

# ANALISIS RANTAI NILAI PADA USAHA RUMAHAN CUKA APEL HEDJO

Eliza Viandrayani Aziz

Fakultas Teknologi Informasi dan Digital LPKIA Program Studi Sistem Informasi  
Jl. Soekarno Hatta no.456, Bandung – Jawa Barat  
[eliza@lpkia.ac.id](mailto:eliza@lpkia.ac.id)

## Abstrak

Cuka Apel Hedjo adalah sebuah usaha rumahan yang memproduksi cuka apel botolan yang berlokasi di kota Cianjur. Usaha ini masih tergolong baru (tahun 2020) dengan konsumen yang tersebar di beberapa kota di Jawa Barat dan DKI Jakarta. Jurnal ini akan membahas rantai nilai pada usaha Cuka Apel Hedjo, dengan topik-topik, mengenai aktivitas utama (logistik masuk, operasional, logistik keluar, pemasaran & penjualan, dan pelayanan) serta aktivitas pendukung (infrastruktur, sumber daya manusia, pengembangan teknologi, dan pengadaan bahan baku serta peralatan).

**Kata kunci :** *rantai nilai, cuka apel*

## 1. Pendahuluan

Dewasa ini, semakin banyak masyarakat yang memerhatikan masalah kesehatan. Terjadi perubahan gaya hidup, yang mencakup kegiatan olah raga dan pemilihan nutrisi yang lebih sehat. Banyak produk jenis makanan dan minuman yang menjadi pilihan untuk menunjang kebutuhan nutrisi sehat, termasuk produk cuka apel.

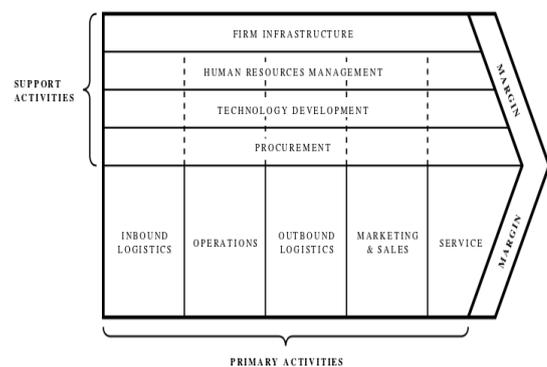
Cuka apel dipercaya dapat membunuh bakteri yang merugikan, menurunkan tekanan darah tinggi, mengontrol gula darah, membantu menurunkan berat badan, dan meningkatkan kesehatan kulit (Kris Gunnars, 2021).

Banyak merek cuka apel yang beredar di pasaran. Dari produk impor dengan harga yang cukup mahal, produk lokal, sampai dengan produk usaha rumahan seperti Cuka Apel Hedjo. Usaha rumahan Cuka Apel Hedjo berlokasi di kota Cianjur, dikelola oleh seorang ibu rumah tangga yang kreatif. Usaha ini dimulai pada bulan Desember tahun 2020. Skala produksi usaha ini relatif kecil. Satu kali proses produksi bisa menghasilkan kurang lebih sekitar 90 botol cuka apel. Penjualan setiap bulan berkisar antara 30 sampai dengan 46 botol.

Permasalahan yang terjadi pada usaha Cuka Apel Hedjo di antaranya bahan baku yang sulit didapat, kurangnya tenaga kerja, kendala pada proses pembuatan, dan masalah-masalah yang terdapat pada internal usaha tersebut. Maka dari itu, perhatian pada

pembahasan kita adalah masalah internal usaha Cuka Apel Hedjo.

Alat yang akan digunakan pada pembahasan adalah Analisis Rantai Nilai Korporasi oleh Michael Porter. Bagan rantai nilai terdiri atas aktivitas utama dan aktivitas pendukung, seperti yang terlihat pada gambar di bawah ini.



