

Vol. 13 No. 1, Bulan Maret Tahun 2025

## Analisis Rantai Nilai (*Value Chain*) untuk Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Benih Padi Bersertifikat di PT Sang Hyang Seri Sukamandi, Subang

Linda Yuliani, Yeni Sari Wulandari, dan Indrajit Wicaksana

Universitas Singaperbangsa Karawang  
[lindayuliani29@gmail.com](mailto:lindayuliani29@gmail.com)

(Received: Jul-31- 2024; Accepted: Oct-15-2024; Published: Mar-30- 2025)

### ABSTRACT

*PT Sang Hyang Seri (SHS) Persero is a production business unit engaged in processing and packaging certified rice seeds for the agricultural industry spread across six provinces, namely West Java, Central Java, East Java, North Sumatra, Lampung and South Sulawesi. For West Java Province, it is located in Subang Regency with the largest production land at PT San Hyang Seri, namely 3,140 hectares. The availability and use of seeds from premium certified varieties that meet quality and quantity requirements, followed by the application of other agricultural technologies such as seeds, has an impact on productivity and output as well as the quality of plant products. Based on the above, the existence of a rice seed value chain at PT Sang Hyang Seri Sukamandi is deemed necessary because this company is based in the agricultural sector, producing and selling rice seeds. The aim of this research is to identify and analyze the certified rice seed value chain and analyze efforts to increase the competitive advantage of rice seeds at PT Sang Hyang Seri Sukamandi, Subang. The results of this research show that from the value chain analysis of main activities and supporting activities, PT Sang Hyang Seri Subang does not have a research and development section, so research to improve the quality of rice seeds is important and must wait for the results of research conducted at PT Shang Hyang Seri Subang which is located in Jakarta. Meanwhile, the PT Sang Hyang Seri Sukamandi certified rice variety system has a competitive advantage as shown by the PCR calculation results of 0.466126079.*

**Keywords:** *value chain, competitive advantage, certified rice seeds, PT Sang Hyang Seri*

### ABSTRAK

PT Sang Hyang Seri (SHS) Persero adalah unit usaha produksi yang bergerak dibidang pengolahan dan pengemasan benih padi bersertifikat untuk industri pertanian yang tersebar di enam Provinsi yaitu Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur, Sumatera Utara, Lampung, dan Sulawesi Selatan. Untuk Provinsi Jawa Barat terletak di Kabupaten Subang dengan lahan produksi terluas di PT San Hyang Seri, yaitu seluas 3.140 hektar. Ketersediaan dan penggunaan benih dari varietas bersertifikat premium yang memenuhi persyaratan kualitas dan kuantitas, diikuti dengan penerapan teknologi pertanian lainnya seperti benih, berdampak pada produktivitas dan keluaran serta kualitas produk tanaman. Berdasarkan hal tersebut di atas, maka keberadaan rantai nilai benih padi pada PT Sang Hyang Seri Sukamandi dipandang perlu karena perusahaan ini berbasis pada sektor pertanian, memproduksi dan menjual benih padi. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan menganalisis rantai nilai benih padi bersertifikat dan menganalisis upaya peningkatan keunggulan kompetitif benih padi di PT Sang Hyang Seri Sukamandi, Subang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dari analisis rantai nilai kegiatan utama dan kegiatan pendukung, PT Sang Hyang Seri Subang tidak memiliki bagian penelitian dan pengembangan, sehingga penelitian untuk meningkatkan kualitas benih padi menjadi penting harus menunggu hasilnya penelitian yang dilakukan di PT Shang Hyang Seri Subang yang berlokasi di Jakarta. Sedangkan sistem varietas padi bersertifikat PT Sang Hyang Seri Sukamandi memiliki keunggulan kompetitif yang ditunjukkan dari hasil perhitungan PCR sebesar 0,466126079.

