

ANALISIS RANTAI NILAI PRODUK TELUR ASIN (STUDI KASUS PADA BERSAHABAT FARM)

Johanul Arifin¹

johanarifin256@gmail.com

¹Jurusan Akuntansi, Universitas Mataram

Animah²

animahmtr@unram.ac.id

² Jurusan Akuntansi, Universitas Mataram

Lalu Takdir Jumaidi³

takdirjumaidi@unram.ac.id

³ Jurusan Akuntansi, Universitas Mataram

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis konsep rantai nilai pada produksi telur asin di "Bersahabat Farm" yang mengaplikasikan konsep rantai nilai *Porter Value Chain Framework* dalam operasinya, dimulai dari pemeliharaan bebek petelur hingga tahap penyimpanan, pengolahan, pencucian, penyortiran, dan pengemasan telur untuk memperpanjang masa simpan produk, meningkatkan harga jual, dan mengoptimalkan profitabilitas. Dalam penelitian ini, digunakan pendekatan kualitatif dan studi kasus untuk menganalisis penerapan rantai nilai dan nilai tambah pada produk telur asin di "Bersahabat Farm". Peneliti melakukan wawancara, observasi, dan dokumentasi dengan pemilik usaha. Analisis data dilakukan dengan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil menunjukkan rantai nilai pada "Bersahabat Farm" dimulai dari proses *inbound logistics* berupa pengadaan telur bebek melalui pemeliharaan sendiri yang mencakup pembuatan kandang, perolehan bibit bebek, pemberian pakan, dan pengumpulan telur. Proses *operations* melibatkan pra produksi, produksi, dan pasca produksi. *Outbound logistics*, yaitu distribusi produk ke konsumen. *Marketing and sales* dilakukan dengan opsi *Cash on Delivery*. Hasil penelitian menunjukkan dengan analisis rantai nilai dapat ditemukan bahwa pengadaan bahan baku sendiri menghasilkan keuntungan Rp1.233.808 (45,01%), sedangkan pembelian dari supplier lain menghasilkan keuntungan Rp462.600 (14,03%). Perbedaan signifikan disebabkan kemampuan pemeliharaan sendiri mengendalikan biaya bahan baku.

Kata Kunci: Analisis Rantai Nilai, Nilai Tambah, Porter Value Chain Framework, Telur Asin

ABSTRACT

The study aims to analyzes the value chain concept in salted duck egg production at "Bersahabat Farm," utilizing the Porter Value Chain Framework. It covers the entire process, from duck maintenance to egg storage, processing, washing, sorting, and packaging, to extend product shelf life, increase selling price, and optimize profitability. This research employs a qualitative approach and a case study to analyze the application of the value chain and value addition in salted duck egg products at "Bersahabat Farm." involving interviews, observations, and document reviews with the farm owner. The value chain at "Bersahabat Farm" starts with inbound logistics (duck egg procurement through in-house breeding) and includes operations (pre-production, production, and post-production), outbound logistics (product distribution), and Cash on Delivery marketing and sales. The findings indicate that self-procurement of raw materials resulted in a profit of Rp1,233,808 (45.01%). This significant difference is attributed to the self-maintenance's ability to control raw material costs.

Keywords: Porter Value Chain Framework, Salted Egg, Value Added, Value Chain Analysis

PENDAHULUAN

Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 telah memberikan definisi yang jelas mengenai Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia. Usaha mikro merupakan jenis usaha yang memiliki kekayaan bersih tidak lebih dari Rp. 50.000.000, dan penjualan tahunannya maksimal Rp. 300.000.000. UMKM memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian suatu negara, termasuk Indonesia. Penting untuk mencatat bahwa UMKM di Indonesia memainkan peran signifikan saat negara ini mengalami krisis ekonomi, terutama selama periode 1998 hingga 2000. Dalam upaya mendukung dan mengembangkan sektor ini, pemerintah telah memberikan perhatian khusus dan pembinaan melalui Kementerian Koperasi dan UMKM. UMKM kerap dianggap sebagai tulang punggung ekonomi rakyat karena berskala kecil hingga menengah dan memerlukan perlindungan untuk tetap bersaing dalam lingkungan bisnis yang kadang tidak sehat. Jumlah UMKM di Indonesia terus meningkat, termasuk usaha mikro, kecil, dan menengah, seperti terlihat dalam data Kementerian Koperasi dan UMKM tahun 2017-2019 yang ditunjukkan pada tabel 1.

