

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sangat berperan dalam perkembangan dan pertumbuhan perekonomian di Indonesia. UMKM menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro. UMKM juga menjadi bagian integral dari bidang usaha nasional yang memiliki peranan, potensi dan kedudukan strategis dalam mencapai tujuannya yaitu pembangunan nasional (Tambunan, 2006)

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (*UMKM*) Indonesia berkembang dan menyebar secara merata di penjuru nusantara. Salah satunya Jawa timur. Di Jawa timur UMKM mengalami percepatan dalam tumbuh dan berkembang . menurut BPS (*Badan Pusat Statistik*) jumlah UMKM hingga tahun 2020 telah mencapai 9,782.262 unit usaha.

Perkembangan UMKM tersebut menyebar merata pada setiap wilayah, salah satunya di wilayah Kabupaten Sidoarjo yang diketahui sebagai kota industri tak pernah mati. Selain menjadi Kota Industri, Sidoarjo dikenal juga sebagai kota dengan UMKM lebih dari 15.000 UMKM yang tercatat di 18 kecamatan, dan

merupakan kabupaten dengan total UMKM terbanyak di Indonesia (Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kab.Sidoarjo, 2017). Hal ini merupakan aset yang menunjang perekonomian di Kabupaten Sidoarjo.

Produk yang menjadi unggulan UMKM di Sidoarjo yang menarik untuk disoroti yaitu Sentra Industri tas dan koper (INTAKO). Nama INTAKO sendiri dikenal sebagai pusat industri kerajinan yang berbahan dasar kulit yang memproduksi berbagai macam produk seperti tas, koper, sepatu, dompet, dan jaket. Produk yang dihasilkan dari pengrajin tas dan koper di INTAKO diketahui memiliki kualitas yang cukup mendunia. Selain itu produk INTAKO juga telah dipasarkan sampai ke luar negeri. Oleh sebab itu, INTAKO merupakan salah satu ikon wisata Sidoarjo.

Perkembangan sentra industri INTAKO juga mengalami beberapa permasalahan. Salah satunya yang terjadi di tahun 2006 yaitu luapan lumpur lapindo . INTAKO yang berada di dekat semburan lumpur lapindo tepatnya di Desa Kedensari Kecamatan Tanggulangin dan hanya berjarak kurang lebih lima kilo meter dari pusat semburan lumpur lapindo sehingga luapan lumpur lapindo tersebut berdampak langsung pada INTAKO. Hal tersebut tentu sangat mempengaruhi kesejahteraan masyarakat Tanggulangin.

Akibat bencana lumpur lapindo yang paling dirasakan oleh pelaku UMKM di INTAKO adalah Eksistensi sentra industri Tanggulangin yang terancam tutup sejak terjadinya luapan lumpur lapindo yang menyembur di Porong Kabupaten Sidoarjo. Beberapa Kecamatan yang bersebelahan dengan

pusat semburan lumpur ikut terkena dampaknya yang menimbulkan persepsi masyarakat luar bahwa kawasan INTAKO juga ikut tergenang luapan lumpur lapindo, melihat INTAKO dari segi pemasaran yang sulit melakukan jual beli mengakibatkan omset yang diperoleh INTAKO juga mengalami penurunan, selain itu keunggulan yang kompetitif selama ini dimiliki oleh INTAKO juga telah memudar.

Permasalahan yang dihadapi Sentra Industri Tas dan Koper (INTAKO) tidak menurunkan semangat pengrajin tas dan koper untuk terus berupaya mencapai kejayaannya kembali. Para pelaku usaha ini berusaha bangkit untuk dapat tercapainya competitive advantage yang dapat mempertahankan eksistensi produk tas dan koper Tanggulangin. Maka dari itu pelaku usaha harus bisa memberikan opsi yang terbaik mengenai apa yang menjadi kebutuhan konsumen dan bagaimana agar kebutuhan konsumen tersebut terpenuhi dengan harga yang terjangkau. Sehingga dalam hal ini para pelaku usaha membutuhkan suatu strategi dalam menciptakan keunggulan kompetitif dan menemukan cara agar tercapainya keunggulan tersebut (Ellitan, 2008)

Competitive Advantage menurut David (2006), adalah segala sesuatu yang yang telah dilakukan oleh sebuah perusahaan sangat lebih baik daripada pesaingnya. Setiap usaha memerlukan keunggulan kompetitif agar bisa bersaing di tengah persaingan bisnis. Dengan keunggulan kompetitif para pengusaha dapat memahami dasar keuntungan dari keunggulan kompetitif pada bisnis. Sedangkan Bagi konsumen, dapat memberikan nilai guna pada produk, sehingga usaha tersebut bisa memenuhi kebutuhan konsumen melalui produk yang dihasilkan.

Konsep untuk dapat menciptakan competitive advantage adalah dengan menerapkan konsep value chain. Konsep value chain merupakan kelompok aktivitas yang dikerjakan untuk mendesain, mengirimkan, memasarkan, serta memberikan service atas produk yang diberikan. Untuk menghadapi persaingan bisnis yang ketat sangat dibutuhkan sebuah kualitas kinerja dalam mengendalikan faktor-faktor yang mempengaruhi kesuksesan UMKM tersebut. Konsep value chain dapat diterapkan untuk mengatasi permasalahan tersebut.

Value chain digambarkan sebagai suatu rantai dimana aktivitas- aktivitas yang ada didalamnya merupakan rantai yang terkait satu sama lain, dan dengan memanfaatkan keterkaitan itu badan usaha dapat mencapai competitive advantage. aktivitas didalam value chain itu sendiri ada dua yaitu primary activity dan secondary activity. Selanjutnya primary activity dan secondary activity ini digunakan sebagai variabel pengukuran dari value chain tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana value chain mempengaruhi competitive advantage yang dicapai badan usaha UMKM.

