

ANALISIS STRATEGI RANTAI NILAI (*VALUE CHAIN*) UNTUK KEUNGGULAN KOMPETITIF MELALUI PENDEKATAN MANAJEMEN BIAYA

Novia Hidayatul Rahmah¹

noviahidayatul99@gmail.com

¹ Jurusan Akuntansi, Universitas Mataram

Animah²

animahmtr@unram.ac.id

² Jurusan Akuntansi, Universitas Mataram

Zuhrotul Isnaini³

zuhrotulisnaini@ymail.com

³ Jurusan Akuntansi, Universitas Mataram

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh rantai nilai dan manajemen biaya terhadap keunggulan kompetitif pada Rosa Catering. Untuk menunjang penelitian ini tentu diperlukan data yang cermat dan akurat, sehingga pembahasan dan data sesuai dengan ada adanya dilapangan. Adapun tempat yang dijadikan objek penelitian adalah Rosa Catering yang berlokasi di jalan Palapa II Karang Tapen, Cakranegara, Nusa Tenggara Barat. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan rantai nilai berpengaruh positif terhadap keunggulan kompetitif perusahaan. Rosa Catering hanya mengandalkan satu tempat usaha sebagai objek penelitian dan mungkin tidak dapat digeneralisasi ke seluruh populasi usaha catering karena adanya perbedaan karakteristik dan kondisi antar usaha. Hasil penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas sampel yang lebih beragam di berbagai jenis usaha catering, baik skala kecil, menengah, maupun besar, serta di berbagai lokasi geografis.

Kata Kunci: Manajemen Biaya, Keunggulan Kompetitif, Rantai Nilai

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of value chain and cost management on competitive advantage at Rosa Catering. To support this research, of course, accurate and precise data is needed, so that the discussion and data are in accordance with what is in the field. The place used as the object of research is Rosa Catering which is located on Jalan Palapa II Karang Tapen, Cakranegara, West Nusa Tenggara. This research is a quantitative study with a descriptive approach. The results of the study indicate that the application of the value chain has a positive effect on the company's competitive advantage. Rosa Catering only relies on one place of business as the object of research and may not be generalized to the entire population of catering businesses due to differences in characteristics and conditions between businesses. The results of further research are expected to expand more diverse samples in various types of catering businesses, both small, medium, and large scale, as well as in various geographic locations.

Keywords: Cost Management, Competitive Advantage, Value Chain

PENDAHULUAN

Industri Pariwisata saat ini memegang peranan penting dalam perekonomian Indonesia sebagai salah satu sumber penghasilan devisa maupun sebagai pencipta lapangan kerja dan kesempatan berwirausaha. Industri pariwisata adalah kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam menghasilkan barang dan atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan pada penyelenggaraan pariwisata. Salah satu usaha pariwisata yang menyediakan makan dan minum adalah usaha jasa boga.

Jasa penyedia makanan dan minuman terus meningkat setiap tahunnya, yang membuat proporsi tenaga kerja sektor ini meningkat juga. Proporsi tenaga kerja yang diserap oleh sektor makanan dan minuman mencapai 3,75% atau hampir 5 juta penduduk Indonesia. Ini merupakan indikasi krusial peran sektor jasa boga dalam perekonomian, seperti terlihat dalam data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2018-2019 yang ditunjukkan pada tabel 1.1

Tabel 1. Proporsi Tenaga Kerja pada Sektor Industri Manufaktur

Jenis Industri	Proporsi Tenaga Kerja pada Sektor Industri Manufaktur (Persen)		
	2018	2019	2020
Industri Makanan	3,67	3,74	3,75
Industri Minuman	0,27	0,30	0,31
Industri Pengolahan Tembakau	0,36	0,34	0,32
Industri Tekstil	1,11	1,00	0,86
Industri Pakaian Jadi	2,03	2,08	1,81
Industri kulit, barang dari kulit dan alas kaki	0,60	0,68	0,52

Sumber: Sakernas, BPS

Pertumbuhan penyedia makanan dan minuman yang pesat, seperti terlihat dalam tabel 1.1, menempatkan profitabilitas sebagai fokus utama perusahaan untuk menjaga dan meningkatkan daya saingnya. Dengan demikian, konsep rantai nilai menjadi sangat relevan digunakan untuk mencapai hal ini. Rantai nilai adalah strategi yang digunakan untuk memahami keunggulan kompetitif dengan mengidentifikasi seluruh aktivitas perusahaan agar dapat menurunkan biaya, dan untuk memahami hubungan perusahaan dengan pemasok (Marisa et al., 2017). Rantai nilai merumuskan beberapa aktivitas dari sebuah organisasi, yaitu aktivitas utama dan aktivitas pendukung.

