

ABSTRAK SKRIPSI

Skripsi ini berjudul *Analisis value chain sebagai upaya menciptakan competitive advantage dalam mencapai strategi cost leadership pada badan usaha sepeda "X" di Gresik*, mengemukakan salah satu hakekat bisnis secara lebih spesifik yang menunjukkan pada perubahan dunia dan iklim kompetisi dalam mengembangkan alternatif pemikiran dan solusi, serta pengukuran kinerja badan usaha.

Penyediaan informasi akuntansi manajemen untuk kepentingan manajerial membutuhkan perspektif baru untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas baik dalam biaya maupun dalam aktivitas dan juga pengambilan putusan yang tepat dari pihak manajemen. Dan untuk hal tersebut, badan usaha perlu didukung oleh informasi dan analisis yang berkaitan dengan akuntansi manajemen yaitu *value chain cost*.

Badan usaha memerlukan pengelolaan biaya yang efektif dan efisien dalam setiap aktivitasnya. Analisis *value chain cost* ini bermaksud untuk memberikan sumbangan manajerial bagi manajemen untuk dapat melakukan efektivitas dan efisiensi biaya sebagai dasar *competitive advantage*, khususnya mendukung strategi *cost leadership* bagi badan usaha. Keunggulan ini memerlukan penggunaan dari fasilitas-fasilitas suatu badan usaha secara efisien. Fokusnya ditujukan pada bagaimana mengendalikan biaya dalam pencapaian tujuan badan usaha yang bersangkutan.

Competitive advantage hanya dapat dipahami dengan melihat badan usaha sebagai suatu keseluruhan dari banyak ragam aktivitasnya dalam mendesain, memproduksi, memasarkan, mendistribusikan dan mendukung produksinya agar tercapai *cost reduction*. *Competitive advantage* atau keunggulan bersaing tumbuh dari nilai yang diciptakan bagi pembeli. Nilai tersebut dapat berbentuk harga yang lebih murah dibandingkan harga pesaing atas manfaat yang sama atau menekan biaya atas suatu proses tertentu. Alat utama untuk menganalisis sumber keunggulan bersaing ini adalah *value chain analysis*.

Analisis *value chain cost* memilah-milah suatu badan usaha ke dalam berbagai aktivitas antara lain aktivitas primer yaitu terdiri dari : *inbound logistics, operations, outbound logistics, 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 *direct activities, indirect activities* dan *quality assurance*. Analisis atas penggunaan sumber

daya manusia dan pembelian input ditunjukkan untuk mengidentifikasi besarnya pemakaian dan penggunaan masukkan dalam aktivitas badan usaha.

Dari hasil analisis *value chain cost* dapat diketahui distribusi biaya pada tiap-tiap aktivitas nilai yang kemudian dapat dilakukan koordinasi dan optimasi secara lebih baik untuk mencapai efisiensi dan efektivitas yang secara keseluruhan dapat menekan total biaya badan usaha. Dari penurunan total biaya, badan usaha dapat menetapkan *competitive strategy* yaitu salah satunya adalah *cost leadership*.

Dalam skripsi ini analisis *value chain cost* akan digunakan untuk mendukung strategi *cost leadership* badan usaha "X" yang mana dalam hal ini badan usaha "X" adalah badan usaha yang bergerak dalam bidang industri sepeda, yang berlokasi di Desa Bambe, Kecamatan Driyorejo Kabupaten Gresik. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa dalam rangka mengembangkan strategi *cost leadership*, maka badan usaha sangat tergantung pada efektivitas sistem pengendalian produksi guna perbaikan kualitas dan penurunan biaya. Sehingga untuk dapat bertahan dan menang dalam persaingan, tidaklah cukup hanya mengembangkan aktivitas-aktivitas yang potensial, tetapi kualitas dari produk yang dijual juga harus benar-benar diperhatikan.

Pengenalan yang baik terhadap aktivitas-aktivitas terkait akan menyebabkan badan usaha mempunyai gambaran yang tepat mengenai "*the real business problems*" yang dihadapinya, sehingga mengarah pada simpulan dan pengambilan putusan bisnis yang tepat. Apapun strategi yang dipilih badan usaha, keberhasilan strategi tersebut ditentukan oleh kemampuan dari badan usaha khususnya pihak manajemen dalam menganalisis dan memberikan informasi yang dapat mendukung strategi dan keunggulan bersaing badan usaha.