

Gender-based Value Chain Mapping and Development of the Tempe Business Model in Tenggilis Kauman Surabaya

Rahaju Saraswati

Universitas Ciputra Surabaya

Nyoman Puspa Asri

Universitas Ciputra Surabaya

Alamat: CitraLand CBD Boulevard, Made, Kec. Sambikerep, Surabaya, Jawa Timur 60219

Abstract. *The method used in this research is Value Chain Mapping, Gender Sensitivity Value Chain Mapping, and Canvas Business Model. Value Chain Mapping is used to map activities ranging from upstream to downstream from a tempe industry value chain in Tenggilis Surabaya. Gender Sensitivity Value Mapping is used to map and analyze the role of gender in the tempe industry value chain. Whereas the Canvas Business Model is used to redesign the tempe industry business model in Tenggilis Surabaya based on value, gender, and competitive advantage. The results of this study are Value Chain Mapping and Tempe Business Model for the home-based tempe industry. The role of women housewives in the tempe industry value chain in Tenggilis Kauman is almost 50%. For the tempe production system and marketing management for the SME scale, such as the tempe industry in Tenggilis tempe village, the maturity level has reached the optimal level, level 5. For external suppliers, the maturity level is still low at level 2 or still in the development stage. For market orientation, competitors and product development are already at a competitive level. Revenue Streams from the tempe business process in Kampung Tempe is the sale of tempe and its processed products, as well as a tourist visit.*

Keywords: *gender role, tempe industry, tempe business model, value chain mapping*

Abstrac. *Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Value Chain Mapping, Gender Sensitivity Value Chain Mapping, dan Canvas Business Model. Value Chain Mapping digunakan untuk memetakan kegiatan mulai dari hulu hingga hilir dari suatu rantai nilai industri tempe di Tenggilis Surabaya. Gender Sensitivity Value Chain Mapping digunakan untuk memetakan dan menganalisis peran gender dalam rantai nilai industri tempe. Sedangkan Canvas Business Model digunakan untuk mendesain ulang model bisnis industri tempe di Tenggilis Surabaya berdasarkan nilai, jenis kelamin, dan keunggulan bersaing. Hasil dari penelitian ini adalah Pemetaan Rantai Nilai dan Model Bisnis Tempe untuk industri tempe rumahan. Peran ibu rumah tangga dalam rantai nilai industri tempe di Tenggilis Kauman hampir mencapai 50%. Untuk sistem produksi tempe dan manajemen pemasaran skala UKM seperti industri tempe di Kampung Tempe Tenggilis tingkat kematangan sudah mencapai tingkat optimal yaitu tingkat 5. Untuk pemasok eksternal tingkat kematangan masih rendah pada tingkat 2 atau masih dalam tahap pengembangan. Untuk orientasi pasar, pesaing dan pengembangan produk sudah berada pada tingkat kompetitif. Aliran pendapatan dari proses bisnis tempe di Kampung Tempe adalah penjualan tempe dan hasil olahannya, serta kunjungan wisatawan.*

Kata kunci: *peran industri tempe, gender, model bisnis tempe, pemetaan rantai nilai*

