

ABSTRAK

Globalisasi saat ini yang disertai dengan pertimbangan konsumen yang semakin kritis terhadap kualitas dan harga, memacu perkembangan perekonomian dan persaingan yang semakin ketat. Iklim dunia usaha yang semakin kompetitif, menuntut badan usaha semakin efisien dan mempunyai *competitive advantage* untuk dapat bertahan hidup dan berkembang.

Competitive advantage atau keunggulan bersaing tumbuh dari nilai yang dapat diciptakan bagi pembeli. Nilai tersebut dapat berupa harga yang lebih murah dibandingkan harga pesaing atas manfaat yang sama.

Badan usaha memerlukan pengelolaan biaya yang efektif dan efisien dalam setiap aktivitasnya. Skripsi tentang *value chain analysis* ini bermaksud untuk memberikan sumbangan manajerial bagi manajemen untuk dapat melakukan efektivitas dan efisiensi biaya sebagai dasar *competitive advantage* bagi badan usaha

Competitive advantage hanya dapat dipahami dengan melihat badan usaha sebagai suatu keseluruhan dari banyak ragam aktivitasnya dalam mendesign, membuat, memasarkan, mendistribusikan dan mendukung produknya. Hal inilah yang akan dianalisis dalam *value chain analysis*.

Value chain memilah-milah suatu badan usaha ke dalam berbagai aktivitas antara lain aktivitas primer yang terdiri dari: aktivitas *inbound logistics, operation, outbond logistic, marketing and sales, service* dan aktivitas pendukung yang terdiri dari: aktivitas *procurement, technology development, human resources management* dan *firm infrastructure*.

Alokasi biaya dan aktiva tetap dilakukan pada tiap-tiap aktivitas tersebut serta dilakukan analisis

berdasarkan aktivitas langsung, aktivitas tidak langsung dan aktivitas pemastian mutu untuk mengidentifikasi keterkaitan antara aktivitas primer dan aktivitas pendukung. Analisis atas penggunaan sumber daya manusia dan pembelian input ditujukan untuk mengidentifikasi besarnya pemakaian tenaga kerja dan penggunaan masukan dalam aktivitas badan usaha.

Dalam hasil analisis *value chain*, dapat diketahui distribusi biaya pada tiap-tiap aktivitas nilai yang kemudian dapat dilakukan koordinasi dan optimisasi secara lebih baik untuk mencapai efisiensi dan efektivitas, yang secara keseluruhan dapat menurunkan total biaya badan usaha. Dari penurunan biaya tersebut, badan usaha bisa menetapkan harga jual yang bersaing serta menerapkan *competitive strategynya*, yaitu: keunggulan biaya.