Tabel 1 Jumlah UMKM di Indonesia tahun 2017 – 2019

Tahun	Jenis UMKM			Total
	Mikro	Kecil	Menengah	
2017	62.106.900	757.090	58.627	62.922.617
2018	63.350.222	783.132	60.702	64.194.057
2019	64.601.352	798.679	65.465	65.465.497

Sumber : Kementerian Koperasi dan UMKM

Pertumbuhan UMKM yang pesat, seperti yang tergambar dalam tabel 1, menempatkan profitabilitas sebagai fokus utama perusahaan untuk menjaga dan meningkatkan daya saingnya. Untuk mencapai hal ini, konsep *value chain* (rantai nilai) menjadi sangat relevan. Rantai nilai adalah strategi yang membantu perusahaan, termasuk UMKM, untuk meningkatkan efisiensi biaya dan menambahkan nilai dalam setiap tahapan produksi (Suseno *et al.*, 2020). Rantai nilai mencakup serangkaian aktivitas yang berkontribusi pada penciptaan nilai dalam suatu produk atau jasa, mulai dari pengadaan bahan baku hingga distribusi ke konsumen akhir. Tujuannya adalah untuk meningkatkan keuntungan perusahaan sambil meminimalkan biaya produksi. Rantai nilai terbagi menjadi dua kategori utama yaitu aktivitas primer dan aktivitas sekunder. Penelitian sebelumnya telah membuktikan bahwa penerapan rantai nilai dapat meningkatkan kinerja perusahaan dan menghasilkan peningkatan kualitas dan inovasi produk. Misalnya, studi oleh Nurgoho *et al.* (2022) pada PD XYZ menunjukkan bahwa nilai penjualan perusahaan yang tertinggal dari kompetitor sebesar 30% mampu meningkat sebesar 5% setelah menerapkan strategi rantai nilai, dan nilai penjualan akhirnya naik 142% dari sebelumnya.

Dalam konteks pertumbuhan industri peternakan unggas di Indonesia, terutama produksi telur bebek menghadirkan peluang besar. Meskipun telur memiliki manfaat gizi tinggi, mereka memiliki masa simpan yang terbatas. Umumnya telur memiliki daya simpan 7 – 14 hari, jika disimpan lebih dari 14 hari di suhu dalam ruangan, maka akan timbul tanda-tanda kerusakan seperti pecah atau retak dan timbulnya aroma tidak sedap. Penurunan mutu telur sangat dipengaruhi oleh suhu penyimpanan dan kelembaban ruang penyimpanan (Herul, 2017). Usaha "Bersahabat Farm" merupakan contoh cerdas yang mengatasi tantangan ini. Awalnya berfokus pada produksi daging ayam kampung dan telur bebek mentah, mereka melihat potensi dalam mengolah telur bebek menjadi telur asin. "Bersahabat Farm" menyalasi permasalahan persediaan dan penjualan serta nilai jual yang rendah dengan mengolah telur bebek menjadi telur asin. Tujuan utama dari pengolahan ini adalah untuk meminimalisir biaya dan meningkatkan laba. Usaha pengasinan yang dilakukan ini dapat memberikan nilai tambah guna

memperoleh pendapatan lebih besar dengan efisiensi ekonomi tinggi, sehingga keberlangsungan usaha tetap terjaga.

Banyak penelitian telah dilakukan oleh berbagai peneliti dalam berbagai sektor industri dan komoditas menunjukkan beragam temuan terkait analisis rantai nilai. Temuan-temuan ini memberikan wawasan terkait dengan aktivitas yang mempengaruhi proses produksi, distribusi, dan penjualan produk. Selain itu, penelitian-penelitian tersebut juga memberikan gambaran tentang nilai tambah yang diperoleh oleh berbagai pelaku dalam rantai nilai. Penelitian oleh Mangifera (2019) tentang produk batik menekankan bahwa aktivitas seperti pembelian bahan baku, proses produksi, dan penjualan menjadi fokus utama dalam rantai nilai. Hal ini mencerminkan pentingnya manajemen sumber daya dalam memahami dan meningkatkan nilai tambah dalam produksi batik. Penelitian Luhur & Yusuf, (2017) tentang rantai nilai ikan cakalang menyoroti kompleksitas saluran distribusi dan dampaknya pada pemasaran ikan. Dalam hal ini, kajian pemasaran memiliki peran kunci dalam menentukan nilai tambah dalam rantai nilai produk perikanan. Penelitian Ardiyansyah (2019) terkait telur asin menunjukkan perhitungan keuntungan dan nilai tambah dalam produksi telur asin. Hasil penelitian ini memberikan gambaran tentang efisiensi biaya dan manfaat ekonomi dalam aktivitas produksi telur asin.

