

## **ABSTRAK**

PT Indoroti Prima Cemerlang cabang Jember merupakan perusahaan yang memproduksi berbagai macam roti. Tingginya persaingan pada produk roti membuat perusahaan harus meningkatkan keunggulan kompetitif perusahaannya agar mampu bertahan pada pasar persaingan yang ada. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis rantai nilai produk roti pada PT Indoroti Prima Cemerlang cabang Jember yang menggambarkan cara untuk memandang suatu perusahaan sebagai rantai aktivitas yang mengubah input menjadi output yang bernilai bagi pelanggan.

Hasil penelitian menunjukkan rantai nilai pada PT Indoroti Prima Cemerlang terdiri dari 3 segmen yaitu segmen upstream yang meliputi supplier bahan baku utama dan penunjang, segmen midstream yang terdapat proses-proses penambahan nilai, dan yang terakhir yaitu segmen downstream yang merupakan keseluruhan kegiatan yang melibatkan pengiriman produk kepada konsumen akhir. Pelaku utama dalam rantai nilai ini terdiri dari Supplier, Perusahaan, Wholesaller, Retailer. Pada analisis nilai tambah yang dilakukan pada proses produksi roti tawar perusahaan menunjukkan nilai tambah yang didapat yaitu sebesar 2.771,3, oleh sebab itu maka perusahaan dapat menurunkan lagi harga produk rotinya agar dapat memberikan nilai tambah bagi konsumen.

Kata Kunci : Analisis Rantai Nilai, Keunggulan Kompetitif

## **ABSTRACT**

*PT Indoroti Prima Cemerlang, Jember branch is a company that produces various kinds of bread. The high competition in bakery products makes the company must increase its competitive advantage in order to be able to survive in the existing competitive market. This study aims to analyze the value chain of bakery products at PT Indoroti Prima Cermerlang, Jember branch, which describes a way to view a company as a chain of activities that converts inputs into outputs that are valuable to customers.*

*The results showed the value chain at PT Indoroti Prima Cemerlang consists of 3 segments, namely the upstream segment which includes suppliers of main and supporting raw materials, the midstream segment that includes value added processes, and finally the downstream segment which is the whole activity involving product shipments to the end consumer. The main players in this value chain consist of Suppliers, Companies, Wholesalers, Retailers. In the analysis of the value added to the company's white bread production process shows that the added value obtained is 2,771.3, therefore the company can reduce the price of its bread products again in order to provide added value to consumers.*

*Keywords : Value Chain Analysis, Competitive Advantage*