

ABSTRAK SKRIPSI

Berpacu dengan waktu. Itulah sebutan yang tepat untuk menggambarkan persaingan bisnis saat ini. Untuk mengantisipasi kondisi yang sangat kompetitif ini, badan usaha tidak lagi memproduksi barang atau jasa yang sudah banyak di pasaran, dan harganya ditentukan oleh mekanisme pasar (*price taker*), melainkan badan usaha harus mampu menjadi *price maker*. Badan usaha harus mampu menentukan persepsi konsumen sedemikian rupa, sehingga mereka menganggap produk atau jasa tersebut lebih baik dibanding rata-rata.

Di dalam pasar yang makin ketat persaingannya para produsen senantiasa memperbaiki produk yang sudah ada dan secepat mungkin memperkenalkan produk baru secara berkesinambungan. Konsumen makin selektif dalam memilih produk yang akan dibeli. Pada saat inilah *differentiation* yang ditawarkan harus benar-benar bisa membuat badan usaha disukai oleh konsumen.

Diferensiasi disini bukan hanya sekedar bisa jadi "lebih" dari pesaing. Yang dimaksud disini adalah lebih bisa "berbeda" sehingga lebih dipilih oleh konsumen, yaitu berbeda dalam *content* dan *context*. *Content* berarti "*what to offer*" dan *context* adalah "*how to offer!*"

Akuntansi manajemen sebagai salah satu sumber informasi bagi pihak manajemen, dituntut untuk mampu beradaptasi terhadap perkembangan yang terjadi agar informasi yang dihasilkan relevan, dapat diandalkan serta memberikan perspektif yang jelas mengenai peluang maupun ancaman yang ada dalam keadaan tertentu.

Value chain cost analysis sebagai salah satu perkembangan dari akuntansi manajemen yang diperkenalkan oleh Michael E. Porter merupakan alat analisis untuk identifikasi aktivitas-aktivitas mana dari keseluruhan rantai nilai badan usaha yang sangat berperan dalam menentukan keunggulan bersaing. Aktivitas tersebut terdiri atas *inbound logistics, operations, outbound logistics, marketing & sales* dan *service* yang merupakan aktivitas primer, yaitu aktivitas yang terlibat dalam penciptaan fisik produk, penjualannya, transfer ke pembeli serta bantuan purna jual. Kesemua aktivitas primer tersebut didukung dengan aktivitas pendukung berupa *firm infrastructure, human resource management, technology development*, dan *procurement*.

Dalam skripsi ini analisis *value chain cost* akan digunakan sebagai alat untuk mengidentifikasi aktivitas-aktivitas mana yang memberikan kontribusi terbesar dalam menghasilkan nilai bagi pelanggan.

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan PT X di Bondowoso menjalankan usahanya dengan strategi fokus diferensiasi. Fokus tampak

pada segmen pasar yang dilayani, sedangkan diferensiasi terlihat pada aktivitas nilai *operations* dan *marketing & sales*, yang didukung oleh aktivitas nilai *outbound logistic*. Karena melalui ketiga aktivitas tersebut sumber keunikan digali. Keunikan atau perbedaan tersebut menyebabkan ketiga aktivitas tersebut paling banyak menyerap investasi badan usaha, biaya, pemakaian sumber daya manusia dan pembelian input. Aktivitas nilai *outbound logistics* mengeksploitasi keterkaitan badan usaha dengan pembeli melalui aktivitas penanganan order dan jadwal pengiriman yang tepat waktu serta profesional.

Dari hasil analisis aktivitas sumber daya manusia, diperoleh kenyataan bahwa keterampilan yang dimiliki oleh karyawan PT X dalam proses produksi (*operations*) sangat berperan dalam penciptaan nilai. Dan dari analisis biaya pembelian input, diperoleh kenyataan bahwa pameran yang diadakan oleh PT X (*marketing & sales*) merupakan aktivitas yang secara langsung terlibat dalam penciptaan nilai. Aktivitas yang menjamin kualitas hanya dilakukan pada aktivitas nilai *inbound logistics* dan *operations*.

Strategi diferensiasi fokus yang dituangkan pada konsep yang tidak hanya menawarkan hasil diversifikasi produk industri kayu tapi juga dapat meningkatkan prestise dari pemakainya merupakan *content* dan *context* yang digali dari aktivitas nilai *operations* dan *marketing & sales* dapat menumbuhkan loyalitas pelanggan. Kesetiaan pelanggan tersebut merupakan senjata bersaing yang ampuh dalam menghadapi persaingan tingkat dunia.