

ABSTRAK

Siti Amalia Nafisah, 1620310036, *Value Chain Analysis* Sebagai Upaya Dalam Menciptakan *Competitive Advantage* Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis aktivitas primer dan aktivitas sekunder *value chain* pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah agar dapat menciptakan *competitive advantage* dan juga untuk mengetahui implikasi *competitive advantage* pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah.

Jenis penelitian ini menggunakan metode *library research* serta pendekatan kualitatif. Adapun dalam penelitian ini menggunakan data data sekunder. Sedangkan teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini yaitu teknik dokumentasi.

Hasil dari analisis di setiap aktivitas dalam penelitian ini diketahui bahwa UMKM dalam aktivitas *value chain* nya cukup runtut meskipun *competitive advantage* belum sepenuhnya tercipta. Dalam usahanya pelaku UMKM hanya sekedar menjalankan dengan sederhana (apa adanya) tanpa adanya perencanaan dan sistem manajerial yang bagus. Aktivitas yang dimaksud adalah aktivitas primer berupa *inbound logistic, operation, outbound logistic, marketing and sales, service*, serta aktivitas sekunder berupa *procurement, technology development, human resource management dan firm infrastructure*. Dalam menciptakan *competitive advantage*, UMKM harus lebih meningkatkan sistem pengelolaan usahanya dan mengikuti perkembangan pasar. Pelaku UMKM penting melakukan perencanaan bahan baku agar bahan baku tidak mengalami kekurangan. Strategi yang bisa UMKM lakukan untuk menghasilkan produk unggul adalah membuat produk yang kreatif, inovatif dan unik. UMKM dapat menggunakan saluran distribusi untuk menyalurkan produk ke konsumen. UMKM perlu membuat perencanaan dan memilih cara promosi yang tepat dalam memasarkan produknya. Salah satunya dengan bauran pemasaran atau 4P. Penerapan SOP (standart operating procedure) atau IK (instruksi kerja) sangat penting dalam mengoptimalkan pelayanan pada UMKM. Agar pelaku UMKM tidak berlebihan dalam melakukan pembelian, solusianya adalah membuat ramalan permintaan dan Rutin melakukan quality control atau pengawasan mutu secara rutin. Penggunaan teknologi pada UMKM dapat mengatasi permasalahan pada proses produksi atau pengolahan. UMKM melakukan perencanaan MSDM sesuai kebutuhan usahanya. Hendaknya pelaku UMKM mulai beralih dan menggunakan manajemen modern. Competitive Advantage dapat di ciptakan melalui faktor internal dan eksternal yang terdapat pada UMKM. Faktor internal yaitu: manajemen usaha, budaya kerja yang bagus, keahlian dalam mengoperasikan teknologi, modal. Sedangkan faktor eksternal yaitu: pemasok, konsumen, perkembangan teknologi, geografis, hukum, pemerintah, politik, kondisi ekonomi, sosial budaya.

Kata Kunci : *Value Chain, Competitive Advantage, UMKM*