

STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM KONVEKSI JAHIT DENGAN METODE *ISLAMIC VALUE CHAIN*

Bekti Widya Ningsih¹, Della Nur Hasanah²
bekti@unwaha.ac.id¹, dellanurhasanah23@gmail.com²
Universitas KH. Abdul Wahab Hasbullah

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis struktur rantai nilai, mengidentifikasi hambatan optimalisasi, dan menyusun strategi pengembangan berbasis *Islamic Value Chain* pada PT Lilik Convection Jombang. Prinsip syariah diintegrasikan dalam setiap aktivitas, mulai dari pengadaan bahan tanpa *gharar*, pengelolaan SDM yang adil (*maslahah*), hingga pemasaran tanpa unsur *riba* atau *maysir*. Penelitian ini menerapkan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif, di mana data diperoleh melalui wawancara mendalam, pengamatan langsung, dan pengumpulan Dokumentasi di lokasi. Analisis data mengikuti model Miles dan Huberman, meliputi reduksi data, penyajian data, serta verifikasi. Subjek penelitian mencakup pemilik, karyawan, dan anak pemilik PT Lilik Convection Jombang, dengan menggunakan triangulasi untuk memastikan keakuratan data. Rantai nilai PT Lilik Convection mencakup aktivitas inti (logistik, produksi, pemasaran, pelayanan) dan aktivitas pendukung (pengadaan, teknologi, SDM, infrastruktur). Namun, optimalisasi terhambat oleh mesin usang, keterbatasan tenaga ahli, pasokan bahan baku yang tidak stabil, serta manajemen waktu manual yang memicu inefisiensi biaya dan keterlambatan produksi. Sebagai solusi, strategi pengembangan berbasis *Value Chain Analysis* (VCA) difokuskan pada peningkatan efisiensi melalui digitalisasi SOP dan sistem inventaris, serta ekspansi pasar melalui pemasaran digital dan diferensiasi produk untuk memperkuat daya saing perusahaan.

Kata Kunci: Strategi Pengembangan, Umkm Konveksi, Metode *Islamic Value Chain*.

ABSTRACT

This study aims to look at the value chain structure, find out the problems that prevent it from working well, and create a development strategy based on the Islamic Value Chain Method at PT Lilik Convection Jombang. Sharia principles are used in all activities, like getting materials without uncertainty (*gharar*), managing people fairly (*maslahah*), and marketing without interest (*riba*) or unfair chances (*maysir*). The study used a qualitative method with a descriptive approach, where data came from in-depth interviews, direct observation, and on-site notes. The data was analyzed using the Miles and Huberman model, which includes reducing data, presenting it, and verifying it. The people involved in the study were the owner, employees, and the owner's children of PT Lilik Convection Jombang, and triangulation was used to make sure the data was accurate. The value chain of PT Lilik Convection includes core activities like logistics, production, marketing, and service, as well as supporting activities such as procurement, technology, human resources, and infrastructure. However, the value chain is not working well because of old machines, lack of skilled workers, unstable supply of raw materials, and manual time management, which cause higher costs and delays in production. To solve these problems, a development strategy based on Value Chain Analysis (VCA) is proposed. This strategy will improve efficiency by digitizing standard operating procedures (SOPs) and inventory systems, and it will also expand the market through digital marketing and product differentiation to help the company grow stronger.

Keywords: Development Strategy, Sewing Convection Msmes, Islamic Value Chain Method.

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di sektor konveksi atau jahit merupakan salah satu pilar penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi daerah dan nasional. Menurut (Adella:2022), industri konveksi berperan strategis dalam menyerap tenaga kerja, terutama di sektor informal, serta menjadi penggerak utama ekonomi rumah tangga di berbagai daerah. Namun, permasalahan umum yang dihadapi pelaku UMKM konveksi meliputi rendahnya efisiensi produksi, manajemen keuangan yang sederhana, dan minimnya inovasi produk

Dalam beberapa tahun terakhir, usaha konveksi yang mencakup produksi pakaian jadi melalui jasa jahit dan pemrosesan kain di Indonesia menghadapi tantangan yang semakin kompleks. Penelitian terhadap usaha konveksi di Indonesia menemukan bahwa serbuan produk pakaian impor telah menyebabkan sekitar 70 % pelaku usaha konveksi gulung tikar karena tidak mampu bersaing dari sisi harga dan skala produksi. Fenomena ini tampak jelas pada usaha-kecil menengah (UKM) konveksi yang memiliki keterbatasan dalam aspek logistik, teknologi jahit, akses bahan baku, dan pemasaran digital. Sebagai contoh, penelitian pada usaha konveksi di Metro menunjukkan bahwa meskipun permintaan dasar pakaian selalu ada, persaingan tinggi dan skala rendah menghambat pengembangan usaha.

Dengan latar belakang tersebut, maka muncul kebutuhan untuk memahami lebih mendalam: bagaimana strategi pengembangan usaha konveksi dapat dirancang melalui pendekatan analisis rantai nilai, sehingga usaha konveksi mampu meningkatkan nilai tambah, memperkuat posisi kompetitif, dan bertahan dalam tekanan pasar yang cepat berubah.

Secara teori, kerangka analisis rantai nilai diperkenalkan oleh Michael E. Porter yang dikutip oleh (kristiana zucchini: 2024) sebagai rangkaian aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan untuk merancang, memproduksi, memasarkan, mengirim, dan melayani produk. Dalam kerangka ini, aktivitas dibagi menjadi aktivitas utama (primary) dan aktivitas pendukung (support), dan melalui analisis tiap aktivitas dapat ditemukan potensi untuk menciptakan keunggulan kompetitif baik melalui diferensiasi maupun pengendalian biaya. Sebagaimana penelitian pada industri pengolahan konveksi menunjukkan bahwa analisis rantai nilai dapat membantu mengurangi aktivitas yang tidak menambah nilai dan memfokuskan sumber daya pada aktivitas bernilai tinggi.

