

## **BAB 1. PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Perkembangan industri makanan dan minuman yang semakin pesat menjadi tantangan tersendiri bagi para pelaku usaha. Khususnya Kabupaten Jember telah mengalami pertumbuhan ekonomi sebesar 4,53% pada tahun 2022 dan menempati posisi tertinggi di kawasan Tapal Kuda disusul oleh Kabupaten Probolinggo sebesar 4,52% (Badan Pusat Statistik, 2022). Era persaingan yang semakin tinggi menjadi tuntutan agar perusahaan meningkatkan produktivitasnya. Perusahaan yang berbasis manufaktur yang menghasilkan produk berupa barang memerlukan pengaturan sistem produksi dengan melihat karakteristik permintaan dan jumlah permintaan produk (Hermawan, 2019). Produktivitas dapat dilihat dari kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan waktu untuk aktivitas produksi secara efisien, sehingga sistem produksi dapat berjalan dengan lancar.

Pengukuran kinerja perusahaan merupakan hal yang penting dalam proses perencanaan, pengendalian, dan kegiatan bisnis lainnya. Perusahaan dapat memilih strategi dan struktur keuangan yang tepat, menentukan langkah-langkah strategis terhadap unit-unit bisnis perusahaan yang tidak produktif, menetapkan balas jasa internal, dan kebijakan serta kegiatan strategis lainnya dalam perusahaan (Wijaya, 2019). Keunggulan kompetitif menggambarkan kondisi pasar yang dapat memenuhi kebutuhan pelanggan. Dalam persaingan bisnis, perusahaan akan berjuang untuk mendapatkan keunggulan kompetitifnya (Damayanti *et al.*, 2021). Salah satu Industri manufaktur yang bergerak pada sektor makanan ringan yaitu CV. Macarindo Berkah Group yang telah berdiri sejak tanggal 20 April 2017 dan berlokasi di JL. Sriwijaya Gang XX No. 11 Kali Oktak, Karangrejo, Kecamatan Sumbersari, Kabupaten Jember. Awalnya produk ini hanya dipasarkan di daerah Kabupaten Jember, kemudian sedikit demi sedikit konsumen mulai mengenal produk karena inovasi produk yang berbeda dengan para pesaing produk sejenis. Inovasi produk merupakan suatu hal yang dapat dilihat sebagai kemajuan fungsional produk yang membuat produk lebih maju/berbeda dibanding pesaingnya

atau dapat dikatakan bahwa inovasi produk adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan produk sesuai keinginan pelanggan (Jauhari, 2020).

Inovasi yang dilakukan oleh perusahaan adalah dengan menciptakan produk makaroni dengan beberapa varian rasa yaitu rasa Original, Rumput Laut, Balado, Asin, Indomie, *Barbeque* (BBQ), Keju, Sapi Panggang, Jagung Manis, dan Cokelat. Target konsumen yang ingin dicapai industri yaitu konsumen kalangan pelajar dan mahasiswa dengan harga jual produk mulai dari Rp. 8.000 kemasan reguler. Hal tersebut selaras dengan adanya Peluang yaitu dengan banyaknya perguruan tinggi yang berada di Kabupaten Jember, menurut data Badan Pusat Statistik pada tahun 2020 terdapat 20 Perguruan Tinggi Swasta (PTS) dengan jumlah 27.435 mahasiswa dan 2 Perguruan Tinggi Negeri (PTN) dengan jumlah 40. 812 mahasiswa (Badan Pusat Statistik, 2021). Selain inovasi produk, tujuan perusahaan dalam menjalankan usaha adalah untuk memperoleh laba yang optimal, salah satu caranya dengan menaikkan harga jual atau menekan biaya produksi dalam proses pembuatan produknya. Biaya produksi penting bagi perusahaan karena merupakan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan (Wulandari, 2018)

CV. Macarindo Berkah Group belum melakukan perencanaan biaya produksi sehingga biaya produksi belum terstruktur, sehingga pemahaman mengenai efisiensi biaya produksi dan pemborosan biaya dapat terjadi selama proses produksi belum teridentifikasi. Strategi rantai nilai merupakan strategi yang tepat untuk membantu perusahaan dalam membebaskan biaya secara akurat pada setiap aktivitas yang dilakukan. Rantai nilai pertama kali diperkenalkan oleh Michael E. Porter dan Victor E. Millar (1985), rantai nilai (*value chain*) adalah aktivitas yang saling berkaitan. Rantai nilai bagi perusahaan tertanam dalam aliran aktivitas yang lebih besar atau disebut sebagai sistem nilai (*value system*) yang mencakup aktivitas pengadaan bahan baku, input produksi, hingga produk sampai kepada konsumen (Porter & Millar, 1985). Faktor penentu besar kecilnya permintaan biaya oleh aktivitas adalah pemicu biaya (*cost driver*), pemicu ini digunakan untuk membebaskan biaya sumber daya ke aktivitas. *Cost driver* memberikan dampak pada perubahan tingkat biaya total (Wulandari, 2018). Penelitian skripsi ini diharapkan dapat membantu perusahaan untuk memperoleh informasi mengenai

jalur rantai nilai yang terjadi pada perusahaan serta membantu perusahaan untuk menyadari perbedaan produk (*differentiation*) dan penentuan harga lebih pada produk yang dijual (*a premium price/more value*). Sehingga konsumen bersedia membayar produk dengan harga yang ditawarkan.

### **1.2. Rumusan Masalah**

Uraian diatas telah menjelaskan latar belakang penelitian dilakukan, sehingga penulis dapat merumuskan permasalahan pada industri sebagai berikut:

1. Bagaimana analisis rantai nilai pada produk makaroni di CV. Macarindo Berkah Group ?
2. Berapa besar biaya total, penerimaan, dan pendapatan pada produk makaroni di CV. Macarindo Berkah Group ?
3. Berapa nilai tambah produk makaroni di CV. Macarindo Berkah Group ?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan uraian permasalahan di atas, penulis memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis rantai nilai pada produk makaroni di CV. Macarindo Berkah Group.
2. Untuk menentukan biaya total, penerimaan, dan pendapatan pada produk makaroni di CV. Macarindo Berkah Group.
3. Untuk menentukan nilai tambah produk makaroni pada produk makaroni di CV. Macarindo Berkah Group.

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah dirumuskan maka dapat diperoleh manfaat dari penelitian yang dilakukan sebagai berikut:

1. Bagi Industri

Sebagai bahan informasi dan dasar untuk pertimbangan industri dalam pengambilan keputusan agar dapat mengembangkan produk makaroni di CV.Macarindo Berkah Group.

2. Bagi Akademik

Sebagai bahan informasi bagi pembaca khususnya para mahasiswa untuk mengetahui lebih dalam tentang rantai nilai produk makaroni di CV.Macarindo Berkah Group, dan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya.

3. Bagi Peneliti

Dapat menambah wawasan peneliti tentang analisis rantai nilai produk makaroni dengan lokasi penelitian pada CV. Macarindo Berkah Group.