1. **Konsep Value Chain**

Pada umumnya organisasi bertujuan menyediakan nilai untuk pelanggan. Hal tsb membutuhkan pelaksanaan berbagai kegiatan yang berbeda-beda, dan dapat dikonseptualisasikan dalam bentuk rantai nilai (value chain ). Value chain Porter adalah model yang digunakan untuk membantu menganalisis aktivitas-aktivitas spesifik yang dapat menciptakan nilai dan keuntungan kompetitif bagi organisasi. Aktivitas-aktivitas tersebut terbagi atas 2 jenis yaitu :

1. ***Primary Activity***

* Inbound Logistic

Terdiri dari penerimaan,penyimpanan dan distribusi bahan-bahan masukan yang digunakan oleh organisasi untuk menghasilkan produk dan jasa yang dijualnya.

* Operation ( Operasi)

Adalah aktivitas-aktivitas yang mengubah masukan menjadi jasa atau produk yang sudah jadi.

* Outbond Logistic

Adalah aktivitas-aktivitas yang melibatkan distribusi produk yang sudah jadi kepada pelanggan.

* Marketing and Sales (Pemasaran dan Penjualan)

Mengarah pada aktivitas-aktivitas yang berhubungan dengan membantu para pelanggan untuk membeli jasa atau produk yang dihasilkan organisasi.

* Service ( Pelayanan )

Memberikan dukungan purna jual kepada pelanggan.Contoh pelayanan perbaikan dan pelayanan.

1. ***Support Activity***

* Infrastuktur Perusahaan

Mengarah pada aktivitas-aktivitas akuntansi,keuangan,hukum,dan administrasi umumyang penting bagi sebuah organisasi untuk beroperasi termasuk system informasi akuntansi.

* Sumber Daya Manusia

Melibatkan aktivitas yang berhubungan dengan perekrutan,pengontrakan,pelatihan dan pemberian kompensasi dalam keuntungan bagi perusahaan.

* Teknologi

Merupakan aktivitas yang meningkatkan produk dan jasa.

* Pembelian ( Purchasing)

Termasuk seluruh aktivitas yang melibatkan perolehan bahan mentah, suplay, mesin dan bangunan yang digunakan untuk melaksanakan aktivitas utama.

Adanya konsep value chain memungkinkan perusahaan mendapatkan competitive advantage melalui cost leadership, differentiation, atau keduanya.

Untuk dapat memahami competitive advantage suatu perusahaan, tidak bisa perusahaan dilihat sebagai satu keseluruhan, tetapi sebagai aktivitas-aktivitas yang saling berhubungan. Aktivitas-aktivitas itu harus diselidiki secara sistematis bagaimana kinerja dan interaksinya.

Low cost strategy memfokuskan kepada terciptanya low cost relatif terhadap

pesaing, sehingga berkaitan dengan dengan Cost Leadership. Cost Leadership dapat dicapai melalui beberapa pendekatan sbb :

1. Skala ekonomis dalam produksi

2. Pengalaman

3. Kontrol biaya yang ketat

4. Biaya minimum pada R&D, jasa, tenaga penjualan atau iklan

Differentiation strategy memfokuskan pada penciptaan produk yang berbeda yang dirasakan oleh pelanggan sebagai keunikan Keunikan produk dapat diciptakan dengan berbagai pendekatan, seperti: brand loyalty (coca-cola), superior customer service (IBM), dealer network (caterpillar tractors), desain dan fitur produk (hewlett-packard), atau teknologi (coleman). Sebuah perusahaan dapat berkembang baik menggunakan strategy cost leadership maupun differentiation tergantung pada bagaimana perusahaan tersebut memanage value chainnya

Competitive advantage pada akhirnya dapat memberikan nilai lebih bagi customer dengan biaya yang sam a value chain adalah esensial untuk menentukan secara tepat apakah nilai customer dapat ditingkatkan atau biaya direndahkan.