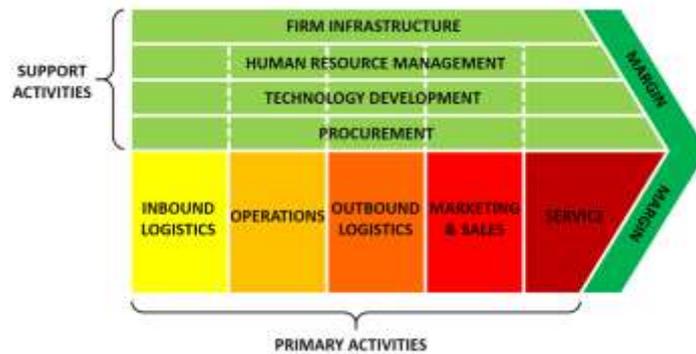
Penelitian oleh Bernik & Gunawan (2018) pada Distro Screamous menunjukan pentingnya mengidentifikasi elemen-elemen dalam rantai nilai yang mempengaruhi penjualan dan efisiensi. Dalam hal ini, manajemen dan operasi perusahaan memiliki dampak signifikan pada pelaksanaan rantai nilai. Penelitian oleh Fakhruddin et al. (2017) mengenai rantai nilai ikan kuwe menekankan pentingnya keseimbangan dan distribusi margin keuntungan antara berbagai pelaku dalam rantai nilai. Hasilnya menggambarkan pentingnya menilai kesejahteraan nelayan dan pelaku lain dalam rantai nilai perikanan. Penelitian oleh Marisa *et al.* (2022) tentang rantai nilai ikan nila mempertimbangkan nilai tambah yang diperoleh oleh berbagai pelaku dalam rantai pasok. Hal ini membantu dalam memahami kontribusi masing-masing pelaku terhadap peningkatan nilai produk ikan nila. Penelitian oleh Lihawa *et al.* (2021) mengenai rantai nilai jagung mengidentifikasi aktivitas-aktivitas dalam rantai nilai dan nilai tambah yang dihasilkan oleh berbagai pelaku. Penelitian ini memberikan wawasan tentang pentingnya mengoptimalkan nilai tambah dalam rantai nilai jagung.

Dalam beberapa penelitian sebelumnya seperti penelitian oleh Nasution & Sihotang (2022) dan Segara *et al.* (2019) menunjukkan bahwa pemahaman tentang konsep rantai nilai di kalangan pelaku UMKM masih kurang. Oleh karena itu, penelitian tentang penerapan rantai nilai pada produk telur asin di "Bersahabat Farm" menjadi relevan dan penting. Penelitian ini bertujuan untuk menggali dan menganalisis bagaimana rantai nilai diimplementasikan dalam produksi telur asin di "Bersahabat Farm".

TINJAUAN LITERATUR

Kerangka Kerja Rantai Nilai Porter (*Porter Value Chain Framework*)

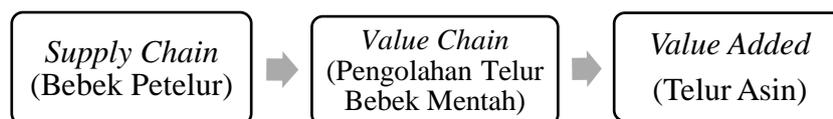
Untuk mengetahui rantai nilai dan nilai tambah yang dihasilkan Bersahabat Farm, penelitian ini menggunakan alat bantu berupa *value chain* dengan model yang diajukan oleh Porter pada tahun 1985, atau yang lebih dikenal sebagai *Porter Value Chain Framework*. Konsep rantai nilai, seperti yang dijelaskan oleh Porter (1985) digunakan sebagai alat bantu untuk menganalisis konsep rantai nilai, yang terdiri dari aktivitas utama dan aktivitas pendukung. Konsep rantai nilai ini membantu Bersahabat Farm dalam mengelola sumber daya, menciptakan diferensiasi, dan mengendalikan biaya.



Gambar 1 Porter Value Chain Framework

Gambar 1 menunjukkan aktivitas utama pada *Porter Value Chain Framework* mencakup *inbound logistics* yang berkaitan dengan penerimaan, penyimpanan, dan distribusi bahan baku dan input, *operations* dimana melibatkan semua aktivitas yang mengubah input menjadi produk jadi, *outbound logistics* yang berkaitan dengan distribusi fisik produk ke pelanggan, *marketing & sales* yang mencakup aktivitas pemasaran, iklan, dan penjualan produk kepada pelanggan, dan *service* berupa aktivitas untuk meningkatkan atau mempertahankan nilai produk, seperti layanan purna jual. Selain itu, terdapat aktivitas pendukung yang mencakup *Procurement* yaitu pembelian input yang digunakan dalam proses produksi, *technology development* berupa pengembangan produk dan proses, *human resources management* manajemen sumber daya manusia, termasuk rekrutmen, pelatihan, dan kompensasi, serta *firm infrastructure* berupa manajemen umum, keuangan, akuntansi, dan aspek-aspek lain yang mendukung rantai nilai perusahaan. Konsep rantai nilai membantu perusahaan dalam menciptakan dan menghasilkan nilai tambah bagi pelanggan, serta mengelola sumber daya dan biaya dengan lebih efektif.

