

## ABSTRAK SKRIPSI

Perkembangan industri di Indonesia pada umumnya dan Jawa Timur khususnya pada dekade terakhir ini sangatlah pesat. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya jumlah industri dari tahun ke tahun. Keadaan tersebut memaksa badan usaha untuk mempunyai keunggulan kompetitif dibandingkan pesaingnya yang semakin banyak. Keunggulan kompetitif ini juga yang menentukan tingkat keuntungan badan usaha. Hal ini dibuktikan oleh suatu penelitian berdasarkan *PIMS (Profit Impact of Market Strategy) data base*, yang menunjukkan bahwa badan usaha yang mempunyai keunggulan kompetitiflah yang mempunyai tingkat keuntungan di atas rata-rata tingkat keuntungan badan usaha lain dalam industrinya. Oleh karena itu pihak manajemen badan usaha dituntut untuk terus menerus berusaha mencapai keunggulan kompetitif, misalnya dengan mendayagunakan keahlian dan teknologi, maupun dengan perbaikan dalam bidang akuntansi manajemen.

Salah satu perkembangan dalam bidang akuntansi manajemen yang dapat digunakan untuk mencapai keunggulan kompetitif tersebut adalah konsep *value chain*. Dengan konsep *value chain* ini, badan usaha dilihat sebagai suatu rantai yang terkait satu sama lain, mulai dari perolehan bahan baku sampai penyampaian produk ke tangan konsumen akhir, dimana dengan memanfaatkan *internal linkages* dan *external linkages* yang ada akan dicapai *competitive advantage*. Selanjutnya *internal linkages* dan *external linkages* ini digunakan sebagai variabel pengukuran dari *value chain* tersebut. Sedangkan tujuan penelitian adalah untuk mengetahui sejauh mana *value chain* mempengaruhi *competitive advantage* yang dicapai badan usaha.

Penelitian ini dilakukan pada 5 badan usaha yang bergerak di bidang industri air mineral yang berada di Jawa Timur dan mengambil sampel 5 responden yang adalah akuntan manajemen dan controller yang bekerja pada 5 badan usaha tersebut. Variabel yang ada terdiri dari variabel tergantung (Y) yaitu *competitive advantage* jenis *cost advantage* yang diperoleh badan usaha dan variabel bebas (X) yaitu *value chain* yang ada pada badan usaha. Variabel X ini terdiri dari 2 sub variabel, yaitu variabel *internal linkages* dan variabel *external linkages*. Data didapat dari daftar pertanyaan yang diberikan kepada 5 responden tersebut. Setelah data terkumpul, data tersebut diolah, ditabulasikan, dan dianalisis untuk mencari hubungan antara *value chain* terhadap *competitive advantage* jenis *cost advantage*, dengan metode korelasi dan determinasi. Dari hasil perhitungan diperoleh nilai koefisien korelasi ( $r$ ) sebesar 0,911 yang berarti bahwa di antara X dan Y terdapat hubungan searah yang cukup kuat dan positif.

Sedangkan nilai koefisien determinasi ( $r^2$ ) sebesar 0,829 menunjukkan bahwa 82,9% perubahan variabel tergantung Y disebabkan oleh variabel bebas X dan sisanya sebesar 17,1% disebabkan oleh faktor-faktor lain. Waktu yang dipergunakan untuk menyusun penelitian ini adalah 6 bulan (Januari s/d Juni 1997) mulai dari studi pustaka, pembagian kuesioner dan wawancara dengan pihak manajemen badan usaha sampai dengan pembahasan hasil penelitian.

*Value chain* digambarkan sebagai suatu rantai dimana aktivitas-aktivitas yang ada di dalamnya merupakan rantai yang terkait satu sama lain, dan dengan memanfaatkan keterkaitan itu badan usaha dapat mencapai *competitive advantage*. Adapun keterkaitan itu dibedakan menjadi 2, yaitu *internal linkages* dan *external linkages*. *Internal linkages* merupakan keterkaitan antara aktivitas-aktivitas yang dilakukan didalam badan usaha, sedangkan *external linkages* merupakan keterkaitan antara badan usaha dengan pihak eksternal yang berhubungan dengan badan usaha seperti pemasok dan pembeli. Sedangkan suatu badan usaha dapat dikatakan mempunyai *competitive advantage* jika dapat mengungguli pesaingnya dalam menyediakan barang dengan kualitas sama tetapi harga lebih rendah maupun menyediakan barang dengan harga sama tetapi kualitas dan layanan lebih baik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada badan usaha yang dijadikan sampel, *internal linkages* sudah dapat dimanfaatkan dengan baik, dan ternyata membawa badan usaha pada *cost advantage*. selanjutnya *cost advantage* ini membawa badan usaha pada posisi bersaing yang lebih baik daripada pesaingnya. Sedangkan *external linkages* yang ada belum sepenuhnya dimanfaatkan, karena selama ini pemanfaatannya hanya sebatas pada *external linkages* dengan pihak distributor yang menyalurkan produk ke tangan konsumen akhir. *External linkages* dengan pihak pemasok belum dapat dimanfaatkan dengan baik, dan hal ini berakibat pada menurunnya *competitive advantage* yang dimiliki badan usaha. Kesimpulan yang didapat adalah bahwa badan usaha perlu meningkatkan pemanfaatan *internal* dan *external linkages* sehingga badan usaha dapat mencapai *competitive advantage*. Dengan melaksanakan hal itu maka *value chain* dapat digunakan untuk memperoleh *competitive advantage* dan dapat digunakan untuk memenangkan persaingan di masa sekarang dan masa yang akan datang.