

ANALISIS *VALUE CHAIN* PADA PRODUK BATIK IKM ANAK ANGIN KABUPATEN NGANJUK

Oleh:

**Yunita Lestari
160421100170**

ABSTRAK

Sebagai salah satu industri kecil yang berada di wilayah Jawa Timur, Kabupaten Nganjuk memiliki beragam industri. Salah satu industri kecil yang mengalami perkembangan adalah industri batik. IKM Anak Angin merupakan salah satu IKM pengrajin batik di daerah Nganjuk. Semenjak tanggal 20 Oktober 2009 UNESCO telah menetapkan bahwa batik telah diakui oleh masyarakat internasional sebagai warisan budaya yang berasal dari Indonesia. Batik khas Nganjuk sebagai salah satu potensi industri kreatif Kabupaten Nganjuk yang membawa pengaruh terhadap perekonomian. Namun batik khas Nganjuk ini masih memiliki kendala salah satunya dalam hal pemasaran, dan belum banyaknya yang mengenal serta belum banyaknya masyarakat yang berminat untuk membeli batik khas Nganjuk. Hal ini dikarenakan IKM belum mengetahui strategi yang baik dalam hal pemasaran. Oleh karena itu agar mampu untuk menyusun solusi dalam memberikan keunggulan bersaing perlu dilakukannya analisis rantai nilai untuk mengidentifikasi aktivitas yang memiliki nilai tambah. Dalam hal ini penulis mengusulkan 12 aktivitas yang menimbulkan nilai tambah dalam hal pemasaran. Analisis *value chain* menghasilkan profit margin terbesar pada aktivitas *inbound logistic*. Metode yang digunakan dalam merancang strategi yaitu analisis SWOT (*strengths, weakness, opportunity, dan threats*). Berdasarkan hasil analisis SWOT dari ke 12 aktivitas usulan, owner IKM Anak Angin memilih 5 usulan kegiatan sebagai strategi dalam meningkatkan nilai aktivitas pemasaran dan penjualan serta dapat meningkatkan penjualan kain batik Anak Angin yaitu A1, A2, B3, B4, dan C3.

Kata kunci : *Value chain* (rantai nilai), Analisis SWOT, IKM batik.

**ANALISIS VALUE CHAIN PADA PRODUK BATIK
IKM ANAK ANGIN KABUPATEN NGANJUK**

By:

**Yunita Lestari
160421100170**

ABSTRACT

As a small industry in the East Java region, Nganjuk Regency has a variety of industries. One of the small industries that is experiencing development is the batik industry. IKM Anak Angin is one of the IKM batik craftsmen in the Nganjuk area. Since 20 October 2009 UNESCO has determined that batik has been recognized by the international community as a cultural heritage originating from Indonesia. The typical Nganjuk batik is one of the potentials of the creative industry in Nganjuk Regency which has an impact on the economy. However, this typical Nganjuk batik still has some challenges, one of which is in terms of marketing, and not many people are familiar with it and not many people are interested in buying Nganjuk's typical batik. This is because IKM does not yet know a good strategy in terms of marketing. Therefore, in order to be able to develop solutions to provide competitive advantage, value chain analysis is necessary to identify activities that have added value. In this case the authors propose 12 activities that create added value in terms of marketing. Value chain analysis produces the largest profit margin in inbound logistics activities. The method used in designing the strategy is SWOT analysis (strengths, weaknesses, opportunities, and threats). Based on the results of the SWOT analysis of the 12 proposed activities, the IKM Anak Angin owner chose 5 proposed activities as a strategy to increase the value of marketing and sales activities and can increase sales of Anak Angin batik fabrics, namely A1, A2, B3, B4, and C3.

Keywords: Value chain, SWOT analysis, batik IKM.