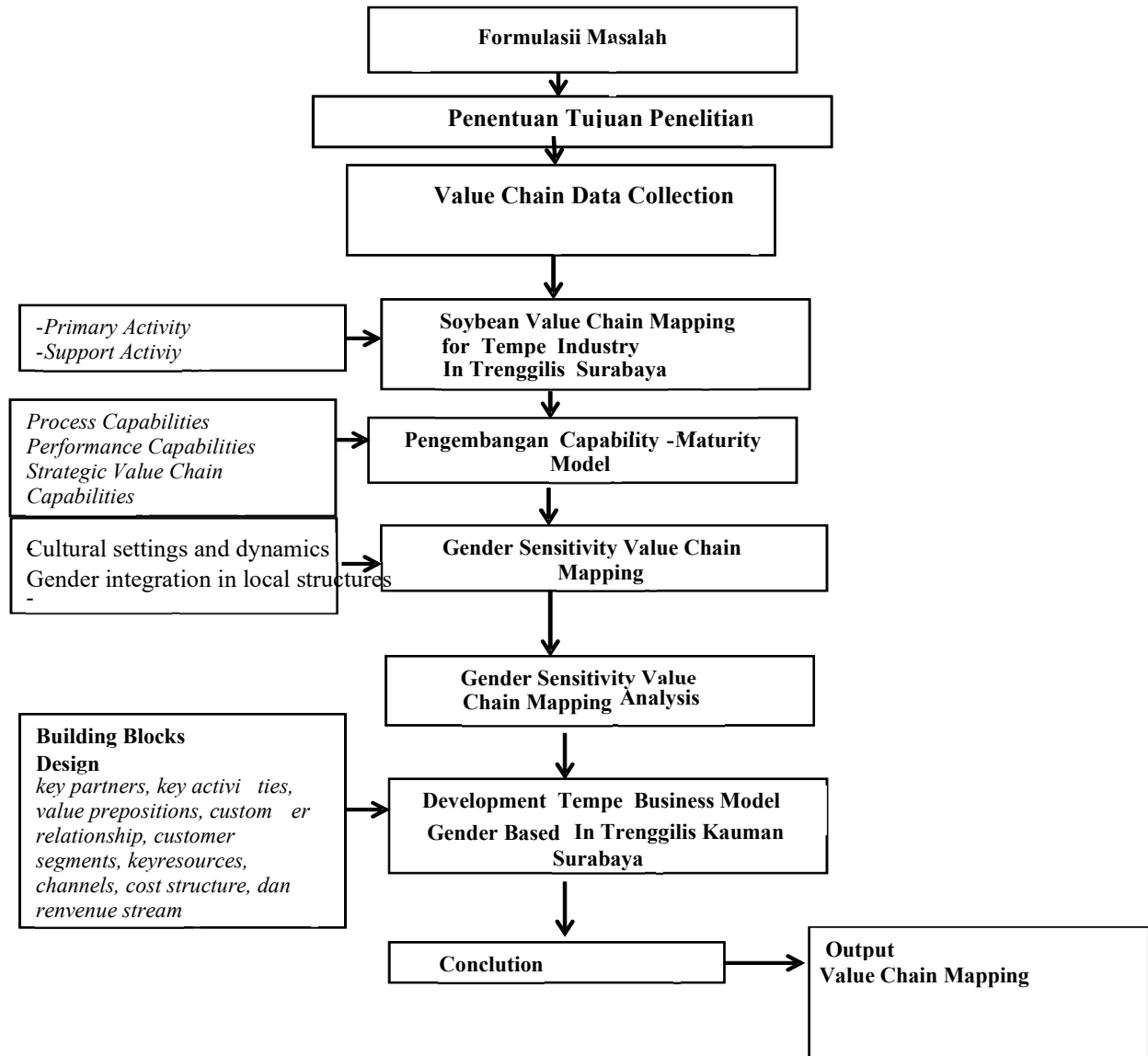
LATAR BELAKANG

Analisis rantai nilai dapat digunakan untuk meningkatkan kinerja perusahaan (Asem Bansah, 2012). *Matching Strategies*, pelayanan dengan proses bisnis dengan value chain analysis (Bask, A. H., Tinnilä, M., & Rajahonka, M. 2010). Mengacu pada penelitian Bansah dan Bask, tujuan dari penelitian pemetaan rantai nilai, peran gender, dan model bisnis tempe di Kampung Tempe Kauman Surabaya adalah 1. Mengidentifikasi dan mengkarakterisasi simpul kunci dan aktor kunci dalam rantai nilai Industri Tempe di Tenggilis Surabaya 2. Memetakan implikasi gender dalam rumah tangga terhadap mengidentifikasi peluang dan kendala industri tempe Tenggilis di Surabaya 3. Mengembangkan model konseptual rantai nilai tempe berbasis gender dalam skala mikro di kalangan pengusaha tempe skala kecil di industri tempe Tenggilis di Surabaya. 4. Mengembangkan model bisnis tempe berbasis gender di Industri Tempe Surabaya Tenggilis.

