

**ANALISIS VALUE CHAIN UNTUK PENGENDALIAN BIAYA
SEBAGAI UPAYA MENCAPAI
KEUNGGULAN BERSAING PERUSAHAAN**

FK
A 196/02
AFF
a

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN
DALAM MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI
JURUSAN AKUNTANSI**



MILIK
PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA

DIAJUKAN OLEH

**IZMA FARDIANA AFFANTI
No. Pokok : 049414773**

**KEPADA
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
2002**

SKRIPSI

**ANALISIS *VALUE CHAIN* UNTUK PENGENDALIAN BIAYA
SEBAGAI UPAYA MENCAPAI
KEUNGGULAN BERSAING PERUSAHAAN**

DIAJUKAN OLEH :
IZMA FARDIANA AFFANTI
No. Pokok : 049414773

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING,


Drs. TJIPTO HADI SAWARJUWONO, M.Ec., Ph.D., Ak.

TANGGAL 13 Juni 2002

KETUA JURUSAN,

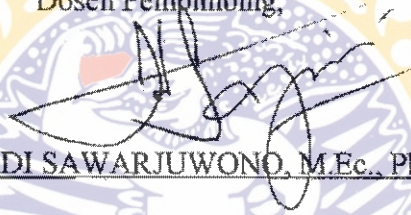

Drs. M. SUYUNUS, MAFIS, Ak.

TANGGAL 15 Juli 2002

Surabaya, 22 - 4 - 2002

Telah disetujui dan siap untuk diuji

Dosen Pembimbing,



Drs. TIPTOHADI SAWARJUWONO, M.Ec., Ph.D., Ak.



ABSTRAKSI

Keunggulan bersaing suatu perusahaan ditentukan oleh seberapa tinggi *customer value* mampu diciptakannya. Perusahaan dikatakan kompetitif jika mampu memberikan *customer value* yang lebih tinggi dibandingkan pesaingnya. Karena perusahaan terdiri dari serangkaian aktivitas yang saling berhubungan, maka tiap-tiap aktivitas tersebut memiliki potensi untuk menciptakan *customer value* yang tinggi. Proses penciptaan nilai bagi konsumen melalui aktivitas-aktivitas perusahaan ini selalu menimbulkan biaya (*activity cause cost*), maka salah satu strategi untuk mempertahankan keunggulan bersaing perusahaan adalah dengan mengendalikan biaya.

Pengendalian biaya dapat dilakukan secara efektif jika perusahaan lebih menitikberatkan pada perspektif proses. Artinya, perusahaan tidak dipandang sebagai suatu struktur fungsional, melainkan sebagai rangkaian aktivitas yang berurutan dan saling terkait. Rangkaian ini membentuk mata rantai aktivitas, yang masing-masing berpotensi untuk menambah nilai, sehingga dinamakan rantai nilai (*value chain*). Pengendalian biaya melalui analisis *value chain* memberi perspektif baru dalam memetakan kekuatan dan kelemahan bersaing perusahaan.

Pengendalian biaya melalui analisis *value chain* akan efektif jika mampu mengidentifikasi aktivitas nilai secara cermat dan menelusuri pemicu biaya masing-masing aktivitas untuk menentukan posisi dan keunggulannya dalam persaingan industri. Oleh karenanya dibutuhkan data yang rinci, relevan, dan akurat seputar biaya yang dikeluarkan perusahaan serta aset yang dilibatkan dalam menghasilkan suatu produk. Pengumpulan data yang dilakukan melalui dokumentasi dan wawancara dengan PT X sebagai obyek penelitian memberikan gambaran yang cukup jelas mengenai komposisi dan perilaku biayanya.

Efektivitas analisis *value chain* sebagai alternatif pengendalian biaya menuju keunggulan bersaing akan tercapai jika dilakukan secara komprehensif dan terarah. Pelaksanaan secara parsial atau temporer hanya membuat perusahaan lebih evaluatif dalam pengendalian biayanya, namun tak mampu menciptakan keunggulan biaya, karena keunggulan biaya tercipta jika perusahaan mampu memberi kualitas yang baik dengan menekan harga lebih rendah daripada para pesaingnya.