

ABSTRAK

UD. Ijen Batik Bondowoso merupakan perusahaan yang bergerak di bidang produksi batik untuk wilayah Bondowoso dan sekitarnya bahkan sampai ke luar Jawa dan luar negeri. Tingginya persaingan batik di Indonesia membuat perusahaan harus meningkatkan keunggulan kompetitif Untuk meningkatkan keunggulan yang kompetitif UD. Ijen Batik perlu melakukan strategi. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis rantai nilai produk batik tulis yang ada di UD. Ijen Batik Bondowoso. Analisis rantai nilai salah satu cara pandang suatu perusahaan sebagai rantai aktivitas yang mengubah input menjadi output yang bernilai bagi pelanggan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan metode studi kasus. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan sekunder dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaku rantai nilai terdiri dari supplier, perusahaan, wholeseller dan retail. Pada analisis nilai tambah yang dilakukan pada saat produksi batik tulis menunjukkan nilai tambah sebesar 213.000,00 atau 81,3 %/per unit. Hal ini dikarenakan hasil nilai tambah yang tertinggi diperoleh dari aktivitas penjualan dan pemasaran.

Kata Kunci : Analisis Rantai Nilai, Keunggulan Kompetitif

ABSTRACT

UD. Ijen Batik Bondowoso is a company engaged in the production of batik for the Bondowoso region and its surroundings, even outside Java and abroad. The high competition of Indonesian batik makes the company have to increase its competitive advantage. To increase the competitive advantage of UD. Ijen Batik needs to do a strategy. The purpose of this study was to analyze the value chain of written batik products at UD. Ijen Batik Bondowoso. Value chain analysis is one way of looking at a company as a chain of activities that converts inputs into outputs that are valuable to customers. This study uses a qualitative method with a case study method. The types of data used are primary and secondary data with data collection techniques through observation, interviews and documentation.

The results showed that the value chain actors consisted of suppliers, companies, wholesalers and retail. The value added analysis carried out during the production of written batik shows an added value of 213,000.00 or 81.3% / per unit. This is because the results of the highest added value are obtained from sales and marketing activities.

Keywords : Value Chain Analysis, Competitive Anvantage