Value Chain Mapping, *Gender Sensitivity Value Chain Mapping*, dan *Canvas Business Model*. *Value Chain Mapping* digunakan untuk memetakan kegiatan mulai dari hulu hingga hilir dari rantai nilai industri tempe di Tenggilis Surabaya. *Gender Sensitivity Value Chain Mapping* digunakan untuk memetakan dan menganalisis peran gender dalam rantai nilai industri tempe. Sedangkan *Business Model* digunakan untuk mendesain ulang model bisnis industri tempe di Tenggilis Surabaya berdasarkan nilai, jenis kelamin, dan keunggulan bersaing.

METODE PENELITIAN

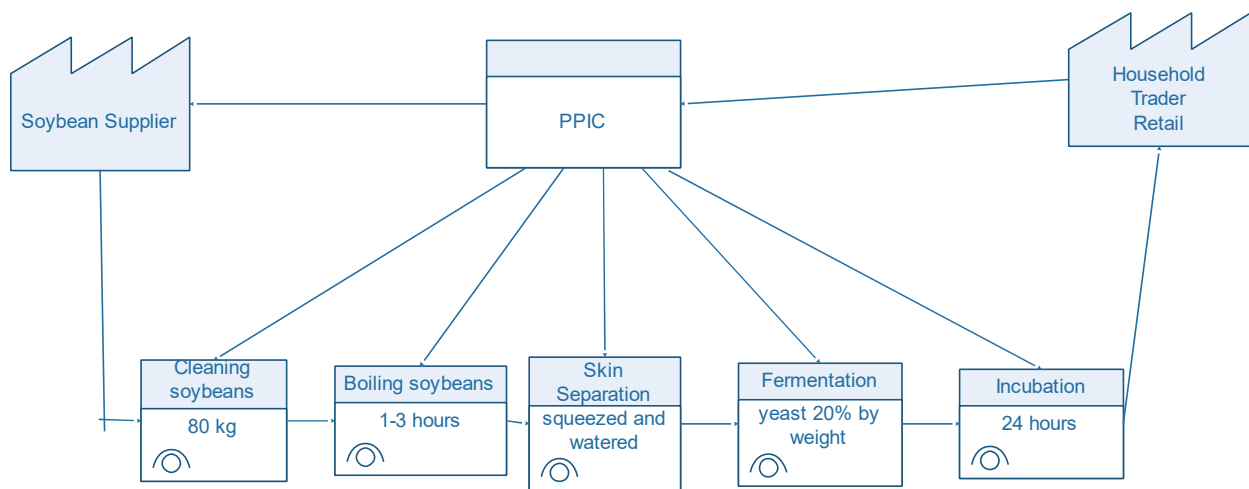
Metode penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini seperti digambarkan dalam diagram alir seperti gambar di bawah ini



Gambar 1 Metode Penelitian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis proses produksi kedelai dapat digunakan untuk menentukan kebijakan strategis perusahaan (Hasan, N., Suryani, E., & Hendrawan, R. (2015)). Analisis Value Chain digunakan untuk menentukan dan mengimplementasikan strategi nilai di perusahaan (Walters, D., & Lancaster, G. 2000). Value chain menghubungkan produser dan pasar (Rota. A. International Fund for Agricultural Development .2009). Soybean Value Chain Mapping (Tempe) untuk Industri Tempe Tenggilis Surabaya (Gambar 2), Pemetaan rantai nilai kedelai tersebut mulai dari penyediaan dan produksi kedelai (petani kedelai), Pengumpulan (pedagang), Pengolahan (produksi tempe, keripik tempe), dan Pengeceran (pasar batas daerah, supermarket, restoran).



Gambar 2 Value Chain Mapping

Hasil Penentuan Tingkat Kemampuan

Pada penelitian ini dilakukan pengukuran tingkat kematangan atau tingkat kemampuan manajemen untuk mengembangkan strategi manajemen dengan menggunakan framework *Knowledge Management Maturity Model (K3M)* (Liebowitz, J. & Beckman, T. 2008). Untuk menentukan tingkat kemampuan dilakukan dengan melakukan wawancara dengan pengelola atau perajin tempe dan dinyatakan dalam bentuk skala masing-masing tingkat dan nilai skor. Tabel di bawah ini merupakan cara untuk menentukan tingkat kemampuan dengan melakukan wawancara dengan pengelola atau perajin tempe di Tenggilis Kauman, dan diperoleh skor kemampuan seperti yang dilakukan oleh Rota.