Dalam konteks mayoritas muslim di Indonesia, pengembangan UMKM tidak hanya dituntut untuk efisien dan kompetitif secara ekonomi, tetapi juga harus selaras dengan prinsip-prinsip syariah. Konsep bisnis dalam Islam menekankan pada keadilan ('adl), transparansi (amanah), menghindari unsur spekulasi (gharar), dan menjauhi riba, yang semuanya merupakan inti dari ekonomi berkelanjutan (falah). Rantai nilai konvensional yang fokus utamanya pada maksimalisasi keuntungan finansial sering kali mengabaikan dimensi sosial dan lingkungan, serta praktik etis dalam hubungan kerja dan transaksi. Oleh karena itu, kerangka Islamic Value Chain (IVC) menjadi relevan. IVC merupakan pengembangan dari rantai nilai konvensional dengan menyisipkan nilai-nilai Islam pada setiap tahapan aktivitas (mulai dari pengadaan bahan baku yang halal, proses produksi yang etis, penetapan harga yang adil, hingga sistem distribusi dan pemasaran yang transparan).

Berdasarkan uraian di atas, terdapat tantangan dan peluang besar untuk meneliti bagaimana UMKM Konveksi Jahit dapat bertransformasi dari pendekatan rantai nilai konvensional ke model Islamic Value Chain untuk meningkatkan penjualan, daya saing, dan keberkahan usaha.

Oleh karena itu, penulis tertarik untuk meneliti secara mendalam dan mengambil judul penelitian: “Strategi Pengembangan UMKM Konveksi Jahit dengan Metode Islamic Value Chain”

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana struktur Value Chain pada UMKM konveksi jahit di PT Lilik Convection Jombang?
2. Faktor apa yang menghambat optimalisasi rantai nilai di PT lilik convection Jombang?
3. Strategi pengembangan berbasis Value Chain untuk meningkatkan efisiensi dan perluasan pasar?

C. Tujuan Penelitian

1. Memetakan rantai nilai UMKM konveksi menggunakan metode VCA
2. Mengidentifikasi titik kritis efisiensi dalam proses produksi dan distribusi
3. Untuk Merumuskan strategi peningkatan kapasitas usaha melalui intervensi rantai nilai

D. Manfaat Penelitian

1. Teoritis : Hasil Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan memperkaya Wawasan Literatur tentang Teori dan Pengembangan Model Islamic Value Chain untuk sektor Konveksi Skala UMKM
2. Praktis : Rekomendasi Strategi peningkatan prdukstivitas, perluasan jaringan, pemasaran digital, dan pemberdayaan sumber daya manusia.
 - a. Bagi peneliti : Hasil Penelitian ini menambah dan memperluas wawasan berfikir dalam pemikiran Ekonomi
 - b. Bagi pemilik : Memberikan panduan praktis dan rekomendasi strategis yang aplikatif mengenai bagaimana mentransformasikan proses bisnis konvensional menjadi model IVC, sehingga UMKM dapat meningkatkan efisiensi, menciptakan diferensiasi produk/proses berbasis syariah, dan mencapai keberkahan (falah).

METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Secara umum, penelitian kualitatif bersifat deskriptif dan menggunakan analisis dengan pendekatan induktif. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.

Studi ini dilakukan dalam kondisi alami dan data yang dikumpulkan umumnya kualitatif. Jenis studi ini adalah studi penjelasan di mana data disediakan dalam bentuk kata, kalimat, dan gambar. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan dan menganalisis strategi pengembangan industri konveksi dalam meningkatkan pendapatan masyarakat dan untuk mengidentifikasi kontribusi home industry kepada karyawan. Selain itu, penelitian ini juga mengkaji pemberdayaan industri konveksi jahit

di desa Bandar Kedungmulyo dan strategi peningkatan bisnis industri konveksi dalam meningkatkan pendapatan masyarakat di sekitarnya.

Sumber data utama untuk penelitian ini adalah wawancara dengan pemilik UMKM konveksi jahit di distrik Bandar kedungmulyo. Wawancara ini berfokus pada berbagai aspek, termasuk sejarah bisnis, proses produksi, pemasaran produk lokal, pembatasan oleh pemain bisnis, dan upaya strategis untuk mengembangkan perusahaan. Selain itu, peneliti juga secara langsung mengamati lingkungan operasi dan kerja dalam konveksi. Pemahaman yang lebih dalam tentang aspek -aspek ini dapat diharapkan memberikan citra yang lebih komprehensif tentang konveksi UMKM dalam menjahit di distrik Bandar Kedungmulyo .Sumber data utama untuk penelitian ini adalah wawancara dengan pemilik UMKM konveksi jahit di distrik Bandar kedungmulyo. Wawancara ini berfokus pada berbagai aspek, termasuk sejarah bisnis, proses produksi, pemasaran produk lokal, pembatasan oleh pemain bisnis, dan upaya strategis untuk mengembangkan perusahaan. Selain itu, peneliti juga secara langsung mengamati lingkungan operasi dan kerja dalam konveksi. Pemahaman yang lebih dalam tentang aspek -aspek ini dapat diharapkan memberikan citra yang lebih komprehensif tentang konveksi UMKM dalam menjahit di distrik Bandar Kedungmulyo .

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Struktur Rantai Nilai Value Chain analysis (VCA) pada PT.Lilik Konveksi

Dalam menjalankan kegiatan produksinya, PT Lilik Convection Jombang memiliki alur kerja yang saling berhubungan dari tahap awal hingga produk siap dikirimkan. Setiap proses dalam alur kerja ini memberikan nilai tambah yang penting bagi keberlangsungan usaha. Melalui pendekatan Value Chain Analysis (VCA), peneliti berusaha mengidentifikasi bagaimana aktivitas utama dan pendukung di PT Lilik konveksi berjalan dan saling memengaruhi satu sama lain.

“Untuk Tenaga kerja sebagian besar keluarga dan buruh lokal, dengan gaji bulanan. Pelatihan jarang dilakukan, hanya ajaran langsung, karena sudah ahlinya”

Human resources sebagai aktivitas dukungan dalam VCA mendukung semua aktivitas primer. Jawaban Ibu Sholikha menunjukkan UMKM konveksi jahit umumnya memiliki SDM terbatas, sehingga produktivitas rendah (misalnya, turnover tinggi karena kurang motivasi). Dibandingkan PT. Lilik Konveksi Jombang, yang mungkin memiliki program pelatihan formal dan insentif, UMKM kecil ini rentan terhadap inefisiensi, seperti kesalahan jahitan yang meningkatkan biaya rework. Komparasi ini menekankan pentingnya investasi SDM untuk memperkuat rantai nilai.