Beberapa penelitian mengenai pengaruh value chain terhadap competitive advantage pernah dilakukan, diantaranya adalah Penelitian yang dilakukan oleh Devi Andriyani, Nurlili dan Dr. Rini Lestari dengan judul Analisis Pengaruh Rantai Nilai (*Value Chain*) terhadap Keunggulan Bersaing. Study Kasus plaza Parahyangan. Hasil dari penelitian menyatakan bahwa value chain tidak berpengaruh terhadap competitive advantage pada distro di Plaza Parahyangan Bandung.

Penelitian yang dilakukan Siti Amalia Nafisah, (2020) dengan judul Value Chain Analysis Sebagai Upaya Dalam Menciptakan Competitive Advantage Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Variabel independen yang digunakan adalah auktivitas utama dan aktivitas pendukung pada value chain, sedangkan variabel dependen yang digunakan adalah competitive advantage. Jenis penelitian yang dilakukan menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode library research. Hasil dari penelitian adalah konsep value chain dan aktivitas penambahan nilai lainnya berperan penting pada tercapainya competitive advantage yang dapat berpengaruh pada perkembangan usaha.

Penelitian yang dilakukan oleh Yulia Wahyuni (1997) Studi Pengaruh Value Chain Terhadap Competitive Advantage Pada Badan Usaha Yang Bergerak Di Bidang Industri Air Mineral Di Jawa Timur. Hasil dari penelitian tersebut adalah bahwa badan usaha perlu meningkatkan pemanfaatan internal dan external linkages sehingga badan usaha dapat mencapai competitive advantage. Maka dari itu value chain dapat digunakan untuk mencapai competitive advantage sehingga dapat memenangkan persaingan di masa sekarang dan masa yang akan datang.

Penelitian yang dilakukan oleh Julia Marisa, Rahmad Syahni, Rika Ampuh Hadiguna, Novialdi (2017) dengan judul Analisis Strategi Rantai Nilai (*Value Chain*) Untuk Keunggulan Kompetitif Melalui Pendekatan Manajemen Biaya Pada Industri Pengolahan Ikan. Metode yang digunakan adalah Studi Literatur dengan data yang digunakan merupakan data skunder dari literatur maupun referensi-referensi yang ada. Hasil dari penelitian ini adalah Value Chain sebagai

strategi dalam pendekatan manajemen biaya pada industri pengolahan ikan yang diawali dengan manajemen biaya.

Penelitian yang dilakukan oleh Sri Widiyanesti dengan judul Pengaruh Value Chain Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Menggunakan Mediasi Keunggulan Bersaing Pada Aplikasi Gojek (2021) metode yang digunakan adalah analisis path, karena menggunakan variabel intervening yaitu keunggulan bersaing. Hasil penelitian menunjukkan primary activities pada value chain berpengaruh terhadap keunggulan bersaing, dan juga keunggulan bersaing memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dan juga pada penelitian ini keunggulan bersaing sudah menjadi variabel intervening yang baik dalam memediasi hubungan value chain dengan kepuasan konsumen

Diantara penelitian yang telah dilakukan diatas memiliki refleksi yang berbeda, sehingga peneliti merasa perlu melakukan penelitian terbaru mengenai value chain dan competitive advantage yang akan menjadikan UMKM INTAKO Tanggulangin sebagai obyek penelitian.

Melihat uraian diatas, mengenai pentingnya sebuah nilai yang harus diciptakan oleh setiap UMKM INTAKO untuk dapat tercapainya keunggulan dalam bersaing (*competitive advantage*) ditengah persaingan pesat, sehingga harus ada sebuah konsep yang harus dibentuk , konsep tersebut adalah konsep rantai nilai (*value chain management*). Melihat latar belakang diatas peneliti tertarik untuk melakukan analisis penelitian dengan judul “***Pengaruh Value chain management terhadap Competitive Advantage survey UMKM Industry Tas dan Koper (INTAKO) Tanggulangin***”

## **1.2 Perumusan Masalah**

Mengacu pada latar belakang yang telah diuraikan, peneliti mengajukan perumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah variabel primary activities pada value chain management berpengaruh secara parsial terhadap competitive advantage ?
2. Apakah variabel secondary activities pada value chain management berpengaruh secara parsial terhadap competitive advantage?
3. Apakah variabel primary activities dan secondary activities pada value chain management berpengaruh secara simultan terhadap competitive advantage?

## **1.3 Tujuan penelitian**

1. Mengetahui dan menjelaskan pengaruh primary activities pada Value chain management terhadap competitive advantage
2. Mengetahui dan menjelaskan pengaruh Secondary activities pada value chain management terhadap competitive advantage
3. Mengetahui dan menjelaskan pengaruh primary activities dan Secondary activities pada value chain management terhadap competitive advantage

## **1.4 Manfaat penelitian**

1. Manfaat Teoritis

Dengan melakukan penelitian ini semoga dapat menambah pengetahuan dan wawasan bagi siapa saja yang membaca mengenai

perkembangan umkm yang sangat pesat yang membuat persaingan juga sangat ketat. Sehingga pembaca juga mengetahui seberapa pengaruh sebuah value chain management terhadap keunggulan bersaing.

## 2. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian diharapkan dapat membantu sebagai rujukan atau referensi untuk melakukan penelitian berikutnya yang berkaitan dengan bagaimana cara menciptakan keunggulan bersaing. Selain itu penelitian ini dapat digunakan sebagai pertimbangan dalam mengambil keputusan oleh pelaku UMKM untuk mengembangkan usahanya ditengah persaingan