Penerapan Value Chain pada Usaha Bersahabat Farm



Gambar 2 Penerapan Value Chain pada Bersahabat Farm

Gambar 2 menunjukkan bagaimana penerapan *value chain* di Bersahabat Farm dimulai dari rantai pasok bebek petelur yang memasok telur. Telur ini diolah dalam siklus produksi dengan tujuan meningkatkan daya simpan dan nilai jual. Hasilnya adalah produk berupa telur asin dengan nilai tambah. Pembuatan telur asin adalah proses pengawetan telur bebek atau ayam yang meningkatkan daya tahan dan biasanya dilakukan oleh usaha mikro dan kecil (Herul, 2017). Tahap pembuatan telur asin di Bersahabat Farm melibatkan sejumlah langkah sebagai berikut: Pertama, dilakukan sortir telur, dengan memilih telur bebek yang utuh, tidak retak, berukuran besar, berwarna cangkang hijau muda, berbentuk oval, dan segar (1-3 hari). Kemudian, persiapan bahan baku menjadi langkah berikutnya. Bahan baku yang diperlukan untuk satu siklus produksi mencakup 500 butir telur bebek, 11 kg garam batu, sabut kelapa, 30 keping batu bata yang dihancurkan, dan 1 karung abu gosok. Dilanjutkan dengan persiapan alat-alat, seperti penggunaan ember plastik, panci, dan 20 tray telur. Proses persiapan untuk pembuatan telur asin dimulai dengan merendam telur bebek dalam air selama 5 menit untuk memudahkan proses pembersihan. Setelah itu, telur digosok dengan sabut kelapa hingga bersih, dicuci, dan dikeringkan. Selanjutnya, persiapan melibatkan pembuatan adonan yang diperlukan. Proses pembuatan telur asin melibatkan langkah-langkah seperti pemisahan telur bebek yang rusak atau retak, pembuatan adonan dari serbuk batu bata yang dihancurkan,

pelarutan garam batu sebanyak 11 kg dalam air, mencampurkan air garam yang sudah direbus dengan adonan serbuk batu bata, dan akhirnya, telur bebek dimasukkan ke dalam ember yang sudah berisi adonan tersebut. Proses ini dibiarkan berlangsung selama 14 hari. Pengolahan telur bebek menjadi telur asin memecahkan masalah penyimpanan dan harga jual. Ini meningkatkan daya simpan dari 7-14 hari menjadi 1 bulan dan harga jual dari Rp. 2.500 menjadi Rp. 4.000. Penerapan konsep value chain ini menambah value added dan meningkatkan laba peternakan, sehingga kerangka pemikiran pada penelitian ini sebagai berikut:



Gambar 3 Kerangka Penelitian

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, pendekatan kualitatif digunakan untuk menganalisis penerapan rantai nilai pada produk telur asin dan nilai tambah yang dihasilkannya. Studi kasus digunakan untuk eksplorasi mendalam terhadap usaha ternak "Bersahabat Farm". Peneliti turun ke lapangan untuk melakukan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Informan yang terlibat adalah pemilik usaha. Analisis data dilakukan dengan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Tujuan penelitian adalah menggali permasalahan yang ada, penerapan rantai nilai, dan nilai tambah yang dihasilkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Rantai nilai dengan *Porter Value Chain Framework* terdiri dari *inbound logistics, operations, outbound logistics, market and sales*, dan diakhiri dengan proses *services*.

Inbound Logistic

Dalam rantai nilai Bersahabat Farm, bagian *Inbound Logistics* berkaitan dengan pengadaan bahan baku, yaitu telur bebek, untuk produksi telur asin. Proses ini melibatkan beberapa tahap utama yang meliputi persiapan kandang, pembelian bebek petelur, pemeliharaan bebek petelur, dan pengumpulan bahan baku atau telur bebek. Pertama, persiapan kandang dilakukan dengan sterilisasi dan pembangunan menggunakan bambu serta atap seng/asbes bekas, dengan biaya total sebesar Rp. 475.000. Kandang ini berfungsi sebagai tempat pemeliharaan bebek. Kedua, bebek petelur dibeli dengan rasio 1 bebek jantan untuk 5 bebek betina, dengan kriteria ketat dalam pemilihan bebek. Biaya pembelian bebek petelur mencapai Rp. 3.000.000. Ketiga, pemeliharaan bebek petelur mencakup pemberian pakan dan menjaga kebersihan kandang. Campuran pakan terdiri dari dedak, jagung, dan konsentrat dalam perbandingan tertentu. Biaya pengadaan pakan selama satu bulan (2 siklus produksi) adalah sebesar Rp. 2.340.000. Keempat, pengumpulan bahan baku atau telur bebek dilakukan setelah

siklus produksi berlangsung selama 2 minggu, menghasilkan sekitar 500 butir telur asin dari 50 bebek betina. Telur dikumpulkan setelah mencapai jumlah yang cukup untuk memulai proses produksi. Proses ini memastikan ketersediaan dan kualitas bahan baku yang diperlukan untuk produksi telur asin di Bersahabat Farm.