Perusahaan diharapkan mampu untuk menghemat biaya pada setiap aktivitas, agar tidak terjadi pengeluaran yang tidak seharusnya dibebankan pada perusahaan, sehingga biaya yang dikeluarkan sesuai dengan nilai yang diperoleh perusahaan. Tingginya persaingan dan semakin cepatnya perubahan yang terjadi dalam pasar catering, mengharuskan Rosa Catering memberikan kualitas produk dan kualitas pelayanan yang terbaik pada konsumen, sehingga merasa puas, serta dampaknya akan meningkatkan profit perusahaan. Tujuan dari analisis rantai nilai adalah untuk mengidentifikasi tahap-tahap *value chain* di mana perusahaan dapat meningkatkan *value* untuk pelanggan atau untuk menurunkan biaya. Penurunan biaya atau peningkatan nilai tambah (*Value added*) dapat membuat perusahaan lebih kompetitif.

Berdasarkan penelitian sebelumnya, diketahui penerapan analisis rantai nilai dapat digunakan untuk memberikan informasi guna untuk membuat keputusan strategis dalam menghadapi persaingan bisnis. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Soemaryani Imas et al., (2015) membuktikan bahwa strategi rantai nilai dapat meningkatkan keunggulan bersaing pada perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Chandra, (2016) yang menerapkan analisis rantai nilai pada industri Kulit Manding, metode analisis rantai nilai memiliki pengaruh khusus pada peningkatan kinerja perusahaan dalam mencapai keunggulan bersaing. Kemudian

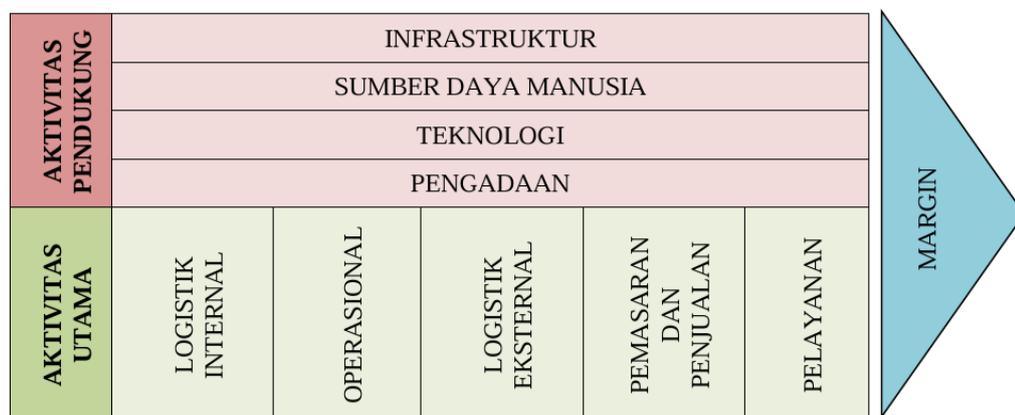
penelitian yang dilakukan oleh Marisa et al., (2017) menunjukkan bahwa analisis rantai nilai dapat mengurangi aktivitas yang tidak menciptakan nilai tambah (*value added*) atau produk dan layanan.

Hasil penelitian tersebut berbeda dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Alnawaiseh et al., (2014) menyatakan bahwa dalam perusahaan yang menerapkan analisis rantai nilai, tetapi perusahaan tidak menggunakannya untuk mencapai dan mempertahankan keunggulan kompetitif dan tidak ada pengaruh yang signifikan secara statistik dari karakteristik responden demografi pada persepsi perusahaan tentang pentingnya penerapan analisis rantai nilai. Oleh karena itu, penelitian tentang penerapan rantai nilai dalam usaha Rosa Catering menjadi relevan dan penting. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh rantai nilai dan manajemen biaya terhadap keunggulan kompetitif pada Rosa Catering.

TINJAUAN LITERATUR

Teori Rantai Nilai

Konsep rantai nilai pertama kali dipopulerkan oleh Porter pada tahun 1985 yang menjelaskan, rantai nilai merupakan alat analisis strategik yang digunakan untuk memahami secara lebih baik terhadap keunggulan kompetitif, untuk mengidentifikasi dimana value pelanggan dapat ditingkatkan atau penurunan biaya, dan untuk memahami secara lebih baik hubungan perusahaan dengan pemasok/supplier, pelanggan, dan perusahaan lain dalam industry. Konsep rantai nilai ini membantu Rosa Catering dalam memahami keunggulan kompetitifnya.