Tabel 1. KMCMM Levels in Activities

Activity	level	Score	Process
Financial Management activities	2	40	Defined
Information Technology activities	0	0	None
Tempe Production System Activity	4	80	Managed
Soft skill activities	1	10	Awareness
Tempe Marketing Management Activities	4	70	Managed
Knowledge Management Activities	1	10	Awareness
Decision-making system activities	2	40	Repeatable
Operational management activities	3	60	Defined
strategy management activities	2	40	Repeatable
Product development activities	2	40	Repeatable

Explanation:

Level	Score	Process	Description
0	0	None	The company has not yet carried out knowledge management activities
1	0-20	Awareness	the activity is running but not yet structured
2	20-40	Repeatable	there is a reference but there is no procedure for implementation
3	40-60	Defined	Some standards and directives refer to the implementation of activities
4	60-80	Managed	Activities are monitored and their achievements measured
5	80-100	Optimized	the company makes improvements by the objectives

Perhitungan Tingkat Kematangan

Framework Knowledge Management Capability Maturity Model (KMCMM), penamaan leveling mengadopsi Process Management Maturity Model (PM3). Level terendah adalah 0, kondisi Primeval, kondisi ketika organisasi memberikan dukungan yang sangat lemah untuk jenis pengetahuan yang penting bagi proses bisnis. Level awal 1, di kisaran 10% hingga 30%, diikuti oleh Level 2 pada Development, di kisaran 30% hingga 50%, diikuti Level 3 Kompetitif di kisaran 50% hingga 70%, disusul Level 4 Unggul dalam kisaran 70% hingga 90%, dan diakhiri dengan Level 5 hingga 100%. Dengan demikian, setiap jenis pengetahuan akan memiliki skor kematangan. Perhitungan maturitas skor melibatkan variabel antara lain: (1) skor kapabilitas untuk setiap aktivitas, dan (2) bobot dukungan aktivitas knowledge management terhadap jenis pengetahuan.

Persamaan dalam menghitung skor maturitas dengan:

$$MM = \sum SSSSnnii = 1 + BBJP + BDKJ$$

MR = nilai kematangan untuk ssetiap tipe pengetahuan

BJP = berat jenis pengetahuan

SC = skor kemampuan

BDKJ = bobot dukungan untuk kegiatan manajemen pengetahuan - jenis pengetahuan

Tabel 2. Hasil Tingkat Kematangan untuk KMCMM

Knowledge type	Capability Score	Weight type of knowledge	Activity weight - Type of Knowledge	Maturity	level
Financial Management	40	10	10	60	3 (Competitive)
Information Technology	0	5	5	10	1 (Initial)
Tempe Production System	70	15	15	100	
Soft skills	10	10	8	28	1 (Initial)
Management of Tempe Market	70	15	10	95	
Management Knowledge	10	5	5	20	1 (Initial)

Decision Analysis	40	5	6	51	3 (Competitive)
Operational management	40	5	6	71	3 (Competitive)
Strategy Management	40	10	10	60	3 (Competitive)
Management Performance and strategic	40	10	4	54	3 (Competitive)
Product Development	40	10	16	66	3 (Competitive)

Tabel 3. Faktor Orientasi Proses Bisnis di Daerah Kajian Kerajinan Tempe Kapung Tempe

Business Process Orientation Factor	Maturity Level
Strategic View	3(Competitive)
Process Definition and Documentation	0
Measurement and Management Process	1
Organizational Process Structure	1
Human Resource Management	2
Organizational Culture Process	1
Market Orientation	3 (Competitive)
Supplier's Outlook	2

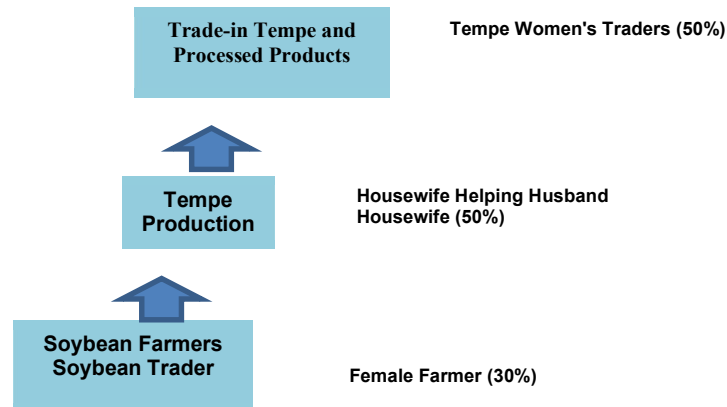
Tabel 4 Faktor Eksternal Daerah Penilaian Pengrajin Tempe di Kampung Tempe