Operations

Operasi dalam produksi telur asin melibatkan serangkaian aktivitas yang bertujuan mengubah telur bebek menjadi produk jadi, yaitu telur asin, yang siap dijual. Proses ini terdiri dari tiga tahap utama. Tahap pertama adalah Proses Pra Produksi, yang merupakan serangkaian langkah persiapan sebelum tahap produksi. Proses ini melibatkan Proses Sortir Telur, di mana telur bebek berkualitas tinggi dipilih sesuai kriteria tertentu, dan Proses Pembersihan Telur, di mana telur bebek direndam, digosok, dicuci, dan dikeringkan untuk memastikan kebersihan telur. Tahap kedua adalah Proses Produksi, yang berfokus pada mengubah telur mentah menjadi telur asin melalui pengasinan, pembersihan, dan perebusan. Tahap terakhir adalah Proses Pasca Produksi, yang mencakup dua langkah penting. Pertama, Proses Sortir Kembali, di mana telur asin diperiksa kembali untuk membuang yang cacat. Kedua, Proses Pengemasan, di mana telur asin dikemas dengan plastik mika dan diberi label merek untuk distribusi dan menjaga kualitas produk. Semua tahap ini memegang peranan penting dalam menjaga kualitas produk dan memastikan bahwa telur asin yang dihasilkan memenuhi standar kualitas tinggi yang diinginkan oleh Bersahabat Farm.

Outbound Logistics

Outbound logistics adalah aktivitas penting dalam rantai nilai yang berfokus pada distribusi produk telur asin kepada pelanggan akhir. Proses ini memiliki dampak signifikan terhadap kualitas dan reputasi produk. Bersahabat Farm menawarkan dua jenis produk, yaitu telur asin mentah dan matang, yang dikirim sesuai pesanan pelanggan. Dalam menjalankan proses distribusi, perusahaan ini mengutamakan keamanan dan kualitas produk untuk mempertahankan kepercayaan pelanggan.

Marketing and Sales

Marketing dan *sales* dalam bisnis telur asin memiliki peran penting dalam meningkatkan penjualan. Meskipun keduanya berbeda dalam fokus dan aktivitas, mereka bekerja bersinergi untuk mencapai tujuan bersama. *Marketing* bertujuan untuk menciptakan kesadaran dan minat awal di pasar. Bersahabat Farm telah beralih dari pemasaran mulut ke mulut ke strategi pemasaran modern dengan media sosial. Ini melibatkan berbagai aktivitas, seperti membagikan informasi produk, promosi, dan penawaran khusus melalui platform media sosial. Di sisi lain, *sales* adalah langkah konkrit untuk menghasilkan pendapatan dengan menjual produk. Bersahabat Farm menerapkan strategi penjualan melalui media sosial dengan kemudahan komunikasi melalui platform seperti *Facebook* dan *WhatsApp*. Hal ini memudahkan pelanggan untuk berinteraksi dan melakukan pemesanan produk dengan cepat. Media sosial memegang peranan penting dalam strategi pemasaran dan penjualan Bersahabat Farm. Mereka memanfaatkan *Facebook* dan *WhatsApp* untuk berinteraksi dengan pelanggan, membagikan informasi produk, promosi, dan penawaran khusus, serta memfasilitasi pemesanan. Penggunaan media sosial telah membantu perusahaan memperluas jangkauan pasar, awalnya terbatas pada lingkungan sekitar peternakan, menjadi lebih dikenal, dan menjangkau pelanggan yang lebih luas. Selain itu, penerapan sistem *Cash on Delivery* (COD) memungkinkan pelanggan membayar hanya setelah menerima dan memeriksa produk. Ini tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan, tetapi juga membangun kepercayaan pelanggan terhadap Bersahabat Farm, yang pada gilirannya mendukung penjualan produk. Dengan semua strategi ini, Bersahabat Farm berhasil menjual produknya, menciptakan hubungan yang kuat dengan pelanggan, dan memperluas jangkauan pasar mereka.



Gambar 4 Value Chain Telur Asin Bersahabat Farm

Berdasarkan pemahaman yang telah dijelaskan, analisis rantai nilai menggunakan kerangka kerja Porter, dimulai dengan pemahaman aktivitas *inbound logistics*, khususnya pengadaan bahan baku. Bersahabat Farm telah membuat keputusan cerdas dengan memilih untuk mengelola pemeliharaan bebek petelur secara mandiri sebagai sumber utama bahan baku mereka. Ini menambah nilai dalam rantai nilai mereka, sesuai pandangan Assauri (2018), yang menganggap penambahan nilai sebagai bagian penting dari rantai nilai. Keputusan ini meningkatkan kontrol biaya dan efisiensi pada tahap awal produksi.

Tabel 2 Perhitungan Biaya Telur Bebek Dengan Memelihara Bebek Petelur

Komponen	Kebutuhan	Harga	Jumlah	Biaya/Butir (Rp)
Dedak	180 Kg	4.000	720.000	720
Konsentrat	90 Kg	10.000	940.000	940
Jagung	90 Kg	8.000	720.000	720
Total			2.340.000	2.340

Perbedaan harga antara membeli telur bebek dari pemasok lain dan memproduksinya sendiri sangat signifikan, berdampak positif pada profitabilitas dan efisiensi operasional perusahaan. Tabel 2 menjelaskan biaya bahan baku untuk memproduksi 1.000 butir telur dengan rincian biaya untuk dedak, konsentrat, dan jagung. Total biaya adalah Rp 2.340.000, setara dengan Rp. 2.340 per butir telur.

