

ABSTRAK

Dewasa ini perkembangan teknologi dan informasi berkembang sangat pesat. Hal itu mengakibatkan banyak badan usaha khususnya kecil dan menengah yang dinilai kurang dapat mengikuti perkembangan teknologi mulai berguguran. Tekanan yang dihadapi oleh badan usaha tidak hanya berasal dari permintaan konsumen yang terus berubah, tetapi juga dari semakin sengitnya persaingan bisnis yang terus bertumbuh. Minimnya pengetahuan tentang teknologi disertai tidak adanya sumber daya manusia untuk mengoperasikannya mengakibatkan suatu badan usaha kesulitan untuk bersaing. Jika hal ini tidak segera diatasi, maka banyak UKM yang pada akhirnya gulung tikar tergerus perkembangan jaman. Penurunan penjualan dan menipisnya margin laba yang diperoleh membuat badan usaha berpikir ulang untuk tetap melanjutkan bisnisnya. Sementara itu di sisi lain, tersedia berbagai strategi bisnis yang dapat menjadi solusi untuk menarik minat pasar yang terus berubah-ubah. Banyak badan usaha gagal menerapkan strategi dikarenakan terbatasnya pengetahuan tentang penggunaan strategi tersebut. Oleh karena itu, penulis melakukan studi dan penelitian tentang penerapan strategi yang tepat bagi UKM melalui analisis *value chain* dengan mengatur kelompok aktivitas yang dapat menambah nilai ke suatu produk. Produk yang dihasilkan harus mampu memberikan nilai tambah bagi konsumen dimana produk lain yang sejenis tidak mampu untuk memberikan nilai tersebut. Dalam karya tulis ilmiah ini metode yang digunakan adalah kualitatif dimana pokok permasalahan yang terjadi tergambar jelas. Berdasarkan hasil yang diperoleh dari wawancara, observasi dan dari sumber lain, dapat disimpulkan bahwa strategi *cost leadership* lebih cocok diterapkan pada UD X untuk dapat memenangkan pasarnya dengan mempertimbangkan skala bisnis dan jenis produk yang dihasilkan.

Kata kunci : *competitive advantage, value chain analysis, cost leadership.*

ABSTRACT

Nowadays, the development of information technology is growing very rapidly. It resulted in many enterprises, especially small and medium enterprises that were considered less able to keep up with technology began to fall. Pressures faced by business entities not only from changing consumer demand, but also increasingly fierce competition from a growing business. The lack of knowledge of technology with lack of human resources to operate resulting in a difficulty for competing enterprises. If this is not addressed, then a lot of small and medium enterprises, which in turn eroded folded the changing times. The decline in sales and profit margin gained depletion makes rethink business entity to continue its business. Meanwhile, on the other hand, provided a variety of business strategies that can be a solution to attract the market that keeps changing. Many enterprises fail to implement strategies due to the limited knowledge about the use of these strategies. Therefore, the authors conducted a study and research on the application of the right strategy for SMEs through the analysis of the value chain to organize group activities that can add value to a product. The resulting product should be able to provide added value to consumers where other similar products are not able to deliver that value. In this scientific paper is a qualitative method used where the issues involved clearly defined. Based on the results obtained from interviews, observations, and from other sources, it can be concluded that the cost leadership strategy is more suitable to be applied to the UD X to be able to win the market by considering the scale of the business and the type of product produced.

Keywords: *competitive advantage, value chain analysis, cost leadership.*