Gambar 1 Konsep Rantai Nilai Porter

Berdasarkan pada gambar rantai nilai Porter di atas, aktivitas utama mencakup logistik dalam yang berkaitan dengan penerimaan, penyimpanan, dan mendistribusikan input ke barang atau jasa, *operations* (operasional) yang berkaitan dengan pengolahan input menjadi barang atau jasa, logistik eksternal yang berkaitan dengan mengumpulkan, menyimpan, dan mendistribusikan barang atau jasa yang dihasilkan, *Marketing and Sales* (pemasaran dan penjualan) yang berkaitan dengan bagaimana para pelanggan bisa membeli barang dan bagaimana mempengaruhi mereka untuk membeli, dan *Service* (pelayanan) yang berkaitan dengan menyediakan layanan untuk meningkatkan atau menjaga nilai dari barang atau jasa yang dihasilkan. selain itu, terdapat aktivitas pendukung yang mencakup infrastruktur yaitu aktivitas yang memberi dukungan ke seluruh rantai nilai, sumber daya manusia yaitu aktivitas yang berfungsi dalam perekrutan, penyewaan, pelatihan, pengembangan tenaga kerja/karyawan, teknologi yaitu skill/keahlian, prosedur, atau teknologi yang dilekatkan ke dalam proses-proses yang dimaksudkan untuk meningkatkan barang, layanan, dan/atau proses, dan pengadaan yaitu bagian yang menjalankan fungsi sebagai pembelian atau pengadaan input/bahan baku ke perusahaan.

Rantai Pasok (*Supply Chain*)

Menurut (Hayati, 2014) *Supply Chain* merupakan pengelolaan berbagai kegiatan dalam rangka memperoleh bahan mentah, dilanjutkan kegiatan transformasi sehingga menjadi produk dalam proses, kemudian menjadi produk jadi dan diteruskan dengan pengiriman kepada konsumen melalui sistem distribusi. *Supply chain* adalah aliran material, informasi, uang dan jasa, dari pemasok melalui pabrik-pabrik, *warehousing* dan akhirnya pelanggan.

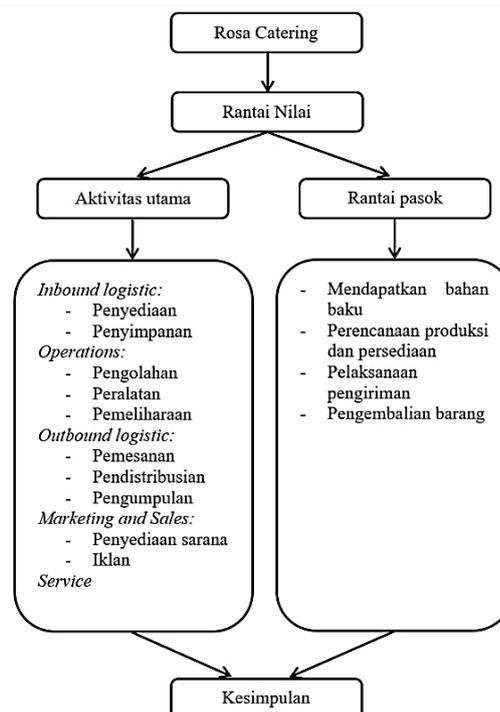
Analisis Strategi Manajemen Biaya

Adanya perubahan-perubahan dalam lingkungan industri menyebabkan peran manajemen biaya juga berubah (Sari et al., 2023). Pengenalan teknologi informasi dan teknologi pemanufakturan yang baru, memberi fokus kepada pelanggan, pertumbuhan pasar global dan perubahan-perubahan lain yang mengharuskan perusahaan mengembangkan sistem informasi strategik untuk mempertahankan secara efektif keunggulan kompetitif perusahaan di dalam industri. Hal ini berarti bahwa manajemen biaya harus menyediakan jenis informasi yang sesuai yang sebelumnya belum disediakan oleh sistem akuntansi biaya tradisional.

Strategi Analisis Rantai Nilai

Strategi yang memungkinkan organisasi untuk mendapatkan keunggulan kompetitif adalah satu diantara Strategi Generik yaitu *Cost Leadership Strategy*, *Differentiation Strategy* dan *Focus Strategy Cost*.