Tabel 3 Perhitungan Bahan Baku Telur dari Pemasok Lain

Komponen	Kebutuhan	Harga	Jumlah	Biaya/Butir (Rp)
Telur Bebek	1.000	3.000	3.000.000	3.000
Transportasi	1	50.000	50.000	50
Total			3.050.000	3.050

Tabel 3 menunjukkan biaya pengadaan 1.000 butir telur dari pemasok. Harganya Rp. 3.000 per butir dengan biaya transportasi Rp. 50.000 per pengiriman, total Rp. 3.050.000 atau

Rp. 3.050 per butir. Bersahabat Farm menghemat sekitar Rp. 710 per butir atau Rp. 710.000 per bulan dengan mengelola pengadaan sendiri. Ini meningkatkan efisiensi dalam rantai nilai produk telur asin. Setelah menganalisis *inbound logistics*, langkah berikutnya adalah *operations*, di mana telur bebek diolah menjadi telur asin yang siap dijual. Proses ini mencakup pra-produksi, produksi (pembersihan, pengasinan, pembersihan ulang, dan perebusan telur), dan pasca-produksi (penyortiran dan pengemasan). Pengasinan dilakukan dengan campuran batu bata dan abu gosok untuk efisiensi ekonomi dan lingkungan. Ini mencerminkan perhatian pada kelestarian lingkungan. Dalam analisis *outbound logistics*, Bersahabat Farm mendistribusikan produk langsung kepada konsumen. Analisis nilai tambah termasuk biaya investasi, tetap, variabel, penerimaan, keuntungan, serta perhitungan nilai output dan input produk.

Tabel 4 Biaya Investasi Bersahabat Farm

Komponen	Kebutuhan	Harga (Rp)	Jumlah Harga (Rp)
Kandang	1	475.000	475.000
Bebek Jantan	10	50.000	500.000
Bebek Betina	50	50.000	2.500.000
Tray Telur	20	6.000	120.000
Ember	1	60.000	60.000
Batu Bata	30	1.000	30.000
Total Biaya Investasi			3.685.000

Tabel 4 menunjukkan rincian biaya investasi yang telah dikeluarkan oleh Bersahabat Farm, dengan total biaya investasi sebesar Rp. 3.685.000. Komponen biaya terbesar dalam investasi ini adalah pembelian bibit bebek petelur (jantan dan betina) sebesar Rp. 3.000.000. Pembangunan kandang merupakan pengeluaran terbesar kedua, mencapai Rp. 475.000. Kandang dibangun dengan menggunakan bahan bambu dan atap seng bekas. Biaya terkecil dalam komponen investasi adalah pembelian ember sebesar Rp. 60.000.

Tabel 5 Biaya Tetap Bersahabat Farm

Komponen	Umur Ekonomis (Bulan)	Harga (Rp)	Jumlah Penyusutan (Rp/Bulan)	Biaya Penyusutan (Rp/Butir)
Kandang	24	475.000	19.791,97	19,79
Bebek Jantan	24	500.000	4.166,67	8,33
Bebek Betina	24	2.500.000	20.833,33	20,83
Tabung Gas 3Kg	60	360.000	6.000	6
Kompor	60	180.000	3.000	3
Panci	24	300.000	12.500	12,5
Tray Telur	12	120.000	10.000	10
Ember	12	60.000	5.000	5
Batu Bata	12	30.000	2.500	2,50
Total Biaya Tetap			83.791,67	83,79

Tabel 5 memperlihatkan biaya tetap Bersahabat Farm, dengan total biaya tetap sebesar Rp. 83.791,67. Biaya tetap mencakup biaya penyusutan dari aset tetap yang dimiliki perusahaan. Penyusutan terbesar terjadi pada bebek petelur, dengan besaran Rp. 20.83 per butir telur. Penyusutan kandang adalah sebesar Rp. 19.79 per butir telur. Sedangkan penyusutan ember adalah sebesar Rp. 5 per butir telur.

Tabel 6 Biaya Variabel Bersahabat Farm

Komponen	Kebutuhan	Harga (Rp)	Jumlah (Rp)	Biaya /Butir (Rp)
Dedak	180 Kg	4.000	720.000	720
Konsentrat	90 Kg	10.000	900.000	900
Jagung	90 Kg	8.000	720.000	720
Listrik	1	20.000	20.000	20
Sabut Kelapa	2 Karung	15.000	30.000	30
Abu Gosok	2 Karung	25.000	50.000	50
Garam	16 Kg	5.000	80.000	80
Mika Isi 6	16 Pcs	1.000	18.000	18
Mika Isi 10	13 Pcs	1.400	18.200	18,2
Mika Isi 15	16 Pcs	1.750	28.000	28
Stiker	47 Pcs	600	28.200	28,2
Gas	2 Tabung	22.000	44.000	44
Total Biaya Variabel			2.656.400	2.656,40

Tabel 6 menunjukkan biaya variabel Bersahabat Farm. Biaya variabel mencakup dedak, konsentrat, jagung, listrik, sabut kelapa, abu gosok, garam, mika isi 6, mika isi 10, mika isi 15, stiker, dan gas. Total biaya variabel yang dikeluarkan adalah sebesar Rp. 2.656.400.

