

**ANALISIS VALUE CHAIN SEBAGAI ALAT MENCIPTAKAN
EFISIENSI BIAYA GUNA MENUNJANG STRATEGI
COST LEADERSHIP PADA PT. IGLAS (PERSERO)**

SKRIPSI

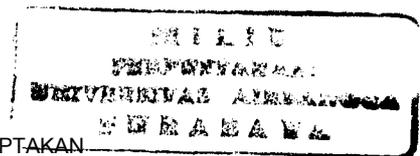
**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN
DALAM MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI
JURUSAN AKUNTANSI**



A. 11/08
Lini
R

**DIAJUKAN OLEH
IMMA DWIYANTI
No. Pokok : 049912513 E**

**KEPADA
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
2007**



SKRIPSI

**ANALISIS VALUE CHAIN SEBAGAI ALAT MENCIPTAKAN
EFISIENSI BIAYA GUNA MENUNJANG STRATEGI
COST LEADERSHIP PADA PT. IGLAS (PERSERO)**

DIAJUKAN OLEH :

IMMA DWIYANTI

No Pokok : 049912513 E

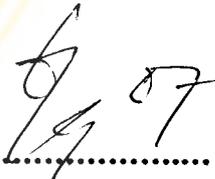
TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH :

DOSEN PEMBIMBING,



Dr. H. SOEGENG SUTEDJO, SE., Ak.
NIP. 130 675 529

TANGGAL.....



KETUA PROGRAM STUDI,



Drs. M. SUYUNUS, MAFIS., Ak.
NIP. 131 287 542

TANGGAL.....

1-11-2007.

ABSTRAKSI

Proses globalisasi di bidang ekonomi menyebabkan persaingan usaha semakin meningkat dalam berbagai sektor industri. Untuk dapat bertahan, maka badan usaha harus memilih strategi yang tepat untuk persaingan bisnisnya. Ada tiga strategi yang dapat dipilih oleh badan usaha untuk menghadapi persaingan bisnis yang ketat, yaitu antara lain *cost leadership*, *differentiation*, dan *focus*. PT. IGLAS (Persero) dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat ini menggunakan strategi *cost leadership*. Strategi *cost leadership* adalah strategi yang dijalankan oleh perusahaan dengan menjadi produsen berbiaya rendah dalam melaksanakan aktivitas nilainya dibandingkan dengan pesaingnya untuk menjadi dapat menjadi pemimpin dalam harga dan mendapatkan pangsa pasar yang lebih luas

Keberhasilan badan usaha untuk menjadi pemenang dalam persaingan bisnis harus didukung dengan adanya informasi dan analisis yang tepat bagi manajemen dalam pengambilan keputusan. Informasi tersebut dapat diperoleh melalui analisis *value chain*. Analisis *value chain* merupakan analisis yang memilah-milah aktivitas perusahaan menjadi aktivitas-aktivitas generik, untuk mengidentifikasi aktivitas bernilai tambah (*value added activity*) dan aktivitas tidak bernilai tambah (*non value added activity*), yang bertujuan untuk mengurangi dan menghilangkan biaya tidak bernilai tambah yang timbul dari aktivitas tidak bernilai tambah dan mengoptimalkan biaya bernilai tambah dari aktivitas bernilai tambah yang nantinya digunakan untuk menghasilkan peningkatan nilai bagi konsumen.

Dari analisis *value chain* terhadap perusahaan dapat diidentifikasi beberapa aktivitas yang tak bernilai tambah. Aktivitas-aktivitas tersebut menimbulkan biaya yang tak bernilai tambah pula. Bila biaya tersebut diminimalkan dan dihilangkan apabila diperlukan maka tidak akan membebani perusahaan. Sehingga perusahaan dapat mengoptimalkan pendapatan bersih yang didapat dari penjualan produknya. Dengan analisis *value chain* pendapatan bersih yang didapat sebelum efisiensi biaya Rp. (19.053.917) dan setelah efisiensi biaya menjadi Rp. (15.132.005), jadi rugi bersih perusahaan turun menjadi 21%. Efisiensi biaya dapat menunjang strategi keunggulan biaya (*cost leadership*) yang digunakan perusahaan melalui pengendalian aktivitas nilainya dan mengoptimalkan keterkaitan diantara aktivitas nilainya.