

ABSTRAK

PT. X adalah perusahaan yang bergerak pada industri tas tangan wanita. Maraknya industri serupa yang memproduksi tas sejenis membuat PT. X harus memiliki keunggulan kompetitif dalam persaingan. Analisis *value chain* adalah salah satu alat yang digunakan untuk menciptakan keunggulan kompetitif bagi PT. X. Melalui penelitian ini berusaha untuk menjawab bagaimana penerapan analisis *value chain* untuk membangun suatu *product value* pada PT. X.

Penelitian yang dilakukan adalah tipe penelitian lapangan dengan mengambil data langsung dari perusahaan yang diteliti. Penelitian dilakukan selama bulan Januari 2010 dengan mengambil objek laporan keuangan dari PT. X selama tahun 2009. Analisis *value chain* dilakukan dengan cara mengidentifikasi aktivitas – aktivitas perusahaan yang bersifat *value added* dan *non value added*. Setiap aktivitas yang bersifat *non value added* akan dilakukan *cost reduction* ataupun *cost elimination* jika memungkinkan. Analisa dilakukan secara menyeluruh pada setiap aktivitas perusahaan yang termasuk pada *primary activities* dan *support activities*.

Dari seluruh analisa yang dilakukan secara menyeluruh terhadap setiap aktivitas maka dapat diketahui bahwa hanya aktivitas *operations* saja yang memiliki nilai tambah bagi perusahaan, sedangkan bagi aktivitas – aktivitas lainnya tidak menghasilkan nilai tambah bagi perusahaan. Melalui analisis *value chain* biaya *primary activities* perusahaan dapat dikurangi sampai dengan 4,60%. Sedangkan biaya *support activities* perusahaan dapat dikurangi sampai dengan 14,18%. Hasil akhir dari analisis *value chain* yang dilakukan adalah biaya dapat dikurangi sampai dengan 5,77% jika dibandingkan dengan sebelum dilakukan analisis *value chain*, sehingga membentuk meningkatnya *product value* dalam bentuk keunggulan biaya.

Kata Kunci : *Value Chain, Primary Activities, Support Activities, Product Value*