

Rantai Nilai Pada Komoditas Bambu di Kawasan Industri Sentra Bambu

Andri Ikhwana^{1*}, Adi Surya Saputra²

^{1,2}Institut Teknologi Garut, Indonesia

*email: andri_ikhwana@itg.ac.id

Info Artikel

Dikirim: 14 Oktober 2023

Diterima: 27 November 2023

Diterbitkan: 30 November 2024

Kata kunci:

Analisis Rantai Nilai

Porter;

Hayami;

Nilai Tambah.

ABSTRAK

Pertumbuhan bambu yang cukup besar menjadi peluang bagi para pelaku usaha kerajinan. Produk kerajinan yang dibuat harus memiliki kualitas serta daya saing tinggi agar mampu meningkatkan kinerja serta hasil optimal yang mempengaruhi rantai nilai. Keunggulan yang signifikan dapat menghasilkan nilai tambah bagi sebuah industri. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui aktivitas rantai nilai dan apa saja yang memiliki nilai tambah serta besarnya nilai tambah yang dihasilkan oleh setiap pelaku rantai nilai pada komoditas bambu di kawasan sentra bambu Selaawi Garut. Metode yang digunakan pada penelitian ini diantaranya deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Analisis data dilakukan dengan metode analisis rantai nilai Porter serta nilai tambah dengan pendekatan Hayami. Hasil kajian analisis rantai nilai Porter didapatkan bahwa terdapat tiga pelaku pada komoditas bambu diantaranya petani, distributor besar dan ritel. Nilai tambah bambu pada petani sebesar Rp 55.000/unit, pada distributor besar sebesar Rp 141.500/unit dan pada ritel sebesar Rp 175.000/unit. Nilai tambah tertinggi yaitu diperoleh retail dengan margin sebesar Rp 180.000/unit.

1. PENDAHULUAN

Dilihat pada aspek ekonomi dan pertanian, kontribusi dan potensi bambu pada daerah pedesaan masih sangat penting serta dapat ditingkatkan [1]. Kecamatan Selaawi merupakan daerah dengan potensi sumber daya pohon bambu yang melimpah dimulai dari bahan baku hingga produk kreatif yang dihasilkan oleh tangan pengrajin masyarakat Selaawi. Mayoritas masyarakat Selaawi menekuni profesi sebagai penganyam bambu, ditangan terampil masyarakatnya bambu tersebut dapat dijadikan berbagai produk anyaman seperti sangkar burung, *home decor* hingga konstruksi bangunan. [2].

Dalam praktiknya, pengolahan anyaman bambu tersebut dilakukan secara manual oleh tangan pengrajin sehingga membutuhkan waktu yang lama dalam pengerjaannya terlebih jika produk yang dipesan memiliki tingkat kesulitan cukup tinggi. Perlunya inovasi dan kreativitas dari setiap pengrajin anyaman bambu dalam meningkatkan daya saing [3]. Mayoritas pelaku rantai nilai komoditas bambu tidak pernah melakukan analisis nilai tambah sehingga tidak diketahui besaran nilai tambah yang diperoleh dalam setiap aktivitas yang dilakukan.

Nilai tambah merupakan bertambahnya nilai yang didapat oleh suatu komoditas yang melakukan proses mengolah, penyimpanan serta pengambilan pada kegiatan proses produksi [4]. Rantai nilai (*value chain*) didefinisikan sebagai serangkaian kegiatan bisnis dalam mengolah suatu bahan baku menjadi bahan jadi yang mempunyai nilai bagi pelanggan [5].

Rantai nilai adalah aspek yang cukup berperan penting dalam mengubah komoditas bambu menjadi suatu produk kerajinan dalam memenuhi keinginan pelanggan [6]. Pentingnya analisis internal terkait kondisi rantai nilai bambu secara menyeluruh. Analisis rantai nilai menjelaskan serta mengevaluasi peran, hubungan orang dan organisasi yang bertujuan dalam meningkatkan nilai tambah baik melalui peningkatan nilai guna produk maupun penurunan biaya dengan melakukan pemeriksaan keterlibatan dari kegiatan yang berbeda dalam suatu organisasi [3].