Analisis rantai nilai (*value chain analysis*) fokus pada bagaimana teknologi dan praktik berkelanjutan dapat meningkatkan keuntungan dan keunggulan kompetitif. Analisis ini juga menyoroti pentingnya mengoptimalkan proses dan mengidentifikasi area perbaikan dalam rantai nilai untuk memberikan nilai maksimal kepada pelanggan dan meningkatkan efisiensi operasional. Penerapan rantai nilai ini meningkatkan keunggulan kompetitif dan meningkatkan laba perusahaan, sehingga rerangka konseptual pada penelitian ini yaitu:



Gambar 2. Rerangka Konseptual

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini, yaitu penelitian kuantitatif deskriptif yang digunakan untuk menganalisis penerapan rantai nilai pada Rosa Catering. Lokasi penelitian berada di Jl. Palapa II Karang Tapen, Cakranegara, Nusa Tenggara Barat. Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini adalah metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Analisis data yang dilakukan adalah dengan mengidentifikasi aktivitas rantai nilai, mengidentifikasi analisis nilai tambah, mengidentifikasi manajemen biaya dan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Rantai nilai Porter aktivitas utama (*primary activity*) dikategorikan sebagai berikut:

Inbound Logistics

Inbound logistics pada Rosa Catering berkaitan dengan pengadaan ayam pejantan. Proses ini melibatkan beberapa tahap, yaitu penyediaan bahan baku dan pembelian bahan baku. Proses penyediaan bahan baku di Rosa Catering dilakukan di Pasar Karang Jasi. Sedangkan pengadaan ayam pejantan, Rosa Catering membeli 75 ekor ayam pejantan dengan harga Rp13.000 per ekor, dan biaya transportasi sebesar Rp50.000. Selain itu, Rosa Catering menentukan kriteria kualitas ayam yang akan dibeli, kriteria ayam tersebut harus dalam keadaan segar dan berkualitas baik.

Operations (Operasional)

Kegiatan *operations* (operasional) merupakan kegiatan yang berhubungan dengan proses pengolahan bahan baku, seperti bahan utama menjadi barang jadi, yaitu produk ayam pejantan yang siap untuk dijual atau dipasarkan. Proses ini terdiri dari tiga tahap utama. Tahap pertama adalah proses pra produksi yang dimulai dengan menentukan dan menyiapkan bahan dan alat yang akan digunakan, yaitu ayam pejantan, alat pembakar, pisau, dan capitan. Bahan-bahan yang dipilih harus segar dan yang memiliki kualitas yang baik untuk menjaga produk tetap aman dan berkualitas. Tahap kedua adalah proses produksi, proses produksi adalah langkah atau aktivitas yang dilakukan untuk mengubah bahan baku menjadi produk jadi atau barang siap jual. Dalam proses produksi terdapat dua tahap yaitu proses pembakaran dan proses pemotongan. Proses awal dalam produksi ayam pejantan adalah pembakaran, proses ini merupakan proses mengubah ayam mentah menjadi ayam matang. Proses pembakaran ini dapat memberikan rasa dan aroma yang khas pada ayam pejantan. Selanjutnya adalah proses pemotongan, pemotongan ayam dilakukan dengan memisahkan terlebih dahulu bagian kepala dan bagian kaki untuk memudahkan proses pengolahan atau penyajian. Tahap terakhir adalah proses pasca produksi yang dilakukan untuk memastikan dan mempersiapkan produk makanan siap untuk didistribusikan ke pelanggan akhir. Dalam hal ini, Rosa Catering mengemas hasil ayam yang sudah dibakar dengan *thinwall food container* atau kotak makan plastik.

Outbound Logistics

Outbound Logistics (logistik luar) merupakan kegiatan yang berhubungan dengan pendistribusian produk secara fisik kepada konsumen atau pelanggan akhir. Aktivitas Rosa Catering yang berkaitan dengan kategori ini adalah penyaluran makanan, penyaluran makanan dilakukan sendiri menggunakan mobil *box* atau kendaraan bermotor sesuai dengan jumlah dan jenis pesanan.

Marketing and Sales

Marketing and sales (pemasaran dan penjualan) merupakan kegiatan yang berhubungan dengan penyediaan sarana yang dapat digunakan pembeli dalam membeli sebuah

produk. Strategi Rosa Catering dalam memasarkan produknya dengan cara mempromosikan melalui sosial media seperti, *Facebook* dan *WhatsApp*. Dengan cara ini, perusahaan bisa menarik lebih banyak pelanggan untuk meningkatkan penjualan dan mencapai keberhasilan jangka panjang.