Tiap perusahaan mempunyai lingkup kompetitif (competitive scope) yang berbeda-beda yang mencerminkan suatu sumber potensi competitive advantage. Untuk memperoleh dan mempertahankan competitive advantage tidak hanya tergantung value chain perusahaan tetapi bagaimana perusahaan menyesuaikan dengan value system secara keseluruhan.

Dengan menerapkan konsep value chain, perusahaan dapat :

- Meningkatkan persaingan

- Mengurangi biaya

- Meningkatkan pasar

Kerangka value chain adalah sebuah mata rantai dari hulu ke hilir. Namun secara realita tidak ada perusahaan yang dapat menjangkau seluruh value chain ini dalam operasinya secara sempurna.

Setiap perusahaan mendapatkan keuntungan melalui proses value chain, meskipun mereka tidak berpartisipasi dalam setiap tahapan mata rantai tersebut.

Dalam suatu mata rantai dari hulu ke hilir, untuk bersaing di pasar, setiap perusahaan mempunyai pilihan apakah mereka akan membuat sendiri atau membeli secara lebih murah. Suatu perusahaan mungkin berbeda dengan perusahaan pesaingnya pada setiap tahapan. Beberapa dari pesaing adalah perusahaan yang terintegrasi secara penuh dan beberapa yang lain lebih terfokus secara khusus.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa value chain perusahaan mewakili kumpulan dari kegiatan dimana perusahaan memainkan fungsi yang berbeda.

Sebuah perusahaan dapat meningkatkan keuntungan tidak hanya melalui pemahaman value chain itu sendiri – dari desain sampai ke distribusi – tetapi juga melalui pemahaman bagaimana aktivitas yang mempunyai nilai tambah pada perusahaan itu sesuai dengan value chain dari pemasok dan pelanggan atau nilai yang sama pada customer dengan biaya rendah.

Model rantai nilai menunjukkan bahwa SIA adalah aktivitas pendukung. SIA dapat menambah nilai bagi organisasi dengan cara memberikan informasi yang akurat dan tepat waktu, agar kelima aktivitas utama rantai nilai dapat dilaksanakan dengan lebih efektif dan efisien. SIA yang dirancang dengan baik dapat melakukan hal ini dengan cara:

1. memperbaiki kualitas dan mengurangi biaya untuk menghasilkan produk atau jasa.
2. memperbaiki efisiensi. SIA yang dirancang dengan baik dapat membantu memperbaiki efisiensi jalannya suatu proses dengan memberikan informasi yang lebih tepat waktu.
3. memperbaiki pengambilan keputusan. SIA dapat memperbaiki pengambilan keputusan dengan memberikan informasi dengan tepat waktu.
4. berbagi pengetahuan. SIA yang dirancang dengan baik bisa mempermudah proses berbagi pengetahuan dan keahlian, yang selanjutnya dapat memperbaiki proses operasi perusahaan dan bahkan memberikan keunggulan kompetitif.

SIA yang dirancang dengan baik juga dapat membantu meningkatkan laba organisasi dengan memperbaiki efisiensi dan efektivitas rantai persediaannya. Contoh: dengan mengijinkan para pelanggan secara langsung mengakses sistem persediaan dan order penjualan milik perusahaan, biaya aktivitas penjualan dan pemasaran dapat dikurangi. Selanjutnya, apabila akses seperti itu mengurangi biaya yang ditanggung para pelanggan dan waktu pemesanan, baik tingkat penjualan dan perolehan pelanggan akan meningkat. Tentu saja, dengan membuat sistem informasi antar-organisasi seperti itu akan menimbulkan kekhawatiran baru mengenai sistem pengendalian yang harus dibicarakan. Hal ini juga membutuhkan peningkatan keandalan dan keakuratan data SIA.