Menurut Porter, terdapat dua aktivitas yang berkaitan diantaranya aktivitas utama dan pendukung. *Primary activities* dibagi menjadi lima aktivitas yaitu *inbound logistic, operation, outbound logistic, marketing and sales* serta *service*. Sedangkan, *support activities* dibagi menjadi empat aktivitas yaitu *procurement, human resource, technological depelovment* serta *infrastructure*. Aktivitas pendukung bertujuan dalam mendukung fungsi utama dan memainkan peran dalam kegiatan/aktivitas utama [7].

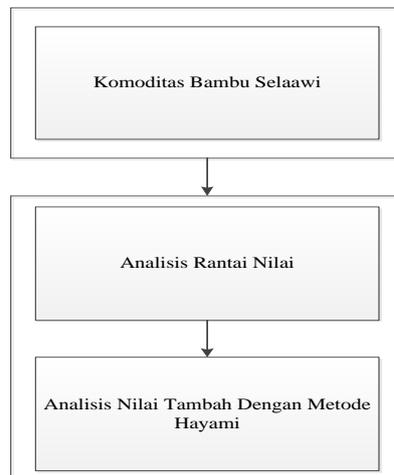
Penelitian terkait suatu komoditas dilakukan oleh [8] menunjukkan bahwa terdapat 4 (empat) pelaku utama rantai nilai diantaranya petani, pedagang besar, pengumpul dan pengecer. Penelitian lainnya dilakukan oleh [9] menunjukkan bagaimana alur aktivitas rantai nilai pinang serta adanya potensi pengembangan dalam produk pinang. Menurut penelitian yang dilakukan [10] dengan melakukan analisis rantai nilai akan mengurangi ketidakpastian keuntungan atau nilai tambah karena keuntungan yang didapat berpengaruh terhadap proses rantai nilai.

Dilakukannya penelitian ini adalah dengan tujuan mengetahui bagaimana aktivitas rantai nilai kemudian mengidentifikasi permasalahan yang ada serta menganalisis aktivitas mana yang memiliki potensi dalam pertambahan nilai tambah yang diperoleh dari pelaku komoditas bambu. Merujuk pada pemaparan diatas, penulis tertarik dalam penelitian dengan judul “Rantai Nilai pada Komoditas Bambu di Kawasan Industri Sentra Bambu”.

2. METODE

Penelitian ini termasuk jenis penelitian kualitatif dan kuantitatif atau dapat dikatakan *mix method*. Penelitian kualitatif ini bersifat deskriptif kuantitatif dengan cara mengamati rantai nilai riil yang ada dilapangan [11]. Sedangkan, penelitian kuantitatif bersifat sistematis dan di dalamnya menggunakan perhitungan yaitu dengan melakukan perhitungan Hayami [12].

Pendekatan deskriptif kualitatif digunakan untuk mengidentifikasi pelaku rantai nilai pada komoditas bambu serta aktivitas apa saja yang dilakukan setiap pelaku dengan menggunakan analisis rantai nilai porter. Sedangkan, deskriptif kuantitatif digunakan dalam mengetahui besaran nilai tambah serta keuntungan yang didapat oleh setiap pelaku rantai nilai dengan metode Hayami. Jenis data yang digunakan pada penelitian ini diantaranya data primer dan sekunder. Data primer didapatkan dengan melakukan observasi atau pengamatan secara langsung. Selain itu, proses wawancara dilakukan dalam mendapatkan informasi/pengetahuan terkait biaya *raw material*, sumber daya manusia dan sebagainya serta dilakukannya proses dokumentasi [13]. Adapun data sekunder didapatkan dari lembaga ataupun penelitian terdahulu [14]. Berikut adalah tahapan pengolahan data dijelaskan pada gambar 1.



Gambar 1. Tahapan Pengolahan Data

Terdapat dua tahapan pengolahan data dimulai dari analisis rantai nilai dengan mengidentifikasi pelaku rantai nilai serta aktivitas yang ada pada komoditas bambu dengan menggunakan analisis Porter. Aktivitas yang dijelaskan terdiri dari aktivitas utama dan aktivitas pendukung. Selanjutnya, hasil analisis rantai nilai dapat digunakan dalam mendapatkan informasi aktivitas yang memiliki nilai tambah sehingga didapat besaran nilai tambah dengan metode Hayami. Dibawah ini dijelaskan proses pengolahan data secara detail atau terperinci.

- 1) Analisis Rantai Nilai

Berikut merupakan langkah-langkah dalam menganalisis rantai nilai pada komoditas bambu.

