bahkan kedatangan Portugis, Belanda, Inggris dan bangsa lainnya ke Indonesia adalah mencari pusat penghasil rempah.

Sampai saat ini pun rempah masih menjadi primadona di pasar Internasional. Peluang ekspor rempah Indonesia ke pasar internasional berpotensi sangat besar. Kemiri, pala, kunyit, jahe, dan rempah lainnya sangat dibutuhkan dan dicari di pasar internasional dengan harga jual yang bersaing.

Per-Desember 2019, potensi ekspor pertanian Indonesia mencapai \$0.37miliar yang berarti meningkat sebesar 24.35% dari tahun sebelumnya di bulan yang sama dimana komoditas yang mengalami ekspor adalah rempah dan tanaman obat aromatik (Kompas.com).

Salah satu komoditas yang sangat berperan di Indonesia adalah kunyit. Industri obat tradisional di Indonesia sangat membutuhkan Kunyit. Tanaman dari golongan *Zingiberaceae* ini merupakan tanaman semak dan bersifat tahunan yang tersebar di seluruh daerah tropis (Labban, 2014). Hutan atau bekas kebun adalah tempat dimana kunyit akan tumbuh subur, biasanya tanaman ini dibudidayakan di Asia Selatan khususnya Indonesia, India, Cina Selatan, Taiwan, dan Filipina (Ahmad *et al.*, 2010). Selain bahan baku industri jamu, kunyit juga bisa diolah sebagai kosmetik, bahan baku masak dan bahan obat tradisional lainnya. Kunyit masuk dalam prioritas *World Health Organization* (WHO) sebagai tanaman obat yang paling banyak dipakai di berbagai negara dan sering disebutkan didalam resep tradisional hingga buku farmasi (Hartati, 2013).

Kegiatan rantai pasokan atau *supply chain* di suatu perusahaan adalah salah satu hal utama yang sudah wajib menjadi perhatian bagi para pelaku bisnis. Suatu

konsep untuk mengolah rantai pasokan perusahaan menjadi terintegrasi sangatlah diperlukan. *Supply chain management* (SCM) adalah proses aliran yang terintegrasi dimulai dari pemasok, proses produksi, hingga output yang didistribusikan untuk konsumen secara efektif dan efisien (Mauidzoh & Zabidi, 2007).

Minat terhadap SCM saat ini perlahan tumbuh di industri pangan pertanian, baik di negara maju maupun berkembang. Sama seperti di bidang manufaktur dan ritel, para eksekutif perusahaan agribisnis mulai sadar bahwa koordinasi yang sukses, integrasi, dan manajemen proses bisnis utama di keseluruhan *chain* akan menentukan keberhasilan kompetitif perusahaan. Meningkatnya minat terhadap SCM juga didukung dengan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi yang memudahkan pertukaran informasi dalam jumlah besar di antara *chain* yang ada untuk berkoordinasi. Akibatnya, ada kebutuhan dan peluang untuk pendekatan bersama dari mitra bisnis menuju pembentukan *supply chain* yang lebih efektif dan efisien.

Supply chain makanan dan agribisnis kini dengan cepat bergerak menuju sistem yang saling terhubung secara global dengan berbagai macam hubungan yang kompleks. Hal tersebut mempengaruhi cara bagaimana proses produksi, pengolahan, hingga pengiriman ke pasar. Produk makanan yang mudah rusak saat ini dapat dikirim dari belahan dunia dengan harga yang cukup kompetitif. Permintaan dan penawaran tidak lagi terbatas pada negara atau wilayah, tetapi sudah menjadi proses internasional. Pasar memberikan tekanan pada rantai makanan pertanian dan memaksa peningkatan koordinasi antara pembeli dan penjual dan inovasi yang berkelanjutan. Perusahaan harus memenuhi permintaan konsumen yang meningkat di seluruh dunia. Dalam bidang agroindustri global, perusahaan harus bekerja terus menerus pada inovasi dalam proses, produk, hingga bentuk kerjasama. Karena bisnis di bidang ini tidaklah mudah. Konsumen memiliki permintaan dengan kualitas tertentu, sedangkan hasil pertanian masih sangat dipengaruhi faktor alam, seperti cuaca dan tanah. Bisnis di bidang ini tidak mudah seperti manufaktur yang bisa dikontrol oleh manusia. Masalah utama

seperti harga dan kualitas lebih penting saat ini karena konsumen sekarang dapat memilih dari semakin banyak produk yang ditawarkan oleh kompetitor.

Meningkatnya integrasi rantai pangan (*agro-supply chain*) pertanian lokal dan internasional dianggap sebagai ancaman sekaligus tantangan bagi perusahaan. Keuntungan yang dihasilkan harus bisa memenuhi kebutuhan jangka pendek hingga jangka panjang. Hal tersebut bertujuan agar perusahaan dapat bersaing dengan kompetitor dan dapat bertahan hidup seiring dengan berkembangnya zaman. Salah satu metode yang dapat dilakukan perusahaan yaitu membuat analisis rantai nilai atau *value chain* bagi perusahaan.