External Factors	Maturity Level
Product Substitution	3 (Competitive)
The supplier	2
Customer	3(Competitive)
Competitors	3(Competitive)
Employee	2

Perspektif Gender

1. Pemetaan Rantai Nilai Sensitif Gender

Pemetaan Rantai Nilai Sensitivitas Gender (GSVCM) mengintegrasikan perempuan dalam rantai nilai suatu komoditas. GSVCM memberikan wawasan tentang posisi perempuan dan mengidentifikasi peluang bagi perempuan dalam rantai nilai.



Gambar 3. *Gender Sensitivity Value Chain Mapping*

KESIMPULAN

Hasil dari penelitian ini adalah Pemetaan Rantai Nilai Tempe untuk industri tempe rumahan di Tenggilis Kauman Surabaya. Peran ibu rumah tangga dalam rantai nilai industri tempe di Tenggilis Kauman hampir mencapai 50%. Untuk sistem produksi tempe dan manajemen pemasaran skala UKM seperti industri tempe di Kampung Tempe Tenggilis, tingkat kematangan yang diukur dengan menggunakan Framework Knowledge Management Capability Maturity Model (KMCMM), sudah mencapai tingkat optimal yaitu tingkat 5. Untuk pemasok eksternal tingkat kematangan masih rendah pada tingkat 2 atau masih dalam tahap pengembangan. Untuk orientasi pasar, pesaing dan pengembangan produk sudah berada pada tingkat kompetitif. Aliran pendapatan dari proses bisnis tempe di Kampung Tempe adalah penjualan tempe dan hasil olahannya, serta kunjungan wisatawan.

DAFTAR REFERENSI

- Asem-Bansah, C., Sakyi-Dawson, O., Ackah-Nyamike, E., Colecraft, E., & Marquis, G. (2012). Enhancing backyard poultry enterprise performance in the Techiman area: A value chain analysis. *African Journal of Food, Agriculture, Nutrition and Development*, 12(49), 5760–5775. doi:10.18697/ajfand.49.enam6
- Ardiana, Ardiana and , Ratnanto Fitriadi, ST., MT and , Siti Nandiroh, S.T., M.Eng. (2014) Innovation Business Canvas Model Pada Produk Dholpine Yang Ramah Lingkungan. Skripsi thesis, Universitas Muhammadiyah Surakarta.S
- Bask, A. H., Tinnilä, M., & Rajahonka, M. (2010). Matching service strategies, business models and Modular Business Processes. *Business Process Management Journal*, 16(1), 153–180. doi:10.1108/14637151011017994
- David, F. R. (2011). *Strategic management: Concepts and cases*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Dijk. (2012). *Global value chains: Linking local producers from developing countries to international markets*. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Hasan, N., Suryani, E., & Hendrawan, R. (2015). Analysis of soybean production and demand to develop strategic policy of Food Self Sufficiency: A system dynamics framework. *Procedia Computer Science*, 72, 605–612. doi:10.1016/j.procs.2015.12.169
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2012). *Business Model Generation: Membangun Model Bisnis*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- O'Brien, J. A., & Marakas, G. M. (2011). *Management Information Systems*. New York: McGraw-Hill/Irwin.
- Liebowitz, J. & Beckman, T. 2008. *Moving Toward A Knowledge Management Maturity Model (K3M) for Developing Knowledge Management Strategy and Implementation Plans*. In: BECERRAFERNANDEZ, I. & LEIDNER, D. (eds.) Knowledge management: an evolutionary view. M.E. Sharpe
- Rota. A. International Fund for Agricultural Development (2009): Livestock Thematic Papers, Value chains, linking producers to the markets
- Walters, D., & Lancaster, G. (2000). *Implementing Value Strategy Through The Value Chain*. Emerald.