 - a. Melakukan identifikasi aktivitas utama dan pendukung berdasarkan analisis Porter.
 - b. Menentukan biaya yang terdapat dalam setiap aktivitas.
- 2) Analisis Nilai Tambah

Biaya-biaya yang didapatkan dalam analisis rantai nilai digunakan dalam mendapatkan informasi besaran nilai tambah yang didapat oleh setiap pelaku dengan menggunakan pendekatan Hayami [15]. Berikut merupakan kerangka perhitungan nilai tambah metode Hayami [16].

Tabel 1. Rumus Pertambahan Nilai dengan Metode Hayami

No	Variabel	Nilai
I	Keluaran, Masukan dan Biaya	
1	Keluaran	A
2	Masukan	B
3	SDM	C
4	Faktor Konversi	$D = A / B$
5	Koefisien SDM	$E = C / B$
6	Biaya Keluaran	F
7	Upah SDM Langsung	G
II	Penerimaan dan Keuntungan	
8	Biaya Bahan Baku	H
9	Sumbangan Masukan Lain	I
10	Nilai Keluaran	$J = D \times F$
11	a. Nilai Tambah	$K1 = J - I - H$
	b. Rasio Nilai Tambah	$K2 = K1 / j \times 100\%$
12	a. Pendapatan Tenaga Kerja	$L1 = E \times G$
	b. Bagian Tenaga Kerja	$L2 = L1 / K1 \times 100\%$
13	a. Keuntungan	$M1 = K1 \times L1$
	b. Tingkat Keuntungan	$M2 = M1 / K1 \times 100\%$
III	Balas Jasa Pemilik Faktor Produksi	
14	Marjin	$N = J - H$
	a. Pendapatan SDM	$N1 = L1 / N \times 100\%$
	b. Sumbangan Masukan Lain	$N2 = I / N \times 100\%$
	c. Keuntungan (%)	$N3 = M1 / N \times 100\%$

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Analisis Rantai Nilai

Dalam analisis rantai nilai ini berfokus pada aktivitas pelaku rantai nilai yang terdiri dari petani, distributor besar (manufaktur) dan ritel yang dijelaskan pada tabel berikut.

Tabel 2. Aktivitas Utama pada Pelaku Rantai Nilai

Aktivitas Utama	Petani	Distributor Besar	Ritel
Logistik Masukan	Selain menanam bambu sendiri, petani sebagai <i>supplier</i> juga membeli bahan baku/bambu kepada petani lainnya dalam memenuhi permintaan pelanggan	Bahan baku didapat dari petani (<i>supplier</i>). Terdapat 2 jenis bambu yang didapat distributor besar dari petani yaitu bambu tali dan bambu surat (gombong)	Terdapat beberapa jenis produk olahan bambu yang diterima oleh pihak ritel salah satunya kap lampu. Barang yang diterima kemudian dilakukan pengecekan mulai dari jumlah produk serta kualitas produk untuk selanjutnya disimpan pada rak penyimpanan
Operasi	Pengadaan bibit, persiapan lahan tanam, penanaman, panen dan penyortiran	Dalam kegiatan operasinya bahan baku dilakukan pengecekan, pengukuran, pembersihan serta pembuatan produk sesuai dengan permintaan pelanggan	Melakukan aktivitas perniagaan yang melibatkan penjualan produk secara langsung kepada pelanggan serta mengawasi stok produk
Logistik Keluaran	Pendistribusian bambu kepada pelanggan	Produk olahan bambu memiliki ukuran yang berbeda sehingga dalam proses pengemasan disesuaikan dengan produk yang dipesan. Kemudian, proses pendistribusian menggunakan <i>pick up</i> dengan ongkos kirim menyesuaikan dengan jarak yang ditempuh	Dalam penjualan, pihak ritel menerapkan sistem penjualan langsung. Apabila terdapat pelanggan membeli produk dengan skala besar dapat diantar oleh pihak ritel dengan menggunakan <i>pick up</i>
Pemasaran dan Penjualan	Bambu hasil tanam petani dipasarkan kepada pihak yang membutuhkan bambu sebagai bahan baku utama. Petani biasanya sudah memiliki kerja sama dengan pelanggan	Belum memiliki tim khusus dalam mengatur strategi penjualan dan pemasaran produk olahan bambu serta belum memanfaatkan penggunaan media digital secara optimal	Pemasaran yang dilakukan yaitu secara <i>offline</i> melalui toko
Layanan	Petani melakukan penyortiran sehingga bambu sesuai dengan spesifikasi pelanggan. Selain itu, apabila terdapat bambu yang rusak, bambu dapat dikembalikan	Belum memiliki layanan <i>call center</i> maupun layanan garansi sebagai bentuk tanggungjawab apabila terdapat produk yang rusak pada saat pengiriman	Kerusakan terhadap produk yang sudah dikirim tidak adanya retur dengan produk yang baru