**Kata kunci :** *value chain, keunggulan kompetitif, benih padi bersertifikat, PT Sang Hyang Seri*



## PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu negara agraris negara yang memiliki potensi wilayah yang begitu beragam. Salah satu potensi wilayah di Indonesia yaitu sektor pertanian. Di samping itu, Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki jumlah penduduk yang terbilang tinggi dengan jumlah 278,696 juta jiwa (Badan Pusat Statistik, 2023) . Semakin bertambahnya jumlah penduduk maka kebutuhan pokok atau pangan akan semakin meningkat sehingga pertanian mempunyai peranan yang sangat penting pada pemenuhan kebutuhan pangan.

Sektor pertanian memiliki sub sektor yaitu tanaman pangan yang menjadi andalan pemerintah untuk memenuhi kebutuhan masyarakat Indonesia. Sektor pertanian berkontribusi sebagai penghasil komoditas ekspor sehingga memiliki peran penting dalam penyerapan tenaga kerja dan penyediaan kebutuhan pangan bagi masyarakat Indonesia. Hal tersebut menunjukkan bahwa sektor pertanian menempati posisi yang strategis sebagai sektor yang dapat menjadi penggerak.

## METODE

Jenis penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah salah satu desain penelitian yang banyak diterapkan di berbagai bidang penelitian, khususnya untuk eksplorasi pengalaman dari subjek penelitian atau seorang informan.

Penelitian ini dilakukan di PT Sang Hyang Seri yang berlokasi di Sukamandi, Kabupaten Subang. Penentuan perusahaan dilakukan secara sengaja (*purposive*), dengan pertimbangan bahwa perusahaan tersebut merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang perbenihan Indonesia. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juni – Juli 2024

Penelitian ini menggunakan dua jenis data yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan sumber data penelitian yang

diperoleh secara langsung dari sumber aslinya berupa wawancara, kuisioner, serta dokumentasi (Sugiyono, 2016)

Jenis penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah salah satu desain penelitian yang banyak diterapkan di berbagai bidang penelitian, khususnya untuk eksplorasi pengalaman dari subjek penelitian atau seorang informan.

Analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah rantai nilai (Kaplinsky & Morris, 2000) Menjelaskan tahapan-tahapan yang dapat digunakan dalam melakukan analisis rantai nilai, yaitu:

- Identifikasi pelaku sebagai titik awal analisis rantai nilai (*The point of entry for value chain analysis*)
- Pemetaan rantai nilai (*Value Chain Mapping*)
- Penentu segmen produk dan faktor kunci keberhasilan pasar akhir (*Product segment and critical succes factor's in final markets*).
- Bagaimana produsen mengakses pasar akhir (*How producers acces final markets*)
- Membandingkan efisiensi produksi dengan kompetitor atau bisnis yang sejenis (*Benchmarking production effeciency*)
- Tata Kelola rantai nilai (*Governance of value chain*)
- Perbaikan rantai nilai (*Upgrading in value chains*)

Keunggulan kompetitif diukur dengan menggunakan analisis *private cost rasio* (PCR). Langkah-langkah menganalisis keunggulan kompetitif adalah sebagai berikut:

- Alokasi biaya dalam dan luar negeri  
Input yang digunakan dalam proses produksi dapat dibedakan menjadi input tradable dan input non-tradable komersial. Kedua komponen ini merupakan bagian dari pendekatan yang digunakan untuk mengalokasikan biaya antara komponen dalam dan luar negeri. Biaya input yang dapat diperdagangkan (input komersial)



adalah benih padi bersertifikat, sedangkan biaya input swasta yang tidak dapat diperdagangkan adalah bahan organik dan obat-obatan serta peralatan yang digunakan serta penggunaan tenaga kerja dan modal kerja.