Teori *value chain* ini pertama ditemukan oleh Porter pada tahun 1985. Teori ini merupakan pengembangan sistem produksi, teknologi, sumber daya manusia, logistik, jaringan, hingga relasi perusahaan (Trienekens, 2012 dalam Asmarantaka 2017). Seiring berkembangnya zaman, konsep ini berfokus pada daya saing yang memperhatikan aspek *sustainability* atau keberlanjutan. Tujuan dari *value chain* adalah menjaga perusahaan agar dapat unggul, bersaing dan bertahan dalam persaingan dengan perusahaan lainnya. Hal tersebut dapat direalisasikan dengan melihat kinerja perusahaan di bidang perancangan, pemasaran, produksi, hingga produk sampai di tangan konsumen. Hal tersebut dapat memengaruhi posisi perusahaan (Christopher, 2005).

Saat ini teori *value chain* sudah sangat berkembang di berbagai industri, salah satunya di industri pertanian atau agroindustri. Pada tahun 2016, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) bersama Kementrian Pertanian membahas tentang pembiayaan rantai nilai atau *value chain* di sektor pertanian. Hal tersebut bertujuan untuk mendukung tercapainya salah satu program pemerintah, yaitu kedaulatan pangan. Dalam mewujudkan ketahanan pangan sangat diperlukan adanya sinergi antar semua pihak yang terkait (wartaekonomi.co.id).

Value chain merupakan salah satu alat analisis yang dapat menjelaskan kompetensi inti perusahaan dalam mengejar keunggulan bersaing, baik keunggulan diferensiasi maupun biaya. Semakin banyak pihak yang bisa diajak kerjasama, semakin banyak *value* yang didapatkan dalam jaringan tersebut. Dengan adanya aktivitas yang saling terintegrasi akan menghasilkan *value* bagi

perusahaan maupun bagi mitra yang bekerjasama. Semakin banyak pihak dalam mata rantai bisnis yang bisa diajak kerjasama, maka semakin banyak *value* yang dapat diperoleh dalam jaringan bisnis tersebut. Konsep saling bekerjasama menghasilkan *win-win solution* atau keuntungan bagi seluruh pihak. Sehingga jaringan tersebut akan lebih kompetitif, memiliki keunggulan bersaing, juga *sustain* atau dapat bertahan jangka panjang (Porter, 1985).

Analisis perhitungan nilai tambah dengan Metode Hayami dapat dilakukan setelah melakukan analisis *value chain*. Analisis ini dapat mendukung analisis sebelumnya dengan membantu perusahaan mengetahui nominal nilai tambah yang dihasilkan dari rangkaian aktivitas yang sudah dilakukan di perusahaan. Perhitungan tersebut nantinya dapat menjadi bahan evaluasi rutin bagi perusahaan. Terdapat beberapa metode untuk menghitung nilai tambah, salah satunya adalah Metode Hayami. Metode ini sangat sering dan umum digunakan pada sistem agribisnis (Hayami, 1987).

Penelitian ini berfokus pada salah satu perusahaan yang bergerak di bidang pertanian, khususnya rempah. Perusahaan tersebut bernama PT Sari Bhuana Nusajaya yang berdiri pada tahun 2017. Sebelum berdirinya PT ini, pendiri perusahaan sudah lama menjalankan bisnis di dunia rempah. Hanya saja sejak mendirikan PT, perusahaan mulai membuat satu komoditas dari hulu hingga hilir, yaitu *turmeric finger*. Komoditas tersebut hanya memiliki satu konsumen atau eksklusif *buyer* karena *made-by order* dan melakukan kerjasama kolaborasi diawal kontraknya. Terbilang sangat baru, perusahaan masih harus banyak belajar dari proses yang dilakukan dari awal berdiri hingga saat ini.

Keadaan diatas membuat perusahaan berfikir bagaimana cara untuk mempertahankan perusahaannya di masa yang akan datang. Kompetisi semakin ketat dan perusahaan ingin tetap *sustain*. Keberlangsungan hidup perusahaan harus terjamin hingga jangka panjang. Tidak selamanya perusahaan dapat mengandalkan satu konsumen saja. Menurut hasil wawancara dengan direktur perusahaan, beliau ingin perusahaan semakin memperbanyak kerjasama dengan eksklusif *buyer* di berbagai komoditas, memperbanyak kerjasama dengan mitra di berbagai daerah, hingga memperluas lahan untuk menanam komoditas lain sesuai

permintaan yang ada. Hal tersebut dikarenakan perusahaan ingin memperluas pasar dan juga ingin bertahan ditengah kondisi yang tidak menentu ini.