Tabel 3. Aktivitas Pendukung pada Pelaku Rantai Nilai

Aktivitas Pendukung	Petani	Distributor Besar	Ritel
Pengadaan	Lahan tanam dan bibit bambu.	Bahan baku didapatkan dari petani yang berasal dari Desa Putra Jawa dan Desa Samida	Produk-produk olah bambu didapat dari distributor besar dengan sistem order setiap bulan
Pengembangan Teknologi	Proses penanaman bambu hingga bambu dipanen, petani masih menggunakan alat-alat sederhana seperti cangkul dan gergaji tangan	Teknologi yang digunakan masih tergolong sederhana. Proses pembuatan produk dari bambu masih banyak dilakukan secara manual	Penggunaan teknologi masih tergolong sederhana. Dalam mencatat barang yang diterima atau dikirim masih dilakukan dengan manusia atau manual.
Manajemen SDM	Proses penanaman bambu hingga panen bambu dilakukan sendiri oleh petani tersebut	Sebagian besar pengrajin merupakan masyarakat setempat. Terdapat pelatihan bagi SDM tersebut seperti teknik pengerjaan	Proses penjualan masih dilakukan oleh pemilik retail, atau dapat dikatakan tidak memiliki tenaga kerja lain
Infrastruktur	Lahan yang digunakan dalam menanam bambu dan beberapa alat seperti cangkul dan gergaji	Infrastruktur yang dimiliki terdiri dari tempat produksi, tempat penyimpanan produk yang disertai dengan rak <i>display</i>	Infrastruktur yang dimiliki mencakup lahan parkir, gudang penyimpanan, serta rak-rak <i>display</i> produk

3.2 Analisis Nilai Tambah

Dalam analisis nilai tambah berfokus untuk mengetahui besarnya nilai tambah yang didapat dari setiap pelaku rantai nilai komoditas bambu. Perhitungan dibawah berfokus pada produk olahan bambu unggulan yaitu kap lampu.

Tabel 4. Perhitungan Nilai Tambah dengan Metode Hayami

No	Variabel	Petani	Distributor Besar	Ritel
I	Keluaran, Masukan dan Biaya			
1	Keluaran	30	9	15
2	Masukan	30	6	15
3	SDM	0	2	0
4	Faktor Konversi	1	1,5	1
5	Koefisien SDM	0	0,33	0
6	Biaya Keluaran	60.000	150.000	180.000
7	Upah SDM Langsung	0	100.000	0
II	Penerimaan dan Keuntungan			
8	Biaya Bahan Baku	0	60.000	0
9	Sumbangan Masukan Lain	5.000	23.500	5000
10	Nilai Keluaran	60.000	225.000	180.000
11	Nilai Tambah	55.000	141.500	175.000
	Rasio Nilai Tambah	91,7	33,33	97,2
12	Pendapatan Tenaga Kerja	0	33.000	0
	Bagian Tenaga Kerja	0	44	0
13	Keuntungan	55.000	108.500	175.000
	Tingkat Keuntungan	91,7	48,22	97,2
III	Balas Jasa Pemilik Faktor Produksi			
14	Marjin	60.000	165.000	180.000
	Pendapatan SDM	0	20	0
	Sumbangan Masukan Lain	8,33	14,25	2,8
	Kentungan (%)	91,7	65,75	97,2