2. Private Cost Ratio (PCR)  
Efektivitas komersial suatu produk dapat dinilai dari keunggulan kompetitifnya. Keunggulan kompetitif dapat dilihat dari nilai private cost ratio.
3. Rasio biaya swasta adalah rasio biaya masukan swasta dalam negeri terhadap selisih antara pendapatan dan biaya masukan swasta yang dapat diperdagangkan. Rasio biaya spesifik merupakan indikator kemampuan sistem usahatani untuk membayar biaya domestik dan tetap kompetitif. Suatu kegiatan usahatani dikatakan bersifat kompetitif jika nilai  $PCR < 1$  pada kondisi terdapat intervensi pemerintah. Artinya untuk menghasilkan nilai tambah pada harga privat diperlukan tambahan satu-satuan biaya domestik yang lebih kecil.

Rumus untuk menghitung besarnya nilai PCR adalah sebagai berikut :

$$PCR = \frac{\text{Biaya input non tradable privat (Rp)}}{\text{Penerimaan privat (Rp)} - \text{Biaya input tradable privat (Rp)}}$$

Biaya input tradable (barang-barang input yang diperdagangkan) yaitu benih padi bersertifikat, Sedangkan biaya input non tradable privat yaitu bahan organik dan obat-obatan, peralatan yang digunakan, serta penggunaan tenaga kerja dan modal kerja.

Kriteria untuk menilai keunggulan kompetitif dapat dilihat dari nilai PCR sebagai berikut :

- a.  $PCR < 1$ , bahwa benih padi bersertifikat di PT Sang Hyang Seri Sukamandi, Subang mempunyai keunggulan kompetitif dan efisien secara finansial.
- b.  $PCR > 1$ , bahwa benih padi bersertifikat di PT Sang Hyang Seri Sukamandi, Subang tidak memiliki keunggulan kompetitif dan tidak efisien secara finansial.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### *Entry Point Value Chain*

Tahap *entry point* berisi identifikasi yang dilakukan pada setiap pelaku atau lembaga utama yang terlibat dalam kegiatan bisnis komoditas benih padi bersertifikat PT Sang Hyang Seri Sukamandi di Kabupaten Subang. Titik masuk dalam analisis rantai nilai komoditas benih padi bersertifikat dimulai dari kegiatan pengadaan benih padi bersertifikat yang dilakukan oleh PT Sang Hyang Seri Sukamandi yang kemudian dilanjutkan aktivitas produksi yang dilakukan oleh mitra tani dibawah naungan PT Sang Hyang Seri

### *Mapping of Value Chain*

Pemetaan *value chain* yang terjadi pada PT Sang Hyang Seri, aliran fisik input dan produk hingga pemasaran dimulai dari PT Sang Hyang Seri yang bertindak sebagai produsen benih padi bersertifikat memproduksi benih padi tersebut di pabrik. Kemudian benih padi tersebut di distribusikan kepada mitra tani (petani lokal yang bekerja sama dengan PT sang Hyang Seri) untuk di proses di lahan sawah milik PT Sang Hyang Seri.. Selain itu PT Sang Hyang Seri juga mendistribusikan benihpadi bersertifikat kepada Kios Tani (*supplier* resmi PT Sang Hyang Seri) untuk nantinya di jual langsung ke konsumen akhir.

### **Segmen Produk dan Faktor Kunci Keberhasilan**

Berdasarkan hasil penelitian, semua pelaku rantai nilai benih padi bersertifikat di Kabupaten Subang sepakat bahwa kualitas benih padi bersertifikat yang diproduksi PT Sang Hyang Seri merupakan kunci sukses dalam keberhasilan bisnis benih padi bersertifikat. Untuk mendapatkan kualitas benih padi yang baik diperlukan keuletan dan ketelitian dalam proses produksi benih padi, seperti proses pengeringan gabah dan rekayasa genetik benih padi.