Tabel 7 Pendapatan Kotor Telur Asin Bersahabat Farm

Penerimaan			
Produk	Jumlah Telur Asin Terjual	Harga (Rp/Butir)	Jumlah Harga (Rp/Bulan)
Telur Asin	469	4.000	1.876.000
Telur Asin	487	4.000	1.948.000
Telur Bebek	50	3.000	150.000
Total Penerimaan			3.974.000

Tabel 7 menunjukkan pendapatan kotor Bersahabat Farm dari penjualan telur asin. Pendapatan kotor mencakup penjualan telur asin dan penjualan telur bebek yang tidak memenuhi kriteria kualitas. Total penerimaan sebesar Rp. 3.974.000.

Tabel 8 Perhitungan Biaya Operasional Bersahabat Farm

Biaya	Jumlah
Biaya Tetap	Rp. 83.791,67
Biaya Variabel	Rp. 2.656.400
Total Biaya Operasional	Rp. 2.740.191,67

Tabel 8 memperlihatkan perhitungan biaya operasional Bersahabat Farm, dengan total biaya operasional sebesar Rp. 2.740.191,67. Biaya operasional ini merupakan akumulasi dari biaya tetap dan biaya variabel terkait dengan proses produksi telur asin.

Tabel 4.12 Perhitungan Pendapatan Bersih Bersahabat Farm

Komponen	Jumlah
Pendapatan	Rp. 3.974.000
Biaya Operasional	Rp. 2.740.191,67
Pendapatan Bersih	Rp. 1.233.808,33

Tabel 4.12 menunjukkan perhitungan pendapatan bersih Bersahabat Farm, dengan pendapatan bersih sebesar Rp. 1.233.808,33. Ini dihitung dengan mengurangkan pendapatan kotor dari total biaya operasional.

Tabel 4.13 Perhitungan Nilai Tambah Telur Asin Bersahabat Farm dengan produksi sendiri

No	Komponen Nilai Tambah	Nilai (Rp/Butir)	
		Memelihara Sendiri	Membeli dari Supplier
1	Biaya Variabel	2.656.400	3.296.400
2	Biaya Tetap	83.791,67	65.000
	Nilai Input	2.740.191,67	3.361.400
	Nilai Output	3.974.000	3.824.000
	Nilai Tambah	1.233.808,23	462.600

Tabel 4.13 membandingkan nilai tambah dalam dua skenario: memelihara sendiri dan membeli dari supplier. Dalam skenario "memelihara sendiri," nilai tambah sebesar Rp. 1.233.808,23. Sedangkan dalam skenario "membeli dari supplier," nilai tambah sebesar Rp. 462.600.

Tabel 4.15 Perbandingan Nilai Tambah Pembuatan Telur Asin Bersahabat Farm

Jenis Biaya	Perbandingan	
	Memelihara Sendiri	Membeli dari Supplier
Biaya Tetap	Rp83.792	Rp65.000
Biaya Variabel	Rp2.656.400	Rp3.296.400
Biaya Operasional	Rp2.740.192	Rp3.361.400
Pendapatan Kotor	Rp3.974.000	Rp3.824.000
Pendapatan Bersih	Rp1.233.808	Rp462.600
	45,01%	14,03%

Tabel 4.15 membandingkan biaya tetap, biaya variabel, pendapatan kotor, dan pendapatan bersih antara dua skenario "memelihara sendiri" dan "membeli dari supplier." Hasil analisis menunjukkan bahwa strategi pengadaan bahan baku secara mandiri menghasilkan keuntungan yang lebih besar dibandingkan dengan membeli bahan baku dari supplier. Selisih biaya dan pendapatan bersih antara kedua metode ini sangat signifikan. Ini sejalan dengan Arwani et al. (2022) yang mengatakan dengan penerapan *value chain* dapat menentukan strategi yang akan dipakai dalam persaingan, sehingga pihak manajemen dapat menentukan strategi serta meningkatkan daya saing produk dan yang dikatakan (Rachmawati & Sularto, 2018) bahwa dengan penerapan *value chain* dapat dilihat besaran biaya hingga pendapatan yang didapatkan secara terperinci. Hal ini dapat memberikan informasi biaya atau pendapatan apa saja yang dapat berkontribusi dalam mengembangkan keunggulan dari produk. Penerapan *value chain* di Bersahabat Farm telah memberikan informasi detail tentang biaya dan pendapatan yang berkontribusi dalam mengembangkan produk dan kinerja keuangan perusahaan. Penelitian ini juga dapat membantu Bersahabat Farm dalam mengevaluasi dan meningkatkan strategi mereka.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan penerapan rantai nilai di Bersahabat Farm, dimulai dari *inbound logistics* (pengadaan bahan baku), dengan opsi pengadaan telur bebek mentah melalui pemeliharaan sendiri atau pembelian dari *supplier*. Proses pemeliharaan sendiri mencakup pembuatan kandang, perolehan bibit bebek, pemberian pakan, dan pengumpulan telur.