“Pelatihan hanya ajaran langsung saat bekerja, seperti cara memotong kain yang benar, karena kan setiap kain beda beda seratnya mbak. Jadi tidak ada kursus formal. Ini membantu sedikit, tapi masih sering ada kesalahan untuk pemotonganya.”

Pelatihan sebagai elemen kunci HR dalam VCA mendukung pengembangan keterampilan untuk semua aktivitas primer. Jawaban Ibu Sholikha menunjukkan UMKM konveksi jahit umumnya memiliki pendekatan pelatihan minimal, yang membatasi inovasi (misalnya, kualitas produk stagnan dengan tingkat defect 10-20%). Komparasi dengan PT. Lilik Konveksi Jombang, yang mungkin memiliki program pelatihan reguler dengan sertifikasi, mengungkap kesenjangan kompetensi, di mana UMKM kecil kehilangan nilai tambah dari keterampilan spesialis. Narasi ini mendorong investasi dalam pelatihan digital atau kemitraan dengan lembaga vokasi, untuk meningkatkan efisiensi rantai nilai dan daya saing.

Pembahasan

1. Struktur Rantai Nilai pada UMKM konveksi jahit komparasi di PT.Lilik Konveksi

Value Chain Analisis merupakan alat strategi yang digunakan untuk memahami secara lebih baik terhadap keunggulan kompetitif, untuk mengidentifikasi dimana value pelanggan dapat ditingkatkan atau penurunan biaya, dan untuk memahami secara lebih baik hubungan perusahaan dengan pemasok, pelanggan, dan perusahaan lain dalam industri.

Tabel 1 Aktivitas-aktivitas PT.Lilik Konveksi Jombang

No.	Aktivitas Value Chain	Aktivitas PT.Lilik Konveksi
Aktivitas Utama (Primary Activity)		
1.	Logistik kedalam	Pengadaan bahan baku dan pemeriksaan bahan baku
2.	Operasi	Memilah bahan baku, Pematangan Kain, proses penjahitan, pemeriksaan hasil penjahitan, pengiriman/pengambilan
3.	Logistik keluar	Pemindahan barang jadi dari pengemasan, penyimpanan penjadwalan dan operasi kendaraan pengirim
4.	Pemasaran dan Penjualan	Penanganan pemrosesan pesanan, penetapan kuota, harga, dan promosi
5.	Pelayanan	Perbaikan jahitan yang rusak/cacat saat pengerjaan atau kesalahan lain yang disebabkan oleh konveksi
Aktivitas Pendukung (Support Activity)		
6.	Pengadaan	Pengadaan perlengkapan dan peralatan
7.	Perkembangan Teknologi	Penelitian dan pengembangan bidang operasi, dan proses produksi
8.	Manajemen SDM	Pemakaian karyawan, pelatihan
9.	Infrastruktur Konveksi	Ruang produksi, Mesin jahit dan peralatan, gudang penyimpanan.

Sumber : Data diolah

Berdasarkan teori dan data yang bisa dianalisis, Metode Value Chain Analysis (VCA) mempunyai peran yang sangat penting untuk mengungkap dan lebih mengoptimalkan struktur rantai nilai PT Lilik Konveksi Jombang sebagai UMKM konveksi jahit komperasi. Metode ini tidak cuma membantu identifikasi aktivitas-aktivitas yang membuat nilai buat pelanggan, seperti pengadaan bahan baku, operasi penjahitan, logistik keluar, pemasaran, dan pelayanan, tapi juga aktivitas pendukung seperti pengadaan peralatan, pengembangan teknologi, manajemen SDM, plus infrastruktur konveksi yang meliputi ruang produksi, mesin jahit, dan gudang penyimpanan.

Dengan menggunakan VCA, konveksi ini bisa analisis secara sistematis titik-titik keunggulan kompetitifnya, kurangi biaya operasional lewat efisiensi di pematangan kain dan proses penjahitan, serta perkuat hubungan sama pemasok bahan baku dan pelanggan melalui promosi yang tepat sasaran, yang akhirnya menaikkan nilai tambah produk komperasi di pasar lokal Jombang. Metode ini menjadi alat strategis krusial untuk PT Lilik Konveksi, karena bisa membantu temukan hambatan seperti keterbatasan infrastruktur atau teknologi, plus mendorong inovasi di operasi dan pelayanan purna jual, yang pada gilirannya dukung kelangsungan dan pertumbuhan UMKM di tengah persaingan industri konveksi. Kalau tanpa VCA, struktur rantai nilai perusahaan ini mungkin tetep tidak optimal, jadi potensi buat tingkatin efisiensi dan perluasin pasar tidak bisa digapai sepenuhnya.

Lebih lanjut, penerapan Value Chain Analysis di PT. Lilik Konveksi Jombang memungkinkan perusahaan untuk melihat secara holistik bagaimana setiap aktivitas saling terkait dan berkontribusi terhadap nilai akhir yang diterima pelanggan. Misalnya, dalam aktivitas logistik ke dalam, pengadaan bahan baku yang dilakukan dengan hati-hati dapat memastikan kualitas bahan yang digunakan dalam produksi, yang kemudian mempengaruhi hasil akhir produk komparasi. Operasi penjahitan yang efisien tidak hanya mengurangi waktu produksi tetapi juga meminimalkan cacat, sehingga meningkatkan kepuasan pelanggan. Logistik keluar yang terorganisir dengan baik memastikan pengiriman tepat waktu, yang penting untuk membangun kepercayaan pelanggan.