Gambar Rantai Nilai / Value-Chain (Michael Porter, 1988)

Analisis rantai nilai korporasi adalah suatu analisis terhadap kemampuan sumber daya internal yang terdiri atas berbagai fungsi organisasi, seperti fungsi pemasaran, keuangan, produksi, riset dan pengembangan, dll. Keseluruhan fungsi perusahaan

tersebut bermuara pada kemampuan perusahaan untuk menghasilkan margin. (Ismail Solihin, 2012).

Menurut Michael Porter (1988), aktivitas analisis rantai nilai dibagi menjadi dua bagian, yaitu :

1. Aktivitas utama (primary activities) mencakup inbound logistics (logistik masuk), operation (operasional), outbound logistics (logistik keluar), pemasaran & penjualan, dan pelayanan.
2. Aktivitas pendukung (support activities) mencakup infrastruktur, sumber daya manusia, pengembangan teknologi, dan pengadaan bahan baku serta peralatan.

Batasan masalah pada aktivitas utama adalah alur dari kegiatan operasional yang ada pada usaha Cuka Apel Hedjo. Bahasan aktivitas utama dimulai dari (1) penyediaan bahan baku pembuatan cuka apel, (2) langkah proses pembuatan produk, (3) produk keluaran, termasuk pengemasan dan penyediaan produk berdasarkan pesanan konsumen, (4) cara pemasaran dan penjualan yang dilakukan, serta (5) layanan yang diberikan kepada konsumen.

Sedangkan masalah pada aktivitas pendukung lebih ditekankan pada (1) pengembangan teknologi kimia yang berkaitan dengan proses pembuatan cuka apel, (2) infrastruktur berupa fasilitas operasional dan manajemen usaha, (3) sumber daya manusia, dan (4) penyediaan peralatan produksi dan bahan baku.

## 2. Metodologi Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif, dengan langkah-langkah sebagai berikut :

1. Pengumpulan data dengan wawancara dengan pelaku bisnis Cuka Apel Hedjo.
2. Pengumpulan data dan informasi pendukung, dengan mempelajari berbagai referensi seperti buku, jurnal, website terkait.
3. Analisis dilakukan berdasarkan sejumlah referensi berupa buku-buku, jurnal-jurnal, dan laman-laman website yang berkaitan dengan pembahasan.

## 3. Hasil dan Pembahasan

### 3.1 Penyediaan Bahan Baku Pembuatan Cuka Apel

Bahan-bahan yang dibutuhkan untuk pembuatan cuka apel dalam usaha ini antara lain : air mineral, gula putih, apel malang ukuran besar yang berwarna hijau kemerahan. Pemilihan apel malang dengan warna merah dilakukan karena tingkat keasaman dan rasa apel merah sesuai dengan

kebutuhan produksi, yaitu tingkat keasaman sedang dan rasa yang tidak terlalu manis dan tidak terlalu asam. Di samping itu, apel malang berwarna merah memudahkan proses pembuatan cuka, karena pemisahan cairan lebih mudah dilakukan. Dan harga yang ditawarkan pasar untuk apel malang ukuran besar berwarna merah relatif terjangkau bagi pelaku usaha, yaitu Rp 27.000 per kilogram.

Kendala yang dihadapi adalah tidak banyak tempat yang menjual apel malang ukuran besar. Hal ini menyebabkan pelaku usaha hanya bergantung pada satu tempat saja untuk pasokan bahan baku utama.

### 3.2 Proses Pembuatan Cuka Apel

Proses pembuatan cuka apel hanya terdiri atas beberapa langkah, yaitu :

1. Pembersihan / pencucian apel di bawah air mengalir,
2. Perendaman apel di dalam air yang dicampur sedikit garam selama kurang lebih enam jam,
3. Pembuatan larutan gula
4. Pencampuran potongan-potongan apel, larutan gula, dan air di dalam toples besar. Campuran ini didiamkan selama tiga sampai lima bulan sampai dengan tingkat keasamannya sesuai. Pemeriksaan tingkat keasaman dilakukan dengan mencelupkan kertas lakmus ke dalam sampel cuka apel yang ada.