### Metode Produsen Mengakses Pasar

PT Sang Hyang Seri menerapkan strategi pemasaran sebagai berikut :

#### a. Strategi Penjualan

Strategi penjualan pada komoditas benih padi bersertifikat yang di produksi PT Sang Hyang Seri memusatkan pada mutu produk yang dijual. PT Sang Hyang Seri sangat memperhatikan kualitas produk sehingga pelanggan yang nantinya akan membeli benih padi bersertifikat tersebut mendapatkan produk yang berkualitas. Strategi lainnya adalah pada distribusi produk kepada Kios Tani sebagai *seller* langsung ditingkat konsumen (petani), kepuasan Kios Tani dalam bertransaksi di PT Sang Hyang Seri sangat diutamakan sehingga PT Sang Hyang Seri akan mendapatkan umpan balik yang baik serta mendapatkan citra yang baik bagi pelanggan untuk harga pokok penjualan (HPP) pada benih padi yaitu senilai Rp. 11.100/Kg

#### b. Strategi Promosi

PT Sang Hyang Seri melakukan promosi melalui pemasaran digital, dengan memanfaatkan media sosial seperti *Website*, *Instagram* dan media lainnya. Hal tersebut memudahkan PT Sang Hyang Seri dalam mempromosikan benih padi bersertifikat yang diproduksinya.

#### c. Strategi Penetapan Harga

Harga merupakan variabel yang dapat dikendalikan dan yang menentukan diterima atau tidaknya suatu produk oleh konsumen. Harga tergantung pada kebijakan perusahaan dan kualitas produk yang dijual. PT Sang Hyang Seri menetapkan harga sesuai dengan kualitas produk tersebut untuk penetapan harga jual benih padi senilai Rp 12.300/Kg.

### Benchmarking dengan Kompetitor

*Benchmarking value chain* benih padi bersertifikat di Kecamatan subang dapat dilihat pada tabel 1. Tabel 1 menunjukkan PT Sang Hyang Seri Subang memiliki keunggulan lebih baik dari kompetitor lainnya seperti pada sekitar 12.000 ton dalam satu tahun produksi, jumlah ini jauh lebih besar dibanding produksi yang lakukan oleh CV Fiona Benih Mandiri yaitu sebesar 2.614 ton dan 2.000 ton untuk CV Mandiri Selain itu PT Sang Hyang Seri memasarkan produknya menggunakan Kios Tani sehingga cakupan pemasarannya lebih luas karena jumlah Kios Tani yang bekerja sama dengan PT Sang Hyang Seri lebih banyak dari kompetitor lain

Tabel 1. *Benchmarking* Dengan Kompetitor

| No | Aktifitas       | PT Sang Hyang Seri            | CV Fiona Benih Mandiri | CV Warga Mandiri |
|----|-----------------|-------------------------------|------------------------|------------------|
| 1  | Jumlah Produksi | 12.000 ton                    | 2.614 ton              | 2.000 ton        |
| 2  | Luas Pemasaran  | Retailer Kios Tani Kab Subang | Kab Subang             | Kab Subang       |
| 3  | Kualitas Benih  | Sertifikasi ISO               | Sertifikasi BPSB       | Belum ada        |
| 4  | Harga Jual      | Rp. 12.300,00                 | Rp. 11.000,00          | Rp. 11.500,00    |