1. **Konsekuensi Bagi Perusahaan**

Memasuki era pasar bebas setiap perusahaan dituntut untuk meningkatkan kualitas manajemen perusahaannya. Peningkatan kualitas manajemen perusahaan ini sangat penting, mengingat ketatnya tingkat persaingan yang harus dihadapi perusahaan. Organisasi atau perusahaan menggantungkan diri pada sistem informasi untuk mempertahankan kemampuan berkompetisi. Informasi yang dimiliki oleh perusahaan digunakan oleh pimpinan perusahaan dalam mengambil tindakan dan keputusan yang tepat. Salah satu informasi yang dibutuhkan adalah informasi akuntansi. Informasi akuntansi dibutuhkan oleh pihak manajemen perusahaan untuk mengetahui apakah perusahaan dalam menjalankan operasinya dapat meningkatkan kemampuan ekonomisnya atau tidak. Oleh karena itu pencatatan akuntansi yang baik sangat penting agar dapat mengambil keputusan yang tepat dalam mengambil keputusan.

**Hubungan dengan value chain**

Aktivitas dalam value chain bukan aktivitas yang independen melainkan interdependen. Hubungan antar aktivitas mempengaruhi kinerja dan biaya aktivitas lainnya. Penyebab dari hubungan tersebut adalah sebagai berikut

* Fungsi yang sama dapat dilakukan dengan cara yang berbeda.
* Biaya atau kinerja direct activities diperbaiki dengan usaha yang lebih indirect activities.
* Aktivitas yang dilakukan didalam perusahaan mengurangi kebutuhan untuk memperagakan,menjelaskan atau melayani produk dilapangan.
* Fungsi quality assurance dapat dilakukan dengan cara yang berbeda.

Hubungan vertical

* Value Chain Pemasok/ Channel

Hubungan (linkages) tidak hanya terjadi diantara value chain perusahaan tetapi juga value chain pemasok dan channels, hubungan ini disebut hubungan vertical. Dalam hal ini bagaimana aktivitas dari pemasok atau channel dilakukan akan mempengaruhi kinerja dari aktivitas perusahaan. Hubungan ini menyediakan kesempatan bagi perusahaan untuk meningkatkan competitive advantagenya.

Value Chain Pembeli

Pembeli juga memiliki value chain dan produk perusahaan mewakili masukan yang dibeli

Untuk chain yang dibeli. Differensiasi perusahaan diturunkan secara dasar dari pembuatan value untuk pembeli melalui pengaruh perusahaan terhadap value chain pembeli. Value tersebut diciptakan ketika perusahaan membuat competitive advantage untuk pembelinya menurunkan biayanya, pembeli meningkatkan kinerja pembeli.

**SARAN**

Evaluasi terhadap SIA Siklus Produksi meliputi analisis unit organisasi terkait, analisis terhadap laporan keuangan, analisis terhadap kode rekening, analisis terhadap buku besar dan buku pembantu, analisis jurnal, analisis formulir yang digunakan, analsis sistem otorisasi dalam pelaksanaan transaksi, dan analisis terhadap prosedur pelaksanaan transaksi dimana yang dianalisis adalah kelemahan yang terdapat dalam SIA siklus produksi pada kedua perusahaan tersebut. Kelemahan yang ditemukan dalam analisis tersebut adalah

* Tidak mencantumkan laporan harga pokok penjualan.
* Untuk PT.Maju Terus sebaiknya beban-beban atau biaya-biaya dikurangi kemudian mengusahakan penambahan pendapatan untuk mencegah dan menanggulangi kemungkinan-kemungkinan yang muncul seperti biaya perlengkapan yang terkadang mendadak.

Hal ini mengakibatkan informasi keuangan yang dihasilkan tidak dapat diandalkan. Selanjutnya dari kelemahan-kelemahan tersebut, diberikan rekomendasi perbaikan terhadap SIA Siklus Produksi yang lama. Hal-hal yang dilakukan adalah, perancangan format Laporan Harga Pokok Penjualan sehingga lebih jelas dan dapat dipahami. ,. Hal ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan dalam memperbaiki SIA Siklus Produksi oleh PT.TAK KENAL MUNDUR dan PT.MAJU TERUS.