Dalam satu minggu petani mendapatkan bambu sekitar 30 batang untuk didistribusikan kepada perusahaan atau distributor besar yang menjadikan bambu sebagai bahan baku utama dalam pengolahan produk. Bambu yang dijual terdapat 2 jenis yaitu bambu tali dan bambu surat dengan harga jual sebesar Rp 60.000/batang. Pengolahan bambu dilakukan oleh distributor besar dengan bahan baku sebanyak 6 batang/minggu menghasilkan 9 unit produk kap lampu dengan harga jual sebesar Rp 150.000. Pembuatan kap lampu dilakukan oleh 2 orang dan dilakukan secara manual oleh tangan pengrajin dengan upah Rp 100.000/unit kap lampu yang dihasilkan. Hasil produk olahan bambu yang dihasilkan oleh distributor besar kemudian akan didistribusikan kepada retail atau pelanggan lain dengan menggunakan moda transportasi *pickup*. Pada retail produk olahan bambu disimpan pada rak *display* dan dijual kepada konsumen akhir dengan harga Rp 180.000. Harga input lain yang dikenakan oleh setiap pelaku rantai nilai meliputi biaya transportasi, perawatan hingga penggunaan listrik.

C. Rancangan Usulan Perbaikan

Dalam suatu komoditas bambu, distributor besar (manufaktur) memiliki banyak proses pengolahan. Oleh karena itu, dalam aktivitasnya seringkali mengalami fluktuasi atau kondisi berubah-ubah dalam penjualan produk kerajinan bambu. Hal tersebut dikarenakan beberapa hal mulai dari pemasokan bahan baku, proses produksi serta pemasaran. Secara umum kekurangan dari distributor besar yaitu ketersediaan bambu terbatas, kurangnya produktivitas dan pemasaran. Kekurangan tersebut dikarenakan tenaga kerja yang kurang terampil dalam membuat kerajinan serta alat yang digunakan masih sederhana atau dilakukan secara manual oleh tangan pengrajin sehingga dalam pembuatan produk kerajinan bambu membutuhkan waktu yang cukup lama. Selain itu, permasalahan pada aktivitas pemasaran menjadi masalah bagi komoditas bambu yang mana prospek pemasaran yang dilakukan kurang/rendah, penggunaan teknologi/digitalisasi yang kurang serta proses dalam memasarkan produk kerajinan bambu sebagian besar melalui pedagang pengecer/ritel. Berikut merupakan rancangan usulan perbaikan berdasarkan kelemahan pada aktivitas yang terjadi pada distributor besar.

Tabel 5. Rancangan dengan Usulan Perbaikan

No	Aktivitas	Kelemahan	Usulan Perbaikan
1	Pasokan bahan baku	Ketersediaan bahan baku (bambu) terbatas. Selain itu, distributor besar (manufaktur) dalam mendapatkan bahan baku melalui produsen kedua. Hal tersebut disebabkan karena produsen satu membeli bambu pada produsen dua kemudian dijual kembali kepada distributor besar.	Distributor besar yang berperan dalam memproduksi produk kerajinan bambu dalam mendapatkan bahan baku yaitu secara langsung kepada produsen pertama sehingga biaya pembelian bambu relatif murah.
2	Produksi kerajinan	Hasil produksi rendah, tenaga kerja kurang terampil, alat yang digunakan masih terbilang sederhana.	Perlunya pengelolaan sumber daya manusia dalam meningkatkan produktivitas dengan melakukan pelatihan. Selain itu, pengembangan alat perlu ditingkatkan agar mempermudah atau mempercepat proses produksi.
3	Penjualan dan pemasaran	Kurangnya proses pemasaran serta penggunaan teknologi/digitalisasi yang rendah. Selain itu, hasil produk dipasarkan sebagian besar kepada ritel.	Pemasaran digital perlu ditingkatkan untuk mendukung kegiatan usaha sehingga dapat menekan biaya pemasaran. Digital marketing dapat menjangkau konsumen lebih luas dan lebih cepat. Selain itu, pentingnya <i>marketing communication</i> dalam membentuk <i>brand awareness</i> agar produk kerajinan bambu lebih dikenal eksistensinya.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian terdapat beberapa pelaku rantai nilai pada komoditas bambu di Kecamatan Selaawi yaitu mulai dari petani, distributor besar dan retail. Petani merupakan pelaku utama rantai nilai yang menyuplai bahan baku kepada distributor besar. Tahap produksi bambu dilakukan oleh distributor besar yang melakukan pengolahan bambu menjadi berbagai kerajinan bambu. Selanjutnya, ritel merupakan pelaku rantai nilai yang terlibat dengan distributor besar dalam proses penjualan kerajinan bambu. Hasil perhitungan dengan Hayami menunjukkan nilai tambah yang didapat petani sebesar sebesar Rp 55.000/batang, pada distributor besar sebesar Rp 141.500/unit dan pada retail sebesar Rp 175.000/unit. Adapun keuntungan terbesar dihasilkan oleh pihak ritel dengan presentase 97,2%. Perlunya setiap pelaku rantai nilai melakukan analisis nilai tambah (*value added*) sehingga diketahui besaran keuntungan yang didapatkan pada setiap aktivitasnya. Pengembangan teknologi juga menjadi salah satu faktor penting dalam menunjang aktivitas pengolahan kerajinan bambu.