Kemudian, terdapat proses *operations* yang melibatkan pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Selanjutnya, terdapat *outbound logistics*, yaitu distribusi produk ke konsumen. *Marketing* and sales dilakukan dengan opsi *Cash on Delivery*. Dalam perhitungan, keuntungan dengan pengadaan bahan baku sendiri adalah Rp1.233.808, yang diperoleh dengan mengurangi pendapatan (Rp3.974.000) dengan biaya operasional (Rp2.740.192), menghasilkan keuntungan 45,01%. Jika membeli dari supplier lain, keuntungan adalah Rp462.600 (14,03%). Terdapat perbedaan yang signifikan dalam keuntungan antara kedua metode ini, karena pemeliharaan sendiri memungkinkan pengendalian biaya bahan baku.

REFERENSI

- Ardiyansyah, F. (2019). Analisis Nilai Tambah Telur Itik Menjadi Telur Asin (Studi Kasus Di Home Industry Milik Ibu Juhartatik). Seminar Nasional Optimalisasi Sumberdaya Lokal Di Era Revolusi 4.0, 565–573.
- Arwani, A., Khikmah, N., & Fadlilah, K. (2022). Analisis Value Chain Dalam Rangka Peningkatan Laba.
- Assauri, S. (2018). *Strategic Management: Sustainable Competitive Advantages* (F. Assauri, Ed.). Lembaga Management FEUI.
- Bernik, M., & Gunawan, T. N. W. (2018). Analisis rantai nilai untuk meningkatkan penjualan pada distro screamous. *Jurnal Manajemen Industri Dan Logistik*, 2(1), 72–78.
- Fakhrudin, A. G., Wijayanto, D., & Dewi, D. A. N. N. (2017). Analisis Rantai Nilai Komoditas Ikan Kuwe (*Caranx sp*) Di Kecamatan Teluknaga, Kabupaten Tangerang. *Journal of Fisheries Resources Utilization Management and Technology*, 6(4), 187–194.
- Herul, H. (2017). Analisa Usaha Telur Asin (Studi Kasus Perusahaan telur Asin H. Hamidah Desa Taddan Kecamatan Camplong Kabupaten Sampang). Universitas Madura.
- Lihawa, A., Uloli, H., & Rasyid, A. (2021). Analisis Rantai Nilai (Value Chain) Pada Komoditas Jagung. *Jambura Industrial Review (JIREV)*, 1(2), 94–103.
- Luhur E. S., & Yusuf, R. (2017). Analisis Rantai Nilai Ikan Cakalang Di Kota Ambon, Maluku. *Jurnal Sosial Ekonomi Kelautan Dan Perikanan*, 12(1).
- Mangifera, L. (2019). Analisis Rantai Nilai (Value CHain) Pada Produk Batik Tulis Di Surakarta. *BENEFIT: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 19(1), 24–33.
- Marisa, J., Syahni, R., Hadiguna, R. A., & Nofialdi, N. (2022). Analisis Rantai Nilai Ikan Nilu: Studi Kasus di Kabupaten Toba Samosir. *Edukasi Islami: Jurnal Pendidikan Islam*, 10(2).
- Nasution, A. S., & Sihotang, M. K. (2022). Analisis Pada UMKM Medan Marelan Dalam Ekosistem Halal Value Chain. *Journal of Sharia Economics*, 3(2), 171–183.
- Nurgoho, S., Siregar, D., Sjarifudin, D., & Mahendra, R. (2022). Analisis dan Pengembangan Strategi Bisnis Menggunakan Metode Value Chain (Studi Kasus: PD. XYZ). *JENIUS: Jurnal Terapan Teknik Industri*, 3(2), 114–122.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage-Creating and Sustaining Superior Performance*. Free Press.

- Rachmawati, I., & Sularto, L. (2018). Value Chain Strategy Analysis On Competitive Advantage Improvement In Healthcare Industry: Case Of Rumah Sakit Khusus Bedah Cinta Kasih Tzu Chi. *Journal of Business Economics*, 23(2), 148–158. <https://doi.org/10.35760/eb.2018.v23i2.1819>
- Segara, G. A., Kusmantini, T., & Utami, Y. (2019). Pengaruh Aktivitas Rantai Nilai Terhadap Kualitas dan Inovasi Produk. *Business Innovation and Entrepreneurship Journal*, 1(3), 191–202.
- Suseno, A., Arifin, J., & Sutrisno. (2020). Analisis Value Chain Management pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia. *Go-Integratif : Jurnal Teknik Sistem Dan Industri*, 1(1), 23–33.