Service

Service (pelayanan) merupakan kegiatan yang menyediakan jasa untuk meningkatkan dan mempertahankan nilai produk. Dari hasil penelitian dan hasil interview menyatakan bahwa pihak Rosa Catering dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan selalu menerima masukan dan saran dan juga memberikan promo, menunjukkan bahwa apa yang telah diberikan Rosa Catering dalam memberikan kualitas pelayanan kepada konsumen sudah dirasa baik.

Analisis Rantai Nilai

Analisis rantai nilai berdasarkan Porter *Framework* dimulai dengan pemahaman aktivitas dalam *inbound logistics*, yang berkaitan dengan pengadaan bahan baku dan komponen yang diperlukan untuk produksi. Dalam hal ini, Rosa Catering memilih untuk membakar sendiri ayam pejantan yang akan digunakan agar dapat mengurangi biaya produksi. Keputusan ini dapat dianggap sebagai upaya penambahan nilai (*value added*), yang sesuai dengan pandangan (Marisa et al., 2017) bahwa analisis rantai nilai dapat mengurangi aktivitas yang tidak menciptakan nilai tambah (*value added*) atau produk dan layanan.

Tabel 2. Perhitungan Ayam Pejantan Dibakar Sendiri

Komponen	Kebutuhan	Harga	Jumlah	Biaya/unit
Ayam pejantan	2.250 ekor	13.000	29.250.000	13.000
Gas 3 kg	15	20.000	300.000	133,33
Total			29.550.000	13.133,33

Tabel 2 menunjukkan bahwa biaya bahan baku untuk memproduksi 2.250 ekor ayam pejantan, biaya yang dibutuhkan sebesar Rp29.550.000 atau setara dengan Rp13.133,33 per unit. Rincian bahan baku yang dibutuhkan adalah ayam pejantan sebanyak 2.250 ekor dan gas ukuran 3 kilogram sebanyak 15 tabung.

Tabel 3. Perhitungan Membeli Ayam Pejantan yang sudah dibakar

Komponen	Kebutuhan	Harga	Jumlah	Biaya/unit
Ayam pejantan	2.250 ekor	15.000	33.750.000	15.000
Transportasi	1	100.000	100.000	44,44
Total			33.850.000	15.044,44

Tabel 3 menunjukkan bahwa biaya bahan baku dengan cara membeli ayam pejantan dari pemasok untuk memproduksi 2.250 ekor ayam pejantan, biaya yang dibutuhkan sebesar Rp33.850.000 atau setara dengan Rp15.044,44 per unit.

Perbedaan harga antara membakar sendiri ayam pejantan dengan membeli ayam pejantan yang sudah dibakar pemasok sangat signifikan, hal ini berdampak positif pada profitabilitas dan efisiensi perusahaan. Berdasarkan tabel 2 dan tabel 3, Rosa Catering dapat menghemat biaya pengadaan bahan baku sebesar Rp4.300.000 per bulan atau setara dengan Rp1.911,11 per unit dengan mengelola pengadaan sendiri. Analisis nilai tambah termasuk biaya investasi, biaya tetap, biaya variable, penerimaan, keuntungan, serta perhitungan nilai input dan nilai output produk.

Tabel 4. Tabel Biaya Investasi Rosa Catering

Komponen	Jumlah	Harga	Biaya
Alat pembakar	1	500.000	500.000
Ayam pejantan	2.250 ekor	13.000	29.250.000
Pisau	2	30.000	60.000
Kotak plastik	2.250	1.000	2.250.000
Total			32.060.000

Tabel 4 menunjukkan bahwa biaya investasi pada Rosa Catering sebesar Rp32.060.000. dengan rincian, alat pembakar sebesar Rp500.000, ayam pejantan sebesar Rp29.250.000, pisau sebesar Rp60.000, dan kotak plastik sebesar Rp2.250.000.

Tabel 5. Biaya Tetap Rosa Catering

Komponen	Umur Ekonomis (bulan)	Harga (Rp)	Jumlah penyusutan (Rp/bulan)	Biaya penyusutan (Rp/unit)
Alat pembakar	60	500.000	8.333,33	3,70
Tabung gas 3 kg	60	300.000	5.000	2,22
Pisau	24	60.000	2.500	1,11
Total Biaya Tetap			15.833,33	7,03

Tabel 5 menunjukkan bahwa biaya tetap yang dikeluarkan pada Rosa Catering sebesar Rp15.833,33 per bulan. Biaya tetap mencakup biaya penyusutan dari aset tetap yang dimiliki perusahaan. Dengan rincian penyusutan alat pembakar sebesar Rp8.333,33 per bulan, tabung gas sebesar Rp5.000 per bulan, dan pisau sebesar Rp2.500 per bulan.