Terdapat beberapa cara yang dapat digunakan perusahaan dalam mempertahankan bisnisnya agar bisa bertahan atau *sustain* di masa mendatang. Salah satunya adalah Analisis *Value Chain* Porter dimana perusahaan mendapatkan informasi mengenai apa saja *value* yang ada di setiap aktivitas dalam perusahaan. Analisis ini menjelaskan dua aktivitas penting dalam penentuan *value chain* perusahaan, yaitu aktivitas utama (*primary activity*) dan aktivitas pendukung (*supporting activities*). Selain Analisis *Value Chain* Porter, penelitian ini dilanjutkan dengan menghitung nilai tambah (*value added*) dengan Metode Hayami. Nilai tambah merupakan pengukuran performa maupun pemasukan perusahaan. Nilai tambah juga diartikan sebagai selisih antara nilai output produksi yang dihasilkan perusahaan dengan input yang dikeluarkan (www.bps.go.id). Tetapi, terdapat Batasan penelitian dalam menghitung nilai tambah perusahaan. Data yang didapatkan untuk penelitian hanya terbatas pada proses *operation* saja, tidak bisa dari *inbound* hingga *outbound*. Kemudian, setelah dilakukan 2 analisis diatas, kontribusi manajerial untuk perusahaan dibuat. Kontribusi manajerial berisi saran atau masukan yang direkomendasikan untuk perbaikan dan evaluasi guna meningkatkan keunggulan bersaing perusahaan.

Berdasarkan penjelasan latar belakang tersebut, maka penulis mengusung judul penelitian “**Analisis Nilai Tambah Rantai Pasok Menggunakan *Value Chain* dan Metode Hayami Pada Komoditas Kunyit PT Sari Bhuana Nusajaya Banyuwangi**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka dapat ditarik rumusan masalah pada penelitian ini yaitu :

1. Bagaimanakah analisis rantai pasok (*supply chain*) dengan Metode Rantai Nilai (*Value Chain*) Porter pada komoditas kunyit PT Sari Bhuana Nusajaya Banyuwangi?
2. Bagaimanakah hasil analisi nilai tambah komoditas kunyit menggunakan Metode Hayami pada PT Sari Bhuana Nusajaya Banyuwangi?
3. Bagaimanakah kontribusi manajerial untuk mempertahankan kesinambungan bisnis pada rantai pasok (*supply chain*) komoditas kunyit menggunakan Analisis Nilai Tambah pada PT Sari Bhuana Nusajaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini antara lain :

1. Mengetahui analisis rantai pasok (*supply chain*) dengan Metode Rantai Nilai (*Value Chain*) Porter pada komoditas kunyit PT Sari Bhuana Nusajaya Banyuwangi.
2. Mengetahui hasil nilai tambah komoditas kunyit menggunakan Metode Hayami pada PT Sari Bhuana Nusajaya Banyuwangi.
3. Mengetahui kontribusi manajerial untuk mempertahankan kesinambungan bisnis pada rantai pasok (*supply chain*) komoditas kunyit menggunakan Analisis Nilai Tambah pada PT Sari Bhuana Nusajaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan penulis dengan adanya penelitian ini adalah :

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai masukan bagi perusahaan untuk mengetahui apa saja yang harus diperbaiki atau dilakukan sehingga dapat mengatasi permasalahan yang ada agar tetap bisa bertahan dan berkembang sehingga memberikan keuntungan tersendiri bagi nilai perusahaan.

2. Bagi Penulis

Penelitian ini sebagai wawasan dalam penerapan ilmu manajemen yang sudah dipelajari selama masa studi, khususnya yang berhubungan dengan *value chain*.

3. Bagi Peneliti Lain

Penelitian ini dapat memberikan informasi yang berguna dan pendukung pada penelitian di masa mendatang.

4. Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan menjadi bahan acuan untuk mengembangkan penelitian selanjutnya, khususnya dalam bidang manajemen.

5. Bagi Pemerintah

Penelitian ini dapat membantu pemerintah dalam upaya peningkatan perkembangan industri khususnya komoditas kunyit yang merupakan salah satu kekayaan sumber daya alam yang dimiliki Indonesia.

1.5 Sistematika Penulisan

Secara garis besar, sistematika penulisan skripsi ini terdiri dari 5 bab yang saling berkaitan antara satu sama lain.

BAB 1 – PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang pengambilan topik penulisan penelitian ini yang memuat tentang permasalahan yang terjadi pada objek penelitian dan metode dalam mengatasi berbagai masalah yang ada. Juga terdapat rumusan masalah yang akan diteliti serta tujuan dan manfaat dilakukannya penelitian ini.

BAB 2 – TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini memuat berbagai teori dasar mengenai konsep *supply chain management*, *value chain*, agrobisnis, dan komoditas kunyit. Selain itu, juga menjelaskan mengenai penelitian terdahulu, *research question* dan kerangka berpikir dalam menyelesaikan penelitian ini.

BAB 3 – METODE PENELITIAN

Bab ini berisi pendekatan penelitian, jenis dan sumber data, prosedur pengumpulan data, teknik analisis, serta gambaran tahapan penelitian.

BAB 4 – HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini terdapat profil perusahaan, data-data yang akan diolah dan diperlukan dalam penelitian, hasil pengolahan data dari data yang sudah dikumpulkan, kemudian hasil dari pengolahan data akan dianalisis untuk mengetahui hasil yang telah didapat dari pengolahan data.

BAB 5 – KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari data penelitian yang sudah diolah dan saran dari hasil penelitian.