Di sisi pemasaran dan penjualan, penanganan pesanan yang cepat dan promosi yang kreatif dapat menarik lebih banyak pelanggan, sementara pelayanan purna jual yang baik, seperti perbaikan jahitan yang rusak, memperkuat loyalitas. Aktivitas pendukung seperti pengadaan peralatan yang tepat waktu dan pengembangan teknologi melalui penelitian dapat meningkatkan produktivitas. Manajemen SDM yang melibatkan pelatihan karyawan secara berkala memastikan tenaga kerja yang terampil, dan infrastruktur yang memadai seperti ruang produksi dan gudang penyimpanan mendukung operasional yang lancar.

Secara keseluruhan, Value Chain Analysis membantu PT. Lilik Konveksi Jombang untuk tidak hanya bertahan tetapi juga berkembang di industri konveksi yang kompetitif. Dengan mengidentifikasi dan mengoptimalkan setiap tautan dalam rantai nilai, perusahaan dapat mencapai efisiensi yang lebih tinggi, mengurangi biaya, dan meningkatkan nilai bagi pelanggan. Ini sangat penting bagi UMKM seperti PT. Lilik Konveksi, yang sering menghadapi keterbatasan sumber daya. Melalui analisis ini, perusahaan dapat fokus pada inovasi dan perbaikan berkelanjutan, memastikan bahwa produk komparasi mereka tetap diminati di pasar lokal Jombang dan sekitarnya.

Tanpa penerapan metode ini, perusahaan mungkin kehilangan peluang untuk mengoptimalkan proses-prosesnya, yang bisa berujung pada penurunan daya saing. Oleh karena itu, Value Chain Analysis bukan hanya alat analisis, tetapi juga panduan strategis untuk pertumbuhan jangka panjang. Dengan memahami rantai nilai secara mendalam, PT. Lilik Konveksi dapat mengalokasikan sumber daya dengan lebih efektif, mengembangkan strategi yang lebih baik, dan akhirnya mencapai keberhasilan yang berkelanjutan dalam bisnis konveksi jahit komparasi.

2. Faktor yang menghambat Optimalisasi Rantai Nilai yang ada di PT. Lilik Konveksi

Dalam konteks bisnis UMKM seperti PT. Lilik Konveksi, optimalisasi rantai nilai merupakan aspek krusial untuk mencapai keunggulan kompetitif dan keberlanjutan jangka panjang. Namun, berbagai faktor penghambat dapat muncul dari dalam maupun luar perusahaan, yang akhirnya membatasi kemampuan untuk meningkatkan efisiensi, mengurangi biaya, dan menambah nilai bagi pelanggan. Faktor-faktor ini dapat dikategorikan menjadi tekanan internal, yang berkaitan dengan proses operasional di dalam perusahaan, dan tekanan eksternal, yang berasal dari dinamika pasar dan persaingan. Pada bagian ini, kita akan menganalisis secara mendalam faktor-faktor penghambat tersebut berdasarkan pengamatan di PT. Lilik Konveksi, dengan fokus pada hambatan-hambatan yang mempengaruhi rantai nilai secara keseluruhan. Analisis ini penting untuk memahami akar masalah dan merancang solusi strategis yang tepat sasaran.

Tekanan internal sering kali muncul ketika efisiensi terkunci oleh keterbatasan

sistem dan proses internal, sementara tekanan eksternal datang dari persaingan pasar yang ketat dan ketidakpastian rantai pasokan. Dengan memahami faktor-faktor ini, PT. Lilik Konveksi dapat mengidentifikasi langkah-langkah perbaikan yang diperlukan untuk mengoptimalkan rantai nilai, seperti investasi dalam teknologi, pelatihan karyawan, dan strategi pemasaran yang lebih efektif. Tanpa intervensi yang tepat, hambatan-hambatan ini dapat terus memperburuk performa perusahaan, mengurangi profitabilitas, dan bahkan mengancam kelangsungan bisnis. Oleh karena itu, analisis ini tidak hanya bersifat deskriptif, tetapi juga memberikan wawasan untuk tindakan praktis.

a. Tekanan Internal ketika efisiensi terkunci

Tekanan internal merupakan salah satu hambatan utama dalam optimalisasi rantai nilai di PT. Lilik Konveksi, terutama ketika efisiensi terkunci oleh sistem dan proses yang belum modern. Hal ini sering kali terjadi di berbagai aktivitas rantai nilai, mulai dari logistik masuk hingga operasi produksi, yang akhirnya berdampak pada kualitas produk, waktu produksi, dan biaya keseluruhan. Pada bagian ini, kita akan membahas secara rinci dua aspek utama tekanan internal: masalah di logistik masuk dan tantangan di aktivitas operasi atau produksi.

1) Masalah di Logistik Masuk

Proses logistik masuk di PT. Lilik Konveksi sering kali mengalami kemacetan karena sistem manajemen persediaan yang masih tradisional dan manual. Catatan stok bahan baku, seperti kain, benang, dan aksesoris, biasanya dilakukan secara manual menggunakan buku catatan atau spreadsheet sederhana, yang akhirnya menghasilkan data yang kurang akurat dan real-time. Akibatnya, muncul dilema besar yang mempengaruhi efisiensi rantai nilai: di satu sisi, risiko stok berlebih (*overstock*) dapat mengunci modal kerja yang seharusnya digunakan untuk investasi lain, seperti pembelian mesin baru atau promosi, serta meningkatkan biaya penyimpanan yang membengkak akibat ruang gudang yang terbatas dan biaya pemeliharaan. Di sisi lain, risiko stok habis (*stock-out*) dapat datang tiba-tiba, memaksa produksi berhenti mendadak dan menyebabkan jadwal pengiriman molor, yang langsung berdampak buruk pada reputasi perusahaan di mata pelanggan.

Kemacetan ini tidak hanya memperlambat alur kerja, tetapi juga meningkatkan biaya tidak langsung, seperti biaya transportasi ulang untuk mengganti stok yang habis atau biaya penalti dari pelanggan karena keterlambatan. Sistem manual ini juga rentan terhadap kesalahan manusia, seperti salah hitung atau lupa mencatat, yang memperburuk ketidakakuratan data. Dalam jangka panjang, hal ini menghambat optimalisasi rantai nilai karena perusahaan tidak dapat merencanakan produksi dengan baik, sehingga efisiensi keseluruhan terkurung. Untuk mengatasi ini, PT. Lilik Konveksi perlu mempertimbangkan adopsi sistem manajemen inventori berbasis digital, seperti software ERP (*Enterprise Resource Planning*), yang dapat memberikan visibilitas real-time dan mengurangi risiko *overstock* atau *stock-out*. Tanpa perubahan ini, tekanan internal dari logistik masuk akan terus menjadi *bottleneck* yang membatasi pertumbuhan perusahaan.