| No | Jenis Biaya          | Analisis Finansial |                    | Jumlah ( Rp)    |
|----|----------------------|--------------------|--------------------|-----------------|
|    |                      | Tradeable (Rp)     | Non Tradeable (Rp) |                 |
| 1  | Penyusutan Peralatan |                    |                    |                 |
|    | Pick Up              | 8,775,000          |                    | 8,775,000       |
|    | Mobil Box            | 24,150,000         |                    | 24,150,000      |
|    | Truk                 | 2,880,000          |                    | 2,880,000       |
|    | Forklift             | 31,500,000         |                    | 31,500,000      |
|    | Box Dryer            | 12,318,000         |                    | 12,318,000      |
|    | Bak Sampah           | 45,000             |                    | 45,000          |
|    | Timbangan            | 850,000            |                    | 850,000         |
|    | Alat Tes Kadar Air   | 310,000            |                    | 310,000         |
|    | Cleaner              | 2,220,000          |                    | 2,220,000       |
| 2  | Sarana Prasarana     |                    |                    |                 |
|    | Solar                | 225,000,000        |                    | 225,000,000     |
|    | Olie Mesin           | 4,880,000          |                    | 4,880,000       |
|    | Gas                  | 3,168,000          |                    | 3,168,000       |
|    | Air                  |                    | 11,600,000         | 11,600,000      |
|    | Kayu Bakar           |                    | 25,200,000         | 25,200,000      |
|    | Makan                |                    | 432,000,000        | 432,000,000     |
|    | Oli Jense            | 3,520,000          |                    | 3,520,000       |
|    | Bensin Generator     | 170,400,000        |                    | 170,400,000     |
| 3  | Benih Padi Dasar     |                    | 66,000,000,000     | 66,000,000,000  |
| 4  | Tenaga Kerja         |                    | 2,016,000,000      | 2,016,000,000   |
| 5  | Biaya Transportasi   |                    | 55,000,000         | 55,000,000      |
| 6  | Biaya Penanganan     |                    | 32,000,000         | 32,000,000      |
|    | Total Biaya          | 490,016,000        | 68,571,800,000     | 69,061,816,000  |
|    | Penerimaan           |                    |                    | 147,600,000,000 |
|    | Pendapatan           |                    |                    | 78,538,184,000  |

Keterangan : Dalam rupiah. Biaya di hitung per 3 bulan (satu masa produksi)

$$PCR = \frac{\text{Biaya faktor domestik aktual}}{\text{penerimaan aktual} - \text{biaya input tradeable aktual}}$$

$$= \frac{69,061,816,000}{147,600,000,000 - 490,016,000}$$

$$= 0,466126079$$



### Analisis Metode *Private Cost Ratio*

*Private cost ratio* (PCR) adalah indikator profitabilitas privat yang menunjukkan kemampuan sistem komoditas untuk membayar biaya sumberdaya domestik dan tetap kompetitif. Jika  $PCR < 1$ , berarti sistem komoditi yang diteliti memiliki keunggulan kompetitif dan jika  $PCR > 1$ , berarti sistem komoditi tidak memiliki keunggulan kompetitif. Berikut ini merupakan perhitungan PCR dari PT Sang Hyang Seri Subang.

Dari hasil diatas dapat dilihat bahwa nilai PCR dari PT Sang Hyang Seri Subang sebesar 0,466126079 yang artinya nilai PCR tersebut dibawah 1. Hal ini menunjukkan jika sistem komoditi benih padi bersertifikat di PT Sang Hyang Seri memiliki keunggulan kompetitif.

### Strategi Perbaikan *Value Chain*

Berdasarkan hasil penelitian melalui analisis *value chain* Porter yang telah dibahas sebelumnya, diketahui bahwa PT Sang Hyang Seri Subang belum memiliki divisi *Reasearch and Development* sehingga penelitian tentang peningkatan kualitas benih padi bersertifikat harus menunggu hasil penelitian yang dilakukan di PT Shang Hyang Seri pusat yang berada di Jakarta.

Rekomendasi perbaikan yang diberikan peneliti adalah membentuk divisi *Reasearch and Development* di PT Sang Hyang Seri Subang sehingga perusahaan dapat melakukan penelitian untuk mengembangkan produk yang dihasilkan yang nantinya dapat semakin meningkatkan kualitas benih padi bersertifikat yang diproduksi.

Selain hal tersebut, dengan adanya divisi *Reasearch and Development* dapat membantu memperlancar PT Sang Hyang Seri Subang dalam proses pengajuan hak paten atas benih bersertifikat, menghasilkan produk yang original, menghemat pengeluaran perusahaan, meningkatkan reputasi perusahaan serta meningkatkan penjualan produk.

### KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan di PT Sang Hang Seri Sukamandi, maka peneliti dapat memberikan beberapa kesimpulan antara lain sebagai berikut: 1). Aktivitas yang terjadi pada rantai nilai komoditas benih padi bersertifikat di PT Sang Hyang Seri Sukamandi, meliputi aktivitas produksi benih padi bersertifikat oleh PT Sang Hyang Seri Sukamandi aktivitas pengolahan benih menjadi padi oleh Mitra Tani, dan aktivitas pemasaran benih padi yang dilakukan oleh Kios Tani. Selain itu PT Sang Hyang Seri Sukamandi sebagai pelaku bisnis ritel juga melakukan beberapa aktivitas primer dan aktivitas pendukung dalam rantai nilai. Dari analisis rantai nilai terhadap kegiatan primer dan pendukung diketahui bahwa PT Sang Hyang Seri Sukamandi belum memiliki divisi *Reasearch and Development* sehingga penelitian tentang peningkatan kualitas benih padi bersertifikat harus menunggu hasil penelitian yang dilakukan di PT Sang Hyang Seri pusat yang berada di Jakarta; 2). Dari hasil penelitian yang dilakukan, diketahui bahwa sistem komoditi benih padi bersertifikat di PT Sang Hyang Seri Sukamandi memiliki keunggulan kompetitif, hal ini dapat dilihat dari hasil perhitungan metoder PCR sebesar 0,466126079. Selain itu dari hasil *benchmarking* dengan kompetitor menunjukkan PT Sang Hyang Seri Subang memiliki keunggulan lebih baik dari kompetitor lainnnya seperti pada jumlah produksi dan luas pemasarannya. PT Sang Hyang Seri memproduksi benih sekitar 12.000 ton dalam satu tahun produksi, jumlah ini jauh lebih besar dibanding produksi yang dilakukan oleh CV Fiona Benih Mandiri yaitu sebesar 2.614 ton dan 2.000 ton untuk CV Warga Mandiri. PT Sang Hyang Seri memasarkan produknya menggunakan Kios Tani sehingga cakupan pemasarannya lebih luas karena jumlah Kios Tani yang bekerja sama dengan PT Sang Hyang Seri lebih banyak dibanding kompetitor lain.

## SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti memberikan beberapa saran antara lain: 1). Sebaiknya PT Sang Hyang Seri Sukamandi membentuk badan penelitian dan pengembangan untuk dapat melanjutkan penelitian guna meningkatkan benih padi bersertifikat mutu tinggi. Hal ini dilakukan untuk menjamin mutu benih padi bersertifikat yang dihasilkan. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan keunggulan bersaing karena benih padi yang berkualitas baik akan meningkatkan kepuasan konsumen dan menjaga tingkat penjualan; 2). Kekuatan dan peluang terbesar yang dimiliki PT Sang Hyang Seri Subang harus dijaga dan ditingkatkan dengan menjaga hubungan baik dengan masing-masing mitra pertanian dan masing-masing kios pertanian. Beberapa upaya yang perlu ditingkatkan adalah memperkuat komunikasi dua arah antara Mitra Tani dengan masing-masing Kios Tani agar segala kendala operasional dan manajemen PT Sang Hyang Seri Sukamandi dapat diselesaikan bersama-sama sehingga memperkuat citra PT Sang Hyang Seri Sukamandi.