Tabel 6. Biaya Variabel Rosa Catering

Komponen	Jumlah	Harga	Biaya	Biaya/unit
Ayam pejantan	2.250 ekor	13.000	29.250.000	13.000
Kotak plastik	2.250 pcs	1.000	2.250.000	1.000
listrik	1	20.000	20.000	8,89
Gas	3	20.000	60.000	26,67
Total			31.580.000	14.035,56

Berdasarkan tabel 6 menunjukkan bahwa biaya variable Rosa Catering sebesar Rp31.580.000 atau setara dengan Rp14.035,56, yang mencakup biaya untuk ayam pejantan, kotak plastik, listrik, dan gas.

Tabel 7. Pendapatan Kotor Ayam di bakar Rosa Catering

Produk	Penerimaan		Jumlah harga (Rp/bulan)
	Jumlah ayam pejantan terjual	Harga (Rp/unit)	
Ayam pejantan	2.250	15.000	33.750.000

Tabel 7 menunjukkan bahwa total pendapatan kotor ayam pejantan Rosa Catering sebesar Rp33.750.000 dalam sebulan. Sementara itu, biaya operasional yang dibutuhkan sebesar Rp31.595.833,33. Biaya operasional merupakan akumulasi biaya tetap dan biaya variable terkait dengan proses produksi ayam pejantan.

Tabel 8. Perhitungan Total Biaya Operasional Rosa Catering

Biaya	Jumlah
Biaya tetap	15.833,33
Biaya variable	31.580.000
Biaya operasional	31.595.833,33

Tabel 8 menunjukkan bahwa pendapatan bersih dapat dihitung dengan mengurangi biaya operasional dari pendapatan kotor ayam pejantan. Pada kasus penjualan 2.250 ekor ayam Jantan, pendapatan bersih yang diperoleh sebesar Rp2.345.833,33, dihitung dengan mengurangi pendapatan kotor dari total biaya operasional.

Tabel 9. Perhitungan Nilai Tambah Ayam Pejantan Rosa Catering dengan dibakar sendiri

Komponen Nilai Tambah	Nilai/unit	
	Bakar Sendiri	Sudah dibakar Pemasok
Biaya Variabel	31.580.000	36.080.000
Biaya Tetap	15.833,33	7.500
Biaya Operasional	31.595.833,33	36.087.500
Pendapatan Kotor	33.750.000	36.345.833,33
Pendapatan Bersih	2.154.166,67 6,82%	258.333,33 0,72%

Tabel 9 menunjukkan bahwa perbandingan nilai tambah dengan membakar sendiri dengan yang sudah dibakar pemasok. Nilai tambah dengan membakar sendiri sebesar Rp2.154.166,67, dan nilai tambah dengan sudah dibakar pemasok sebesar Rp258.333,33.

Tabel 10. Perbandingan Nilai Tambah Pengolahan Ayam Pejantan

Jenis Biaya	Perbandingan	
	Bakar Sendiri	Sudah dibakar Pemasok
Biaya variabel	31.580.000	36.080.000
Biaya tetap	15.833,33	7.500
Biaya Operasional	31.595.833,33	36.087.500
Pendapatan Kotor	33.750.000	36.345.833,33
Pendapatan Bersih	2.154.166,67 6,82%	258.333,33 0,72%

Tabel 10 membandingkan biaya variable, biaya tetap, pendapatan kotor, dan pendapatan bersih antara membakar sendiri dengan sudah dibakar pemasok, menunjukkan bahwa hasil analisis strategi pengadaan bahan baku sendiri menghasilkan keuntungan yang sangat besar yaitu sebesar Rp2.154.166,67 dibandingkan dengan membeli ayam pejantan yang sudah dibakar pemasok yaitu sebesar Rp258.333,33. Pengadaan nilai tambah ini, merupakan salah satu keputusan strategis yang dapat digunakan perusahaan untuk terus meningkatkan keuntungan kompetitifnya. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Marisa et al., 2017) yang menyatakan bahwa salah satu alat analisis yang dapat dipergunakan untuk memberikan informasi guna membuat keputusan strategis dalam menghadapi persaingan bisnis adalah Analisa Rantai Nilai (*Value Chain Analysis*). Mengenai hal ini, Rosa Catering menggunakan pengadaan bahan baku secara mandiri sehingga dapat memberikan keuntungan dibandingkan jika Rosa Catering membeli bahan baku pada pemasok.