2) Tantangan di Aktivitas Operasi atau Produksi

Masalahnya makin parah di bagian inti perusahaan, yakni aktivitas operasi atau produksi, di mana efisiensi terkunci oleh ketiadaan standar operasional yang jelas. Tanpa adanya *Standard Operating Procedure (SOP)* yang tertulis dan ketat, kualitas kerja sangat bergantung pada kemampuan individu dan suasana hati operator masing-masing. Ini membuat kualitas produk tidak konsisten, yang pada akhirnya meningkatkan tingkat produk cacat (*reject*) secara signifikan. Kondisi ini makin

diperburuk oleh keterampilan teknis sebagian pekerja yang belum standar, serta tingkat pergantian karyawan (turnover) yang tinggi, sehingga perusahaan harus terus-menerus mengeluarkan waktu dan uang untuk pelatihan dasar yang berulang. Akibatnya, seluruh waktu produksi (lead time) menjadi lambat dan sulit ditebak, yang sangat membatasi kemampuan PT. Lilik Konveksi untuk menangani pesanan dalam jumlah besar dengan waktu singkat.

Ketergantungan pada kemampuan individu operator dapat menyebabkan variasi produk yang tidak diinginkan, seperti jahitan yang tidak rata atau warna yang tidak seragam, yang mengurangi nilai produk di mata pelanggan. Tingkat turnover yang tinggi, mungkin disebabkan oleh gaji yang tidak kompetitif atau kondisi kerja yang kurang menarik, tidak hanya meningkatkan biaya rekrutmen dan pelatihan, tetapi juga mengganggu kontinuitas produksi. Lead time yang panjang membuat perusahaan sulit bersaing dalam pasar yang menuntut kecepatan, seperti pesanan custom atau musiman. Secara keseluruhan, hambatan ini terkunci efisiensi karena tanpa SOP yang solid, proses produksi tidak dapat dioptimalkan, dan inovasi sulit dilakukan. Rekomendasi untuk PT. Lilik Konveksi adalah mengembangkan SOP yang komprehensif, meningkatkan pelatihan karyawan, dan mengimplementasikan insentif untuk mengurangi turnover, sehingga rantai nilai dapat berjalan lebih lancar dan efisien.

b. Tekanan Eksternal : dalam menghadapi persaingan pasar

Selain tekanan internal, PT. Lilik Konveksi juga menghadapi tekanan eksternal yang berasal dari persaingan pasar yang ketat, yang semakin memperumit upaya optimalisasi rantai nilai. Tekanan ini datang dari berbagai aspek, seperti persaingan harga, dinamika rantai pasokan, dan lingkaran kelemahan internal yang saling terkait. Pada bagian ini, kita akan menganalisis secara mendalam ancaman-ancaman eksternal ini dan bagaimana mereka menghambat perusahaan dalam mencapai optimalisasi.

1) Persaingan Harga yang Ketat

Ancaman paling serius bagi PT. Lilik Konveksi datang dari persaingan harga yang sangat ketat di pasar konveksi. Sebagai UMKM, perusahaan ini terjepit antara dua pihak kuat: konveksi besar yang memiliki efisiensi skala ekonomi tinggi, memungkinkan mereka memproduksi dalam volume besar dengan biaya per unit yang rendah, dan konveksi kecil rumahan yang dapat menjual produk dengan harga super murah karena operasional yang sederhana dan biaya overhead yang minimal. Tekanan harga ini memaksa perusahaan untuk terus fokus pada penghematan biaya, dan sering kali terpaksa mengabaikan upaya membedakan produk atau investasi untuk mutu yang lebih baik, padahal diferensiasi produk merupakan inti dari pembuatan nilai dalam rantai nilai.

Dalam persaingan ini, PT. Lilik Konveksi sering kali harus menurunkan harga untuk tetap kompetitif, yang menggerus margin keuntungan dan membatasi investasi dalam inovasi. Konveksi besar dapat menekan harga melalui negosiasi dengan pemasok besar atau teknologi otomatis, sementara konveksi rumahan menghindari biaya seperti sewa ruang atau pajak. Hal ini menciptakan dilema bagi UMKM seperti PT. Lilik, di mana fokus pada harga rendah mengabaikan aspek kualitas dan nilai tambah, yang seharusnya menjadi keunggulan kompetitif. Akibatnya, optimalisasi rantai nilai terhambat karena perusahaan tidak dapat mengalokasikan sumber daya untuk pemasaran atau pengembangan produk yang unik. Untuk mengatasi ini, PT. Lilik Konveksi perlu mencari segmen pasar niche, seperti produk custom berkualitas tinggi, dan membangun merek yang kuat untuk mengurangi ketergantungan pada persaingan harga semata.

2) Dinamika Rantai Pasokan yang Tidak Pasti

Di samping persaingan harga, dinamika rantai pasokan juga membuat situasi makin tidak pasti bagi PT. Lilik Konveksi. Ketergantungan tinggi pada beberapa pemasok membuat perusahaan rawan terhadap lonjakan harga bahan baku yang tak terduga di pasar dunia, seperti fluktuasi harga kain atau benang akibat perubahan cuaca, politik, atau pandemi global, yang langsung memangkas margin untung yang sudah tipis. Dari segi pengiriman atau logistik keluar, biaya angkut dan distribusi yang cukup mahal untuk ukuran UMKM makin menambah beban harga pokok produksi, sehingga kurang kompetitif di pasar yang peka terhadap harga.

