

## ABSTRAK

### STRATEGIC COST MANAGEMENT ANALISIS RANTAI NILAI

Lieliék Eko Andriyanto  
Universitas Sanata Dharma  
Yogyakarta  
2002

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apa saja yang harus diperhatikan oleh suatu perusahaan di dalam menerapkan *Strategic Cost Management* dengan menggunakan Analisis Rantai Nilai, sehingga perusahaan dapat memahami secara lebih baik mengenai keunggulan kompetitif perusahaan, serta dapat meningkatkan daya saing perusahaan.

Jenis penelitian ini adalah studi pustaka. Penelitian ini dilakukan dengan cara mempelajari literatur yang relevan dengan permasalahan yang dibahas.

Berdasarkan pada hasil penelitian, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa dalam menerapkan *Strategic Cost Management* dengan Analisis Rantai Nilai, perusahaan harus memperhatikan hal-hal sebagai berikut:

1. Identifikasi rantai nilai, sehingga perusahaan dapat mengidentifikasi secara spesifik aktivitas rantai nilai yang harus dilakukan.
2. Diagnosa *cost driver*, sehingga perusahaan dapat mengidentifikasi *cost driver* pada masing-masing aktivitas yang berguna, dan dapat mengurangi atau meniadakan aktivitas yang tidak bernilai tambah.
3. Pengembangan keunggulan kompetitif perusahaan, sehingga perusahaan dapat menyempurnakan rantai nilai perusahaan untuk berkembang lebih cepat daripada para pesaingnya.

## **ABSTRACT**

### **STRATEGIC COST MANAGEMENT A VALUE CHAIN ANALYSIS**

Lieliek Eko Andriyanto  
Sanata Dharma University  
Yogyakarta  
2002

The purpose of this research was to know what should be attended by the firm in applying the Strategic Cost Management by using Value Chain Analysis, so that the firm had a better understanding about the firm competitive advantage and was able to increase the firm's competitiveness.

The research was a library study done by studying literatures related to the problem.

Based on the research result, it was concluded that in applying Strategic Cost Management with Value Chain Analysis, the firm had to pay attention to the cases below:

1. Value chain identification, so that the firm could identify specifically the value chain activity that should be done.
2. Cost driver diagnose, so that the firm could identify cost driver for each activities which were beneficial, and also could reduce or eliminate the activity that had no extra value.
3. The development of the firm competitive advantage, so that the firm could make the firm value chain perfect in order to develop faster than their competitor.