

**PENERAPAN KONSEP *VALUE CHAIN* YANG MENDUKUNG  
STRATEGI *COST LEADERSHIP* SEBAGAI ALAT ANALISA BIAYA  
GUNA MEMPEROLEH KEUNGGULAN BERSAING  
PADA CV. SJR DI SURBAYA**

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

**MILIK  
PERPUSTAKAAN  
UNIVERSITAS AIRLANGGA  
SURABAYA**



**DIAJUKAN OLEH :**

**VITA PURWANI RANGKUTI**

**No. Pokok : 049912897**

**KEPADA  
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AIRLANGGA  
SURABAYA  
2004**

SKRIPSI



**PENERAPAN KONSEP *VALUE CHAIN* YANG MENDUKUNG STRATEGI *COST LEADERSHIP* SEBAGAI ALAT ANALISA BIAYA GUNA MEMPEROLEH KEUNGGULAN BERSAING PADA CV. SJR DI SURBAYA**

**DIAJUKAN OLEH :**

**VITA PURWANI RANGKUTI**

**No. Pokok : 049912897**

**TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH :**

**DOSEN PEMBIMBING ,**

**Drs. AGUS WIDODO M, MSi., Ak.**

A handwritten signature in black ink, appearing to be "Agus Widodo", written over a large, faint watermark of the Airlangga University logo.

**TANGGAL .....  
21/10-04**

**KETUA PROGRAM STUDI,**

**Drs. M. SUYUNUS, MAFIS, Ak**

A handwritten signature in black ink, appearing to be "M. Suyunus", written over the large, faint watermark of the Airlangga University logo.

**TANGGAL .....**

## ABSTRAK

Adanya globalisasi di bidang ekonomi menyebabkan persaingan semakin meningkat dalam berbagai sektor industri. Untuk dapat bertahan maka badan usaha harus memilih yang tepat. Ada 3 strategi yang dapat dipilah-pilah oleh badan usaha untuk menghadapi persaingan yang ketat, antara lain *cost leadership*, *differentiation*, dan *focus*. CV. SJR dalam menghadapi persaingan menggunakan strategi *cost leadership* sebab strategi ini pula sesuai dengan lingkungan persaingan badan usaha dimana produk yang dihasilkan oleh badan usaha adalah produk yang bersifat masal. Strategi *cost leadership* adalah strategi yang dijalankan oleh perusahaan dengan menjadi produsen yang berbiaya rendah daripada pesaingnya untuk mendapatkan pangsa pasar yang lebih luas.

Keberhasilan badan usaha untuk menjadi pemenang dalam persaingan harus didukung dengan adanya informasi dan analisis yang tepat bagi manajemen dalam pengambilan keputusan. Informasi tersebut dapat diperoleh melalui analisis *value chain*. *Value chain* merupakan suatu alat untuk memilah-milah suatu badan usaha ke dalam berbagai kegiatan yang serap strategik relevan guna memahami perilaku biaya serta sumber differensiasi yang ada dan potensial.

Analisis *value chain* dalam CV. SJR dibedakan 5 aktivitas yaitu pengadaan bahan baku, aktivitas produksi, aktivitas penanganan barang jadi, aktivitas pemasaran dan penjualan, aktivitas human resources management, dan aktivitas infrastruktur perusahaan. Semua biaya dan aktivitas tetap yang ada dalam CV. SJR dialokasikan ke masing-masing aktivitas sepanjang jalur *value chain* tersebut. Kemudian langkah selanjutnya adalah menentukan aktivitas bernilai tambah dan aktivitas tidak bernilai tambah serta mengeliminir aktivitas tidak bernilai tambah.

Dari hasil perhitungan, diketahui bahwa total biaya untuk satu botol accu sebelum mengeliminasi aktivitas tidak bernilai tambah adalah Rp. 143,53 dan total biaya untuk satu botol accu setelah mengeliminasi aktivitas tidak bernilai tambah adalah Rp. 139,79. Penurunan total biaya ini dapat menyebabkan badan usaha memperoleh keunggulan bersaing melalui strategi *cost leadership*.

Dengan analisis *value chain* melalui strategi *cost leadership* yang dilakukan oleh CV. SJR diharapkan dapat memberi gambaran yang benar dalam menganalisis biaya berdasarkan aktivitas-aktivitas yang terjadi sehingga dapat diketahui aktivitas mana yang bernilai tambah dan mana yang tidak bernilai tambah sehingga pada akhirnya dapat menimbulkan keunggulan bersaing bagi badan usaha. Keunggulan bersaing adalah salah satu tujuannya hendak dicapai perusahaan agar dapat bertahan dalam persaingan dengan industri yang sejenis dalam jangka panjang.