KESIMPULAN

Penerapan rantai nilai pada Rosa Catering memberikan pengaruh positif terhadap keunggulan kompetitif untuk membantu mengoptimalkan berbagai proses bisnis, mulai dari pengadaan bahan baku hingga penyajian ke pelanggan, sehingga meningkatkan efisiensi, kualitas, dan kepuasan pelanggan. Perhitungan nilai tambah yang dihasilkan Rosa Catering setelah bahan baku diolah menjadi ayam pejanntan yang sudah bakar sebesar Rp2.154.166,67 atau setara 6,82% dengan pengadaan bahan baku sendiri.

Pengelolaan manajemen biaya yang baik pada Rosa Catering dapat mempertahankan keunggulan kompetitif secara optimal. Pengoptimalan biaya dalam manajemen catering memerlukan perencanaan yang matang, pengelolaan stok yang efisien, pengadaan bahan baku yang cerdas, dan penetapan harga yang tepat. Dengan menerapkan strateg-strategi ini, Rosa Catering dapat mengurangi biaya operasional, meningkatkan profitabilitas, dan memastikan kepuasan pelanggan. Untuk mendapatkan pemahaman yang lebih luas, penelitian lanjutan dengan sampel yang lebih beragam direkomendasikan di berbagai jenis usaha catering, baik skala kecil, menengah, maupun besar, serta di berbagai lokasi geografis.

REFERENSI

- Abdullah, A. A. H., & Senan, N. A. M. (2019). The complementary association between value chain analysis and target costing system to strengthen the competitiveness: An applied study on Saudi manufacturing companies in Al-Kharj. *Management Science Letters*, 9(10), 1543–1552. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.5.031>
- Alnawaiseh, M. A. L. I., AL-Rawashdi, F. M., & Alnawaiseh, M. (2014). The Extent of Applying Value Chain Analysis to Achieve and Sustain Competitive Advantage in Jordanian Manufacturing Companies. *International Business Research*, 7(8). <https://doi.org/10.5539/ibr.v7n8p179>
- Arifin, A., Halim, Moh., & Maharani, A. (2020). Penentuan Biaya Strategis Melalui Analisis Value Chain. *BUDGETING: Journal of Business, Management and Accounting*, 2(1), 127–139. <https://doi.org/10.31539/budgeting.v2i1.1224>
- Arvianto, A., & Rakhmawati, A. D. (2013). Usulan Strategi untuk Meningkatkan Daya Saing Produk Mebel Rotan Single Chair dengan Analisis Rantai Nilai (Studi Kasus: Klaster Mebel Rotan Kab. Cirebon). In *J@TI Undip: Vol. VIII* (Issue 2). <http://dishut.jabarprov.go.id>
- Ayu Puspitasari, I. S., Susbiyani, A., Fitriya, E., & Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, P. (2018). *Analisis Rantai Nilai (Value Chain Analysis) sebagai Upaya untuk Meningkatkan Keunggulan Kompetitif bagi Perusahaan (Studi Empiris Pada PT Indoroti Prima Cemerlang abang Jember)*.
- Chandra, A. (2016). *Analisis Pengaruh Teknologi dan Rantai Nilai dalam Pencapaian Keunggulan Bersaing Berkelanjutan dalam Upaya Peningkatan Kinerja Usaha di Industri Kulit Manding Yogyakarta*. <http://ejournal-s2.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Damayanti, N. A., Probowulan, D., & Nastiti, A. S. (2021). Analisis Rantai Nilai sebagai Upaya untuk Meningkatkan Keunggulan Kompetitif (Studi Kasus Pada Ud. Ijen Batik Bondowoso). In *Jurnal Akuntansi Terapan dan Bisnis* (Vol. 1, Issue 1).
- Hartati, M., & Rahman, A. (2016). Analisa Risiko Rantai Pasok Lopo Mandailing Kopi dengan Pendekatan Sistem Traceability. In *Jurnal Teknik Industri* (Vol. 2, Issue 1).
- Hayati, E. N. (2014). *Supply Chain Management (SCM) dan Logistic Management*.