Peralatan yang dibutuhkan dalam proses pembuatan cuka apel adalah toples besar, panci, kompor, kertas lakmus, kain hitam lebar 1 m x 1 m, dan sendok pengaduk besar.

### 3.3 Pengemasan, Penyimpanan dan Distribusi Produk

Cuka apel yang sudah sesuai kadar asamnya dimasukkan ke dalam kemasan botol kaca dengan ukuran 350 ml. Sebelum didistribusikan, botol-botol tersebut disimpan di tempat yang sejuk dan tidak terkena sinar matahari. Harga yang ditetapkan untuk satu botol kemasan cuka apel seukuran 350 ml adalah Rp 30.000.

Produk cuka apel disalurkan kepada para agen yang memasarkan produk tersebut, sesuai dengan daerah pemasaran masing-masing.

### 3.4 Pemasaran, Penjualan, dan Pelayanan Yang Diberikan Kepada Konsumen

Pelaku usaha bekerja sama dengan tiga orang agen untuk memasarkan cuka apel. Agen-agen tersebut memasarkan produk dengan cara online dan

offline, menuju daerah pemasaran yang berbeda-beda. Para agen memiliki jaringan pertemanan masing-masing. Mereka menerapkan metoda pemasaran yang berbeda-beda, sesuai dengan karakter lingkungannya. Lingkup pemasaran yang ada saat ini adalah di kota Cianjur, Bandung, Garut, Jakarta, dan Bogor.

Pengenalan dan pemasaran produk juga dilakukan melalui media sosial dengan platform Facebook dan Whatsapp. Di dalam fan page Facebook, terdapat tulisan-tulisan yang memuat edukasi dan informasi mengenai cuka apel, dengan harapan para subscriber mendapatkan pengetahuan mengenai manfaat dan kegunaan cuka apel yang memadai, sehingga bisa menjadi pendorong munculnya kebutuhan dan keinginan akan produk tersebut.

Kendala yang dihadapi adalah sang pelaku usaha kurang terampil dalam memasarkan produk cuka apelnnya. Sifat yang ia miliki cenderung tertutup (introvert) sehingga tidak memiliki keyakinan bisa meyakinkan dan membujuk calon konsumen agar tertarik dengan produknya. Artinya ia benar-benar mengandalkan pemasaran kepada tiga orang agennya secara nyaris sepenuhnya.

Permasalahan pada pengiriman produk yang sering terjadi adalah botol yang pecah dalam perjalanan, terutama pada pengemasan lebih dari empat botol. Kalau hal ini terjadi, pelaku usaha akan segera memberikan botol-botol baru pengganti kepada pelanggan sesegera mungkin. Sampai penelitian ini dilakukan, belum ditemukan metode yang paling tepat untuk pengemasan botol dalam jumlah banyak yang anti pecah.

### **3.5 Tempat Usaha, Manajemen Usaha dan Sumber Daya Manusia**

Tempat usaha cuka apel adalah rumah pelaku usaha, tepatnya di dapur yang sudah dijadikan tempat pengolahan cuka apel. Di dalamnya terdapat meja besar, kompor, tong sampah besar untuk limbah, dan semua peralatan seperti enam toples besar, kain penutup toples, sendok pengaduk besar, kertas lakmus, dispenser air mineral, dan lain-lain.

Usaha cuka apel ini hanya dikelola oleh satu orang. Semua kegiatan, mulai dari manajemen usaha (keuangan, pemasaran, dan lain-lain) sampai dengan operasional proses produksi, hanya ditangani oleh sang pelaku usaha.

Pelaku usaha sulit mempercayai orang lain, sehingga ia tidak mudah memberikan tanggung jawab kepada pihak lain untuk melakukan pekerjaan-pekerjaan dalam usahanya. Semua pekerjaan internal dilakukan sendiri oleh pelaku usaha, tanpa bantuan SDM lain.