## REFERENCES

- Abidin, H., Mukhlis, I., & Zagladi, A. N. 2023. Multi-method Approach for Qualitative Research: Literature Review with NVivo 12 PPro Mapping. *Kalam Cendekia: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 11(3). <https://doi.org/10.20961/jkc.v11i3.80748>
- Amatilah, S. A., Aprilia, R. M., & Sartika, S. H. 2022. Analisis Rantai Nilai Pada Ekonomi Kreatif Kerajinan Kriya Di Rajapolah (Studi Kasus Anugrah Gallery). *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, 6(2), 232–246. <https://doi.org/10.29408/jpek.v6i2.5690>
- Andriani. 2023. Strategi Wisata Edukasi Kampung Lele Dalam Persaingan Industri Wisata Halal Kediri (Tinjauan Porter Five Force dan Pondasi Rancang Bangun Ekonomi Islam). *Al-Muraqabah: Journal of Management and Sharia Business*, 3(1), 83–106. <https://doi.org/10.30762/almuraqabah.v3i1.331>
- Andriyani, D. 2017. Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada J-VA Coffe. Skripsi Thesis, Universitas Mercu Buana Yogyakarta.
- Aprizal. 2018. Orientasi Pasar Dan Keunggulan Bersaing Studi Kasus Penjualan Komputer (Makassar: Celebes Media Perkasa, 2018). 48.
- Damayanti, N. A., Probowulan, D., & Nastiti, A. S. 2021. Analisis Rantai Nilai Sebagai Upaya Untuk Meningkatkan Keunggulan Kompetitif (Studi Kasus Pada UD. Ijen Batik Bondowoso). *Jurnal Akuntansi Terapan Dan Bisnis*, 1(1), 12–24. <https://doi.org/10.25047/asersi.v1i1.2687>
- Darmanto et al. 2015. Bauran Orientasi Strategi Dan Kinerja Organisasi Penerapan Variabel Anteseden, Moderasi Dan Mediasi Dalam Penelitian Ilmiah. 61.
- Enrekang, D. I. K. 2023. Skripsi analisis rantai nilai ( value chain analysis ) dan strategi pemasaran komoditas kopi arabika di kabupaten enrekang.
- Gusti Randy Pratama, M. S. 2022. Analisis Rantai Nilai Kopi Ponorogo. *Jurnal Agroindustri Pangan*, 1. No.1, N, 18–31.
- Haryono, C. . 2020. Ragam Metode Penelitian Kualitatif Komunikasi. Jawa Barat: CV Jejak (Jejak Publisher).
- Hasdiana, U. 2018. Analisis Rantai Nilai Pada PT Rolas Nusantara Mandiri. *Analytical Biochemistry*, 11(1), 1–5. <http://link.springer.com/10.1007/978-3-319-59379-1%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/B978-0-12-420070-8.00002-7%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.ab.2015.03.024%0Ahttps://doi.org/10.1080/07352689.2018.1441103%0Ahttp://www.chile.bmw-motorrad.cl/sync/showroom/lam/es/>
- Jonatan, M., & Ogie, T. B. 2020. Pengendalian Penyakit Menggunakan Biopestisida pada Tanaman Padi (*Oryza Sativa* L.). *Jurnal Agroteknologi Terapan*, 1(1), 11–13. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php>

- Kaplinsky, R., & Morris, M. 2000. A Handbook For Value Chain An Important Health Warning or A Guide for Using this Handbook. Institute for Development Studies: Brighton, UK, September, 4–7.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2007. BAB II Landasan Teori 2.1 Pemasaran.
- Kunani, & M. Dzikron. 2022. Strategi Usaha untuk Meningkatkan Nilai Tambah pada Usaha Penggilingan Padi dengan Menggunakan Analisis Rantai Nilai (Value Chain). Bandung Conference Series: Industrial Engineering Science, 2(2), 352–360.  
<https://doi.org/10.29313/bcsies.v2i2.4565>
- Mardawani. 2020. Praktis Penelitian Kualitatif Teori Dasar dan Analisis Data dalam Perspektif Kualitatif. Yogyakarta.
- Marisa, J., Syahni, R., Hadiguna, R. A., & Novialdi. 2017. Analisis Strategi Rantai Nilai (Value Chain) Untuk Keunggulan Kompetitif Melalui Pendekatan Manajemen Biaya Pada Industri Pengolahan Ikan. Journal of Animal Science and Agronomy Panca Budi, 2(02), 1–11.  
<http://jurnal.pancabudi.ac.id/index.php/jasapadi/article/view/97>
- Miranda, A. 2022. Strategi Supply Chain Management Pada Pt. Mercedes-Benz Distribution Indonesia. Ekobisman: Jurnal Ekonomi ..., 6(3).  
<https://journal.univpancasila.ac.id/index.php/ekobisman/article/view/3432>