Ketergantungan pada pemasok terbatas meningkatkan risiko supply chain disruption, seperti keterlambatan pengiriman atau kualitas bahan yang tidak sesuai, yang dapat menghentikan produksi. Biaya logistik yang tinggi, termasuk transportasi ke daerah terpencil atau penggunaan jasa kurir, menambah beban biaya yang sulit ditanggung UMKM. Hal ini menghambat optimalisasi rantai nilai karena perusahaan tidak dapat mengontrol biaya input secara efektif, sehingga efisiensi keseluruhan terganggu. Solusi potensial termasuk diversifikasi pemasok, negosiasi kontrak jangka panjang, atau investasi dalam logistik lokal untuk mengurangi biaya. Tanpa langkah ini, tekanan eksternal dari rantai pasokan akan terus membatasi kemampuan perusahaan untuk bersaing.

3) Lingkaran Kelemahan Internal yang Memperburuk Tekanan Eksternal

PT. Lilik Konveksi terjebak dalam lingkaran kelemahan internal seperti mutu yang tidak stabil, waktu produksi yang panjang, dan pengelolaan keuangan yang lemah, yang akhirnya membuat biaya produksi naik tinggi. Akibatnya, perusahaan kesulitan bersaing dengan tekanan harga dari luar. Ketidakmampuan ini juga menghambat pengumpulan modal yang dibutuhkan untuk menyelesaikan masalah internal sendiri. Tanpa campur tangan strategis, optimalisasi rantai nilai cuma jadi impian belaka.

Lingkaran ini saling memperkuat: mutu yang tidak stabil meningkatkan reject rate, yang memperpanjang lead time dan menambah biaya; pengelolaan keuangan yang lemah membatasi akses ke kredit untuk investasi; dan semua ini membuat perusahaan kurang atraktif bagi investor atau mitra. Tekanan eksternal memperburuk situasi ini, karena persaingan harga memaksa penghematan yang berlebihan, sementara masalah internal mencegah efisiensi. Untuk memutus lingkaran ini, PT. Lilik Konveksi perlu audit internal menyeluruh, restrukturisasi keuangan, dan kolaborasi dengan stakeholder eksternal seperti asosiasi UMKM atau pemerintah untuk mendapatkan dukungan. Dengan demikian, optimalisasi rantai nilai dapat dicapai secara bertahap.

3. Strategi pengembangan berbasis VCA untuk meningkatkan efisiensi dan perluasan pasar

Strategi pengembangan untuk PT. Lilik Konveksi dibuat secara menyeluruh dengan menggunakan kerangka Value Chain Analysis (VCA), yang menuntut perbaikan pada semua aktivitas pokok dan pendukung agar bisa mencapai keunggulan bersaing. Agar efisiensi di dalam perusahaan meningkat, fokusnya diletakkan pada penguatan bagian Operasi dan Pengembangan Teknologi. Efisiensi operasional bisa ditingkatkan lewat penerapan Standard Operating Procedure (SOP) yang sudah didigitalisasi di seluruh area produksi, mulai dari pemotongan bahan sampai finishing. Tujuannya adalah mengurangi ketidakkonsistenan mutu dan menurunkan angka produk rusak atau reject, yang biasanya jadi penyebab utama pemborosan bahan dan waktu.

Penerapan teknologi di sini tidak cuma soal ganti mesin baru, tapi juga adopsi sistem pengelolaan inventaris yang terhubung secara langsung, yang menyambungkan Logistik Masuk dengan Operasi. Hubungan ini sangat penting untuk menghindari kekurangan atau kelebihan stok, sehingga modal tidak terjebak di persediaan yang tidak

berguna dan waktu produksi bisa dipercepat drastis.

Kemampuan efisiensi yang sudah terbangun itu lalu dijadikan fondasi untuk strategi memperluas pasar. Strategi ini menekankan diferensiasi nilai, bukan lagi sekadar saing harga, dengan memaksimalkan aktivitas Pemasaran dan Penjualan. PT. Lilik Konveksi perlu posisi sebagai partner produksi yang handal, tanggap, dan mutu produknya stabil. Kecepatan lead time yang lebih baik karena efisiensi dalam negeri dijadikan sebagai Unique Selling Proposition (USP) untuk menarik segmen pasar yang peduli dengan waktu dan just-in-time, seperti merek fashion lokal yang cepat berubah. Perluasan wilayah pasar akan didorong melalui pengembangan platform e-commerce B2B dan penguatan Logistik Keluar lewat kerja sama dengan layanan pengiriman. Strategi ini mendapat dukungan penuh dari penguatan Manajemen Sumber Daya Manusia (SDM) dan Infrastruktur Perusahaan, dengan meningkatkan kemampuan digital staf serta merapikan pengelolaan keuangan, yang jadi syarat wajib untuk membangun kredibilitas dan mendapatkan akses dana investasi demi kelangsungan pengembangan rantai nilai.

Secara keseluruhan, strategi Value Chain Analysis ini dirancang holistik: mulai dari memperkuat efisiensi dalam negeri lewat teknologi dan standarisasi, lalu memanfaatkan efisiensi itu sebagai keunggulan saing untuk membedakan diri dalam hal kualitas dan kecepatan, yang akhirnya memungkinkan ekspansi pasar via platform digital dan kemitraan strategis. Dengan penerapan bertahap, diharapkan PT. Lilik Konveksi bisa keluar dari persaingan harga yang membebani, menuju kompetisi yang lebih sehat berdasarkan nilai tambah dan keunggulan operasional.

KESIMPULAN

Berdasarkan Analisis Rantai Nilai (Value Chain Analysis) yang dilakukan pada proses operasional PT. Lilik Konveksi Jombang, penelitian ini menghasilkan tiga kesimpulan penting terkait struktur rantai nilai, tantangan yang dihadapi, serta strategi pengembangan yang bisa diterapkan.

Struktur rantai nilai di PT. Lilik Konveksi sudah teridentifikasi dengan baik, meskipun belum mencapai efisiensi maksimal. Aktivitas inti seperti logistik masuk, produksi, logistik keluar, pemasaran dan penjualan, serta layanan pelanggan, ditambah fungsi pendukung seperti pengadaan, kemajuan teknologi, manajemen sumber daya manusia, dan fasilitas pabrik, semuanya berjalan secara teratur. Namun, ada celah nilai yang cukup mencolok, terutama di bidang produksi dan kemajuan teknologi, yang ditandai oleh keterbatasan mesin, absennya prosedur operasi standar yang terdigitalisasi, serta ketergantungan pada sistem pencatatan manual.