### **3.6 Pengembangan Teknologi Pada Proses Pembuatan Cuka Apel**

Sebelum membuka usahanya, pelaku bisnis melakukan beberapa kali percobaan untuk mendapatkan proses pembuatan cuka apel yang paling cepat mendapatkan tingkat keasaman yang diinginkan. Percobaan-percobaan tersebut menggunakan berbagai jenis apel untuk diproses. Hasil yang didapat adalah apel malang hijau yang berwarna hijau kemerahan adalah yang paling cepat mencapai tingkat keasaman yang diinginkan, yaitu sekitar tiga sampai dengan empat bulan.

Penelitian dan pengembangan untuk kehalalan cuka apel juga dilakukan pelaku usaha. Proses kimiawi yang dilakukan sedemikian rupa selalu bersinggungan dengan oksigen, sehingga tidak terjadi proses fermentasi.

Penelitian dan pengembangan bisnis cuka apel ini merupakan salah satu kelebihan dari usaha ini karena pelaku usaha adalah orang yang gemar dan sabar dalam bereksperimen, suka membaca banyak buku, dan memiliki kemampuan literasi (konvensional maupun digital) yang memadai. Semua penelitian dan pengembangan didokumentasikan dengan baik. Percobaan-percobaan yang dilakukan juga memiliki ragam pilihan bahan yang cukup sehingga semua kelebihan dan kekurangan yang terjadi pada setiap percobaan dapat menjadi dasar pertimbangan yang baik untuk pengambilan keputusan.

### **3.7 Penyediaan Peralatan Produksi dan Bahan Baku**

Pembelian bahan-bahan baku dilakukan di Pasar Caringin, Bandung. Pelaku usaha tidak membeli bahan-bahan di kota Cianjur dengan alasan ketersediaan bahan-bahan tidak memadai. Satu kali pembelian bahan baku biasanya seberat 25 kilogram apel.

Untuk botol-botol kemasan, pelaku usaha memesan dan membelinya secara online. Pembelian biasa dilakukan di toko-toko online di berbagai macam marketplace seperti Tokopedia, Shopee, dan lain-lain.

Peralatan produksi seperti toples besar, panci, kompor, kertas lakmus, kain hitam lebar 1 m x 1 m, dan sendok pengaduk besar, dan lain-lain dibeli dari toko-toko grosir yang berada di kota Bandung.

Semua pembelian bahan baku dan peralatan dilakukan di kota Bandung, sehingga butuh pengeluaran untuk transportasi dan waktu yang khusus untuk melakukannya.

#### 4. Simpulan dan Saran

Simpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah :

Aktivitas utama yang dilakukan usaha ini adalah :

1. Logistik masuk : bahan-bahan baku yang dibutuhkan, yaitu air mineral, gula putih, apel malang ukuran besar yang berwarna hijau kemerahan.
2. Operasional : Langkah-langkah proses pembuatan cuka apel yang memakan waktu selama 3 sampai dengan 4 bula
3. Logistik keluar : berupa cuka apel yang sudah dikemas dalam botol ukuran 350 ml dengan merk Cuka Apel Hedjo.
4. Pemasaran dan penjualan dilakukan secara offline dan online, melalui tiga orang agen.
5. Pelayanan yang diberikan kepada pelanggan antara lain jasa pengiriman cuka apel ke tempat, informasi dan edukasi mengenai cuka apel di fan page Facebook, juga penggantian produk apabila terjadi kerusakan pada kemasan.

Aktivitas pendukung usaha ini antara lain :

1. Infrastruktur : tempat dan fasilitas usaha cuka apel di rumah pelaku usaha, serta manajemen pelaksanaan bisnis yang sederhana.
2. Sumber daya manusia : bisnis cuka apel yang dikelola oleh satu orang pelaku usaha.
3. Pengembangan teknologi : mencakup segala kegiatan penelitian dan pengembangan bagi proses produksi yang paling menguntungkan.
4. Pengadaan bahan baku – peralatan : pembelian dilakukan secara offline (toko-toko grosir dan pasar-pasar yang ada di Bandung) dan online (marketplace / toko-toko online).