REFERENSI

- [1] W. Poerwoko, *ECO-ART Bambu dan Spiritualitas Silat dalam Integrated Space Design*. Dwi - Quantum, 2019.
- [2] N. Jamil, A. Novel, J. Qisty, and A. Fildzah, "Digital Branding And Selling Bambu Selaawi Untuk Mendorong City Branding Berbasis Potensi Lokal Melalui Pendekatan Inklusif-Partisipatif," vol. 5, no. 2, 2022.
- [3] D. D. Nugraheni, N. Oktyajati, and H. Widananto, "Pemetaan Dan Analisis Rantai Nilai (Value Chain) Produk Batik Pada Sentra Industri Batik Di Bayat , Klaten," vol. 03, no. 01, pp. 28–35, 2022.
- [4] A. Lihawa, H. Ulooli, and A. Rasyid, "Analisis Rantai Nilai (Value Chain) Pada Komoditas Jagung," *Jambura Industrial Review (JIREV)*, vol. 1, no. 2, pp. 94–103, 2021, doi: 10.37905/jirev.1.2.94-103.
- [5] G. G. Batafor and Y. E. Benu, "Rantai Nilai Jeruk Keprok (Citrus Reticulate) Soe di Kabupaten Timor Tengah Selatan Provinsi Nusa Tenggara Timur," *Jurnal Penelitian Pertanian Terapan*, vol. 20, no. 1, p. 25, 2020.
- [6] Subianto&Pratiwi, "Rantai nilai dan perspektif kesadaran masyarakat muslim akan makanan halal," *Proceeding of Conference on Islamic Management, Accounting, and Economics*, vol. 1, pp. 141–146, 2019, [Online]. Available: <https://journal.uui.ac.id/CIMAE/article/view/13362>
- [7] B. Damar, Afrian, "Analisis Rantai Nilai Pada PT Rolas Nusantara Mandiri," vol. Vol 8, No, p. 3, 2019.
- [8] E. Sri, Ria, "Analisis rantai nilai komoditas cabai rawit di kecamatan bulawa kabupaten bone bolango," no. 105, 2022.
- [9] L. Agus, Kunto, "analisis rantai nilai (value chain) produk pinang (areca catechu l.) di kota manokwari," vol. 10, no. 1, pp. 1–10, 2021.
- [10] R. S. M. Aqil, "Analisis Rantai Nilai Industri Kecil Pengolahan Terong Menjadicheesestickterong (Studi Kasus Industri Kecil Cheesestick Terong Di Desa Genteng Kecamatan Sukasari Kabupaten Sumedang)," vol. 5, 2018.
- [11] F. R. Fiantika *et al.*, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Get Press, 2022. [Online]. Available: <https://books.google.co.id/books?id=yXpmEAAAQBAJ>
- [12] Basuki and Baskara, *Pengantar Metode Penelitian Kuantitatif*. Media Sains Indonesia, 2021. [Online]. Available: <https://books.google.co.id/books?id=doAqEAAAQBAJ>
- [13] A. Ikhwana, D. Rahmawati, and V. I. Nurlestari, "Analisis dan Perancangan Perbaikan Sistem Manajemen Pergudangan," no. 1, pp. 158–166.
- [14] T. Chandra, *STATISTIKA DESKRIPTIF*. CV Literasi Nusantara Abadi, 2023.
- [15] A. Ikhwana and Q. A. Fajrianti, "Penentuan Kriteria Pembentukan Kelompok Tani dalam Pengelolaan Kerja Sama UMKM Kopi," pp. 113–124, 2022.
- [16] S. Shinta Ayu, "Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian," vol. 15, pp. 97–112, 2022, doi: 10.19184/jsep.v15i1.29993.