

ABSTRAK

Eko Prasetyo, NIM (211298). Mengadakan penelitian tentang “Analisis Rantai Nilai (*Value Chain*) sebagai Upaya untuk Meningkatkan Daya Saing Perusahaan (Studi pada Perusahaan Kecap KAJ Kudus)”.

Dalam penelitian ini ada dua permasalahan yang dikaji, yakni tentang bagaimana analisis rantai nilai (*value chain*) pada aktivitas pendukung (sekunder) dan analisis rantai nilai (*value chain*) aktivitas utama (primer) dalam upaya untuk meningkatkan daya saing perusahaan kecap KAJ Kudus.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis rantai nilai (*value chain*) pada aktivitas pendukung (sekunder) dan rantai nilai (*value chain*) pada aktivitas utama (primer) dalam upaya untuk meningkatkan daya saing perusahaan kecap KAJ Kudus.

Untuk mengidentifikasi kedua permasalahan tersebut secara mendalam dan menyeluruh, penelitian ini bersifat kualitatif deskriptif yang dilakukan dengan menggunakan metode interview, observasi, dan dokumentasi. Adapun wawancara yang dilakukan peneliti pada penelitian ini adalah mewawancarai langsung kepada pemilik perusahaan kecap KAJ Kudus. Analisa data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.

Dari pembahasan dan pemaparan analisis dalam bab sebelumnya, hasil penelitian ditemukan bahwa analisis rantai nilai (*value chain*) sebagai upaya untuk meningkatkan daya saing perusahaan kecap KAJ Kudus menyatakan bahwa rantai nilai (*value chain*) pada aktivitas pendukung (sekunder) yang meliputi infrastruktur perusahaan, manajemen sumber daya manusia (MSDM), pengembangan teknologi, pengadaan barang dan aktivitas utama (primer) yang meliputi penyimpanan (*inbound logistics*), operasi (produksi), distribusi ke konsumen (*outbound logistics*), pemasaran dan penjualan, pelayanan (*service*) sejauh ini semuanya berjalan dengan baik dan mampu memberikan dampak positif terhadap peningkatan daya saing perusahaan. Daya saing merupakan fungsi operasi yang tidak hanya saja berorientasi ke dalam (internal) tetapi juga keluar (eksternal), yakni merespon pasar sasaran dengan proaktif. Daya saing perusahaan ditentukan dari daya saing produk tersebut. Daya saing produk perusahaan kecap KAJ dapat dilihat dari dimensi daya saing dari operasi produk kecap tersebut. Dimensi daya saing ini meliputi beberapa aspek yaitu biaya (*cost*), kualitas (*quality*), waktu penyampaian (*delivery*), dan fleksibilitas (*flexibility*) yang sampai saat ini terus berjalan sebagaimana mestinya.

Kata Kunci: Rantai Nilai (*Value Chain*) dan Daya Saing