

ANALISIS RANTAI NILAI (*VALUE CHAIN*) DI NIMCO CLOTHING COMPANY

Puji Rahayu¹ Ibnu Wakhid Fakhruddin Aziz², Agung Putra Pamungkas²

INTISARI

Industri distro dan *clothing company* di Yogyakarta semakin meningkat dari tahun ke tahun. Hal tersebut akan meningkatkan daya saing di industri pakaian. Peningkatan daya saing antarperusahaan pakaian harus dihadapi dengan persiapan yang matang dari setiap perusahaan. Untuk mempersiapkan persaingan tersebut, Nimco sebagai salah satu pelaku harus mampu bertahan di tengah persaingan yang terjadi. Salah satu cara untuk menghadapi persaingan yang terjadi adalah dengan melakukan analisis rantai nilai terhadap perusahaan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menggambarkan bagaimana rantai nilai (*value chain*) di dalam bisnis *clothing company* yang ada di Nimco. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisa aktivitas-aktivitas mana saja yang perlu diperhatikan untuk mempertahankan keunggulan dan memahami kelemahan dari aktivitas rantai nilai yang ada di Nimco *clothing company*. Berdasarkan tujuan dari penelitian, digunakan metode penelitian secara diskriptif kualitatif untuk mengumpulkan dan menganalisa data. Untuk melakukan analisa rantai nilai di Nimco *clothing company* digunakan pendekatan analisis rantai nilai Porter. Metode yang digunakan adalah dengan melakukan wawancara terhadap informan yang merupakan pelaku-pelaku dalam mengatur dan menjalankan rantai nilai, melakukan observasi terhadap kegiatan rantai nilai yang ada dan melakukan studi terhadap dokumen yang dimiliki oleh Nimco.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, aktivitas rantai nilai dapat digambarkan melalui analisa rantai nilai Porter. Aktivitas yang perlu diperhatikan adalah analisa pasar, pembuatan desain, perencanaan order, kontrol terhadap kualitas, dan ketepatan transfer dan pengiriman barang. Kelebihan terletak pada konsep desain pop art, sumberdaya manusia, pasar tujuan, komunikasi, kekuatan tawar dan control kualitas. Kelemahannya terletak pada pengawasan dan pencatatan, *branding* jangka panjang dan ketepatan waktu transfer dan pembayaran. Produk yang memiliki margin tertinggi adalah tas 43,89% , atasan 39,01% dan bawahan 38,76%. Rata-rata ROA, GPM dan NPM berturut-turut adalah 2,54%, 45,44%, dan 25,3%. Strategi yang harus dikembangkan oleh perusahaan adalah pertumbuhan dengan konsentrasi melalui integrasi horizontal.

Kata Kunci : Analisis Rantai Nilai, *Clothing Company*, Industri Pakaian, *Fashion*, Profit Margin, Strategi, *Value Chain*.

¹Mahasiswa Departemen Teknologi Industri Pertanian, FTP UGM

²Staff Pengajar Departemen Teknologi Industri Pertanian, FTP UGM

ANALISIS RANTAI NILAI (*VALUE CHAIN*) DI NIMCO CLOTHING COMPANY

Puji Rahayu¹ Ibnu Wakhid Fakhruddin Aziz², Agung Putra Pamungkas²

ABSTRACT

The number of in Yogyakarta was increasing year by year. This would enhance the competitiveness in the clothing industry. Increased competitiveness among clothing industry had to be faced with a good preparation. To face that competition, Nimco, as one of clothing industry should be able to survive in the middle of the competition. Another method that can be used to face the competition that occurs is value chain analysis in company.

The purpose of this research is to describe a value chain in Nimco . The other purpose of this research is to analyze which activities that should be considered to keep the advantage and to explain the weakness of value chain activities in Nimco . Based on the purpose of this research, descriptive qualitative method is used to collect and analyze data. To do value chain analysis in Nimco , value chain analysis approach from Porter is used. The method used are interview with the informant that organize and do the the value chain activities, observe the value chain activities, and do documents study with the databased Nimco.

Based on result of this research, value chain activities can be drawn in value chain analysis by Porter. Activities must be focus on market analysis, product design, production planning, quality control and accuracy in transfer and shipping. Strength of Nimco's value chain are in pop art design, human resource, market aim, communication, bargaining power and quality control. Weakness of Nimco's value are checking and entry, branding, and accuracy of time in transfer and payment. Products that have the highest margins are bags 43,89%, top 39,01% and pants 38,76%. Average of ROA, GPM and NPM are 2,54%, 45,44%, dan 25,3%. The strategy should be developed by company is growth with concern at horizontal integration.

Keywords : *Value Chain Analysis, Clothing Company, Clothing Industry, Fashion, Profit Margin, Strategic, Value Chain.*

¹Student of Agroindustrial Technology Department, Faculty of Agriculture Technology, Universitas Gadjah Mada

²Lecturer Staff of Agroindustrial Technology Department, Faculty of Agriculture Technology, Universitas Gadjah Mada