

ABSTRAK

Saat ini persaingan semakin meningkat tajam dan untuk dapat memenangkan persaingan, badan usaha harus mempunyai *competitive advantage*. Badan usaha mulai memperlengkapi diri dengan dukungan teknologi dan komunikasi yang semakin maju, sehingga peranan informasi menjadi penting. Oleh karena itu, bisnis saat ini berkompetisi dalam dua dunia yaitu *physical world* yang sumber dayanya dapat dilihat dan disentuh badan usaha dan *virtual world* yang diciptakan melalui informasi.

Untuk tetap dapat bertahan, badan usaha diharapkan mempunyai keunggulan biaya. Agar bisa mempunyai keunggulan biaya salah satu cara yang bisa dicapai adalah melalui *cost leadership* dengan menggunakan analisis *value chain* yang diperkenalkan oleh Porter sebagai suatu strategi generik.

Selain itu badan usaha harus sudah mempersiapkan diri agar mampu bersaing dengan badan usaha lain dan mempunyai *competitive advantage* dalam hal teknologi informasi karena dengan adanya teknologi informasi maka jalur distribusi yang biasanya melalui distribusi secara fisik, dapat dialihkan dengan menggunakan internet. Badan usaha sudah menggunakan teknologi komputerisasi dengan cukup baik tetapi sistem komputerisasi hanya terbatas untuk mengolah data saja sehingga *value chain* yang ada sekarang hanya diciptakan melalui sarana fisik saja padahal dengan adanya dukungan teknologi komputerisasi, *value chain* akan jauh lebih cepat dan efektif. Rayport dan Sviokla memperkenalkan analisis *virtual value chain* dimana proses menambah nilai dilakukan lewat dan dengan informasi. Sedangkan model *value chain* dari Porter menganggap informasi sebagai elemen pendukung dari proses menambah nilai tidak sebagai sumber dari nilai itu sendiri. Jika *value chain* disinergikan dengan *virtual value chain* maka akan dapat diciptakan keunggulan bersaing.

Penerapan *value chain* dilakukan dengan memisahkan biaya dan aktiva tetap pada masing-masing aktivitas nilai yang terdiri dari *primary activities* dan *support activities*. Kemudian aktivitas tersebut dipilah-pilah lagi berdasarkan aktivitas langsung, aktivitas tidak langsung dan aktivitas pemastian mutu. Pada tahap terakhir biaya tersebut akan dialokasikan berdasarkan aktivitas penggunaan sumber daya manusia dan aktivitas pembelian input.

Sedangkan untuk *virtual value chain* aktivitas penciptaan nilai dalam badan usaha meliputi suatu rangkaian dari lima aktivitas yaitu *gathering, organizing, selecting, sintezising* dan *distributing information*.

Melalui penciptaan *virtual value chain* dan disertai dengan analisis *value chain* diharapkan bisa sebagai sarana penunjang strategi *cost leadership* untuk mencapai *competitive advantage* bagi badan usaha.