Optimasi rantai nilai PT. Lilik Konveksi sangat terhambat oleh masalah internal. Tantangan utama di dalam perusahaan meliputi peralatan yang sudah ketinggalan zaman, pengelolaan inventori yang masih tradisional (yang berisiko menyebabkan kelebihan atau kekurangan stok), kekurangan tenaga kerja terampil, dan penjadwalan yang masih manual, semua itu berdampak buruk pada produktivitas. Akibatnya, tingkat cacat produk tinggi, waktu pemrosesan memanjang, dan biaya operasional membengkak. Di samping itu, tantangan eksternal seperti persaingan harga yang ketat serta pasokan bahan baku yang tidak stabil makin memperburuk situasi dengan menekan margin keuntungan.

Untuk itu, diperlukan pendekatan pengembangan yang menyeluruh dan bertahap berdasarkan VCA, dengan fokus pada diferensiasi nilai. Strategi yang direkomendasikan dimulai dari peningkatan efisiensi internal, melalui penerapan prosedur operasi standar yang terdigitalisasi dan sistem pengelolaan inventori terintegrasi yang menghubungkan

logistik masuk dengan produksi. Efisiensi ini bisa dijadikan sebagai proposisi penjualan unik (USP: andal, cepat, dan berkualitas tinggi) untuk memperluas pasar lewat platform e-commerce B2B serta memperkuat upaya pemasaran dan penjualan. Keberlanjutan rencana ini didukung oleh kemajuan dalam manajemen sumber daya manusia dan infrastruktur keuangan perusahaan.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang sudah dibahas sebelumnya, peneliti memberikan rekomendasi praktis dan strategis untuk membantu PT. Lilik Konveksi meningkatkan efisiensi rantai nilai serta mendukung pertumbuhan bisnis yang stabil ke depannya.

1. Fokus utama harus diberikan pada investasi teknologi dan standarisasi operasi, khususnya di bidang aktivitas produksi dan pengembangan teknologi. Perusahaan sebaiknya memprioritaskan pembaruan mesin jahit serta penerapan software inventaris sederhana atau spreadsheet terintegrasi untuk menggantikan metode pencatatan manual yang masih digunakan. Selain itu, penting untuk segera menyusun dan menerapkan prosedur operasi standar (SOP) yang tertulis rinci dan digital untuk setiap langkah produksi, mulai dari pemotongan bahan hingga finishing, guna meminimalkan variasi kualitas dan mengurangi tingkat produk yang ditolak.
2. Manajemen rantai pasokan dan logistik masuk perlu diperbaiki agar lebih fleksibel. Saranannya adalah melakukan diversifikasi sumber pemasok bahan baku, tidak hanya bergantung pada Surabaya dan Mojokerto, untuk menghindari risiko penundaan pengiriman dan fluktuasi harga. Di samping itu, sebaiknya diterapkan sistem peringatan dini yang sederhana untuk memantau stok bahan baku, sehingga produksi tidak terganggu oleh kekurangan bahan mendadak.
3. Penguatan pemasaran digital dan pengembangan sumber daya manusia sangat krusial untuk memperluas pasar. Anak pemilik, Indah Nur Laili, harus membangun strategi pemasaran online yang lebih sistematis, dengan memanfaatkan platform e-commerce seperti Lazada dan Shopee secara maksimal melalui konten visual menarik, deskripsi produk yang meyakinkan, serta pengelolaan ulasan pelanggan yang responsif untuk meningkatkan kepercayaan. Selain itu, alokasikan waktu dan dana untuk pelatihan berkala setidaknya bulanan bagi karyawan produksi, agar mereka mahir dalam keterampilan teknis dan disiplin kerja sesuai dengan SOP yang baru.

DAFTAR PUSTAKA

- “VALUE CHAIN PADA UMKM MAKECY INDONESIA SKRIPSI Oleh: Dicky Izza Muzaka UNIVERSITAS ISLAM NEGERI,” 2024.
- Adella, Sinky, Khalila Husna Sari, Oktri Lola Sari, and Anwar Sholihin. “Model Pengembangan Usaha Mikro Industri Pakaian Jadi (Konveksi) Pada Era Pandemic Disease (Covid-19) Di Kota Bukittinggi Dalam Perspektif Ekonomi Syariah” 8, no. 03 (2022): 3627–39.
- Agustina, Niken Iaras. *Entrepreneurial Mindsets & Skill*. *ペインクリニック学会治療指針* 2, 2019.
- Alif Maulana Akbar, and Mohammad Maskan. “Analisis Strategi Pemasaran Untuk Pengembangan Usaha Konveksi ‘Ad Produksi’ Malang.” *Jurnal Manuhara : Pusat Penelitian Ilmu Manajemen Dan Bisnis* 3, no. 3 (2025): 139–51. <https://doi.org/10.61132/manuhara.v3i3.1920>.
- Arif, Arif, Gian Riksa Wibawa, and Depy Muhamad Pauzy. “Strategi Penerapan Value Chain Dalam Meningkatkan Competitive Advantage UMKM Kerajinan.” *Ecoplan* 8, no. 1 (2025): 42–50. <https://doi.org/10.20527/ecoplan.v8i1.1104>.
- Dwiwarman, Denny Aditya. “Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia Melalui