Saran Bagi Pelaku Usaha :

1. Untuk dapat menaruh kepercayaan pada orang lain, dan merekrut satu atau dua orang bawahan untuk pekerjaan-pekerjaan tertentu.
2. Memikirkan dan menentukan metode yang baik dalam pengemasan produk yang dikirim melalui jasa ekspedisi agar botol kemasan tidak mudah pecah.
3. Membuat akun di platform-platform media sosial lain selain Facebook dan Whatsapp untuk kepentingan promosi. Contoh : Instagram, Tiktok, Twitter, dan lain-lain.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Hadinata, Sebastian, Maria Merry Marianti , 2020 , *Analisis Dampak Hilirisasi Industri Kakao di Indonesia* , Jurnal Akuntansi, Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Maranatha. ISSN 2085-8698 | e-ISSN 2598-4977, Volume 12, Nomor 1, Mei 2020
- [2] Ikhwana, Andri , 2017 , *Analisis Dan Strategi Penambahan Nilai Jual Komoditas Kopi Melalui Penataan Rantai Nilai Komoditas Kopi* , Jurnal Kalibrasi, ISSN : 2302-7320, Vol. 15, No. 1, 2017
- [3] Kuncoro, Mudrajad , 2006 , *Strategi: Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif* , Jakarta , Penerbit Erlangga
- [4] Narakusuma, Mochamad Aji, Anas Miftah Fauzi, Muhammad Firdaus , 2013 , *Rantai Nilai Produk Olahan Buah Manggis* , Jurnal Manajemen & Agribisnis, Vol. 10 No. 1, Maret 2013
- [5] Permatasari, Prisca Christian, Abdul Basith, Heti Mulyati , 2018 , *Model Bisnis Inklusif Rantai Nilai Kopi Arabika di Bondowoso Jawa Timur* , Jurnal Manajemen Teknologi, 17(2), 2018,111-125 (<http://journal.sbm.itb.ac.id>)
- [6] Putra, Indra Kusuma, Imam Santoso, Dhita Morita Ikasari , 2013 , *Analisis Pengaruh Variabel Marketing Mix Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Cuka Apel Tahesta (Studi Kasus Di PT Tirta Sarana Sukses, Pandaan)* , Jurnal Industria 2013 Vol2 No 2 Hal: 119 – 129
- [7] Rofaida. Rofi , 2012 , *Analisis dan Strategi Upgrading Rantai Nilai (Value Chain Management) Pada Industri Susu di Kabupaten Bandung Barat* , Jurnal Riset Manajemen, Program Studi Manajemen - FPBE – UPI
- [8] Sampit, Maria M.I, Paulus Kindangen, Magdalena Wullur , 2016 , *Analisis Rantai Nilai Gula Aren (Studi Kasus Pada Petani Nira Di Tomohon)* , Jurnal EMBA Vol.4 No.5 September 2016, Hal. 303-408
- [9] Satoto, Handy Febri, Fitri Norhabiba , 2021 , *Perencanaan Strategi Pengembangan Usaha dengan Metode Quantitative Strategic Planning Matriks : Studi Kasus UD.Intansari Raya* , Jurnal TIARSIE Vol.18 No.4 Tahun 2021 ISSN 2623-2391
- [10] Solihin, Ismail , 2012 , *Manajemen Strategik* , Bandung , Penerbit Erlangga

[11] Wisdaningrum, Oktavima, 2013 , *Analisis Rantai Nilai (Value Chain) Dalam Lingkungan Internal Perusahaan* , Jurnal ANALISA, Vol. 1, No. 1, April 2013: 40 – 48

[12] <https://www.healthline.com/nutrition/6-proven-health-benefits-of-apple-cider-vinegar>

[13][https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Michael Porter%27s Value Chain.svg](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Michael_Porter%27s_Value_Chain.svg)