- Ikhwana, A., Kalibrasi, J., Tinggi, S., Garut, T., & Mayor, J. (2017). *Analisis Dan Strategi Penambahan Nilai Jual Komoditas Kopi Melalui Penataan Rantai Nilai Komoditas Kopi*. <http://journals.sttgarut.ac.id>
- Jannah, R., Yurisinthae, E., Hamid, A., & Yusra, A. (2019). *Analisis Rantai Nilai (Value Chain) Kerupuk Lidah Buaya (Alovera) pada UKM I Sun Vera di Kota Pontianak*.
- Kesuma, M. (2019). *Analisis Rantai Nilai (Value Chain Analysis) Bank Muamalat untuk Peningkatan Kinerja* (Vol. 1, Issue 2). www.tempo.co,
- Marisa, J., Syahni, R., & Ampuh Hadiguna, R. (2017). *Analisis Strategi Rantai Nilai (Value Chain) untuk Keunggulan Kompetitif melalui Pendekatan Manajemen Biaya pada Industri Pengolahan Ikan*.
- Masharyono, & Hasanah, C. U. (2016). *Tourism Scientific Journal Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Celdi Katering (Survei Pada Konsumen Celdi Katering)*. <http://life.viva.co.id/news/read/...//rabu>,
- Papilaja, J. (2015). *Analisis Rantai Nilai untuk Efisiensi dan Peningkatan Marjin pada Perusahaan Produsen Mutiara di Maluku*.
- Prasetyo, M. A. M., & Sukatin, S. (2020). Nilai Strategis dalam Meningkatkan Competitive Value Perguruan Tinggi Agama Islam Swasta di Provinsi Jambi. *Idarah (Jurnal Pendidikan Dan Kependidikan)*, 4(2), 121–134. <https://doi.org/10.47766/idarah.v4i2.1037>
- Sari, I. N., Pusparini, H., & Nurabiah, N. (2023). Analisis Biaya Produksi Dan Perhitungan Tarif Air Minum Pada Perusahaan Daerah Air Minum (Pdam) Kabupaten Lombok Timur. *Bisnis-Net Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 6(2), 461–468. <https://doi.org/10.46576/bn.v6i2.3549>
- Segara, G. A., Kusmantini, T., & Utami, Y. (2019). *Pengaruh Aktivitas Rantai Nilai Terhadap Kualitas dan Inovasi Produk*. 1(3). www.kemenperin.go.id
- Septi Sanjaya, N., Tinggi Ilmu Ekonomi Sutaatmadja Subang, S., & Artikel, H. (2021). Supply Chain Risk Management (SCRM) Analysis on The Supply Chain of Halal Food Products Using Scor, Horr and Pareto Diagram Method (Case Study on Ibu Mimin's Chicken Slaughter House). *Islamic Economic, Accounting and Management Journal (TSARWATICA)*, 48–77. <https://ojs.stiesa.ac.id/index.php/tsarwatica>
- Soemaryani Imas, Ernie Tisnawati, & Deki Fermansyah. (2015). *Pengembangan Model Kontribusi Network Governance dalam Value Chain untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing Usaha Perikanan Tangkap (Survei Pada Nelayan Perikanan Tangkap Di Kabupaten Indramayu)*. www.rokhmindahuri.info,
- Sugiono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*.
- Suriyanti. (2021). *Analisis Rantai Nilai (Value Chain Analysis) Badan Pengelola Keuangan Haji (BPKH) dalam Peningkatan Kinerja* (Vol. 2, Issue 1). www.bpkh.go.id,
- Suryandani, W., & Kusumaningsih, N. (2021). *Pengembangan Strategi Industri Kreatif Menggunakan Value Chains Analysis 265 Fokus Ekonomi Pengembangan Strategi Industri Kreatif menggunakan Value Chain Analysis*. <http://ejournal.stiepena.ac.id/index.php/fe>
- Sutriani, E., & Oktaviani, R. (2019). *Analisis Data dan Pengecekan Keabsahan Data*.

- Van Hoang, V. (2015). Value chain analysis and competitiveness assessment of Da Xanh Pomelo Sector in Ben Tre, Vietnam. *Asian Social Science*, 11(2), 8–19. <https://doi.org/10.5539/ass.v11n2p8>
- Wijaya, M. (2019). *Analisis Rantai Nilai dalam Meningkatkan Kinerja dan Keunggulan Kompetitif Perusahaan*.
- Wulandari, O. P. (2017). *Analisis Rantai Nilai (Value Chain) untuk Meningkatkan Efisiensi Biaya Produksi Cement Retarder*.
- Zulkarnaen, W., Dewi Fitriani, I., Yuningsih, N., Muhammadiyah Bandung, S., & Tasikmalaya, S. (2020). *Pengembangan Supply Chain Management dalam Pengelolaan Distribusi Logistik Pemilu yang Lebih Tepat Jenis, Tepat Jumlah dan Tepat Waktu Berbasis Human Resources Competency Development di KPU Jawa Barat*. 4(2).