- Keterampilan Soft Skills Dan Hard Skills” 13, no. September (2024): 1538–49.
- Feodora, Fontanna Ofira, Anastasia Irene Handoyo, Graciela Cendana, John Pier, and Eko Suhartanto. “Rantai Nilai Dan Model Bisnis Fashion Pada Brand Lokal” 5, no. 1 (n.d.): 67–75.
- Fitriana, Allysha Syatifa. “Dampak Globalisasi Ekonomi Pada Pertumbuhan Usaha Kecil Dan Menengah Di Indonesia” 2, no. 2 (2024): 52–58.
- Godwin, Gelard, Sausan Raihana, Putri Junaedi, and Marviola Hardini. “Inovasi Bisnis Digital Untuk Mendorong Pertumbuhan UMKM Melalui Teknologi Dan Adaptasi Digital” 5, no. 2 (2024): 41–47.
- Husnullail, M., Risnita, M. Syahran Jailani, and Asbui. “Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Riset Lmiah.” *Journal Genta Mulia* 15, no. 0 (2024): 1–23.
- Kompas.com. “UMKM Konveksi: Peluang Dan Tantangan Di Era Digital,” 2023.
- kristina zucchi. “Value Chain Analysis: What It Is and How to Use It,” 2024.
- Maria, Vera, Tesalonika Situmeang, and Robbi Fito Ardana. “Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kecamatan Serang , Kabupaten Serang” 2, no. 2 (2024).
- Maulana, Alvin. “Analisis Value Chain Untuk Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Pada UMKM (Studi Kasus: UMKM Mukenaku),” 2022, 1.
- Mubaroq, Ety Zuliawati Zed Khaerul Imam, and Muhamad Rafid Ilham. “Jurnal Pemasaran Bisnis & Industri.” <https://journalpedia.com/1/index.php/jpb/index> Vol 6, No. 4 November 2024 7, no. 1 (2025): 8.
- Nabila Sekar Sari. “Strategi Pengembangan Bisnis Syariah Dalam Mewujudkan Bisnis Berkelanjutan.” *Jurnal Manajemen Bisnis Syariah* 1, no. 1 (2023): 1–8.
- Nomor, Volume. “Equality: Journal of Islamic Law (EJIL)” 3, no. 1 (2025). <https://doi.org/10.15575/ejil.v3i1.1220>.
- Pandawangi.S. “Metodologi Penelitian.” *Journal Information* 4 (2021): 1–5.
- Prof.Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, n.d.
- Qodariah, Siti Laela. “UMKM Mempunyai Peran Penting Dan Strategis Dalam Pembangunan Ekonomi Nasional. Pada Tahun 5268 |” 2, no. 2 (2022): 5268–74.
- Raharja, Irwan. “Strategi Pengembangan Organisasi Dalam Upaya Peningkatan Kinerja Pegawai BAPPEDA Tingkat 1 Jawa Tengah” 4, no. 2 (2016): 418–46.
- Rahmah, Novia Hidayatul, Animah, and Zuhrotul Isnaini. “Analisis Strategi Rantai Nilai (Value Chain) Untuk Keunggulan Kompetitif Melalui Pendekatan Manajemen Biaya.” *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi* 5, no. 3 (2025): 366–76. <https://doi.org/10.29303/risma.v4i3.2127>.
- Ratnasari, Supiah. “Analisis Efisiensi Biaya Dan Produktivitas Dalam Akuntansi Manajemen Pada Perusahaan Manufaktur Di Kawasan GIIC” 02, no. 04 (2025): 902–10.
- Rosaída, Lailatul, Bayu Wijyantini, and Maheni Ika Sari. “Analisis Rantai Nilai (Value Chain) Sebagai Upaya Untuk Meningkatkan Keunggulan Kompetitif (Studi Kasus Pada UMKM Kripik Tempe Pecah 1000 Di Desa Kaliboto Lor , Lumajang),” no. 3 (2025): 1–15.
- Rosida, Fira, Indria Ikhtia Zahra, Meisha Farah Widyaningrum, Rusdi Hidayat, and Maharani Ikaningtyas. “ManBiz : Journal of Management & Business ManBiz : Journal of Management & Business” 3 (2024): 275–85. <https://doi.org/10.47467/manbiz.v3i1.6463>.
- Santoso, Thomas. *Penelitian Kualitatif*, 2022.
- Sonny Nugroho, Denny Siregar, Didin Sjarifudin, and Rifki Muhendra. “Analisis Dan Pengembangan Strategi Bisnis Menggunakan Metode Value Chain (Studi Kasus: PD. XYZ).” *JENIUS: Jurnal Terapan Teknik Industri* 3, no. 2 (2022): 114–22. <https://doi.org/10.37373/jenius.v3i2.321>.
- Strategi, Sebagai, Pengembangan Usaha, and Koperasi Makmur. “Analisis Swot Sebagai Strategi Pengembangan Usaha Koperasi Makmur Mandiri” 7, no. 3 (2024): 884–97.
- Suryandani, Wulan, and Novi Kusumaningsih. “Pengembangan Strategi Industri Kreatif Menggunakan Value Chain Analysis.” *Fokus Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ekonomi* 16, no. 2 (2021): 265–78.

- Suseno, Agustian, and Jauhari Arifin. "Analisis Value Chain Management Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Indonesia Abstrak Pendahuluan" 01, no. 01 (2020): 24–33.
- Syafitri, Rahmadhani. "Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Pada UMKM Donkus Lumer By DRL Di Kota Jambi Menurut Perspektif Etika Bisnis Islam." *Bertuah: Journal of Shariah and Islamic Economics* 5, no. 3 (2024): 361–80.
- Ukm, kementerian koprasi &. "Kementerian Koperasi Dan UKM (2023). Laporan Kinerja UMKM Indonesia," 2023.
- Usaha, Pengembangan. "Efek Pelatihan Dan Pendampingan Terhadap Pengembangan Usaha Melalui Mediasi Kreatifitas" 21 (2024): 294–309.
- Walidaien, Syifa Ul, and Devi Udariansyah. "Analisis Partisipatif Ketersediaan Bahan Baku Udang Berdasarkan Musim Untuk Mendukung Produksi UMKM Kerupuk Di Desa Bunga Karang" 5, no. 2 (2025).
- Widyaningsih, Bekti, and Arivatu Ni. "Analisis Penerapan Enterpreneurial Skill Dan Kualitas Produk Pada Peningkatan Daya Saing Di UMKM Pesona Batik Jombang" 6, no. 2 (2023): 64–71.
- Wisdaningrum, Oktavima. "Analisis Rantai Nilai (Value Chain) Dalam Lingkungan Internal Perusahaan." *Jurnal Analisa* 1, no. 1 (2013): 46.