

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 *Value chain* Dalam Organisasi/Perusahaan

Pengertian *value chain* menurut Porter (1994) yaitu merupakan suatu proses memilah-milah suatu perusahaan ke dalam beberapa aktivitas yang secara strategis relevan dalam rangka memahami perilaku biaya serta sumber diferensiasi yang ada dan yang memiliki potensi.

Menurut Pearce dan Robinson (2013), *value chain* menggambarkan cara dalam memandang suatu perusahaan sebagai rantai aktivitas yang mampu mengubah suatu input menjadi output yang bernilai bagi pelanggan.

Menurut Blocher, Chen, dan Lin (2007), *value chain* adalah suatu aktivitas yang harus dilakukan dalam proses perolehan bahan dan mengubahnya menjadi produk akhir, termasuk pelayanan kepada pelanggan.

Definisi lain *value chain* dijelaskan juga oleh Kalpinsky dan Morris dalam jurnalnya sebagai:

The full range of activities which are required to bring a product or services from conception, through the different phases of production (that involving

a combination of physical transformation and the input of various producer services), delivery to final consumers, and the final disposal after use. (Kaplinsky, R., dan Morris, M. : 2001)

Dari beberapa pendapat para ahli tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa pengertian dari *value chain* adalah suatu aktivitas dalam perusahaan yang mengubah suatu input menjadi output final yang nantinya akan diberikan kepada pelanggan sekaligus memberikan nilai bagi pelanggan tersebut.

2.2 Peran Sistem Informasi pada Keputusan Bisnis

Definisi dari sistem adalah sekumpulan unsur yang saling terkait dan mempunyai fungsi untuk dapat mencapai tujuan tertentu (Mulyadi, 2016).

Sistem merupakan beberapa komponen yang saling terkait dan sebagian besar sistem akan memiliki subsistem yang lebih kecil untuk mendukung sebuah sistem yang lebih besar dalam rangka mencapai suatu tujuan (Romney, B., & Steinbart, 2015).

Menurut Davis (1991), pengertian informasi adalah data yang telah diolah menjadi suatu bentuk sehingga dapat memberikan makna bagi penerimanya dan dapat berguna dalam proses pengambilan keputusan saat ini maupun di masa yang akan datang.

Menurut Romney dan Steinbart (2015) Informasi merupakan suatu data yang telah dikelola dan diolah dalam rangka memberikan suatu makna dan meningkatkan proses.

Berdasarkan beberapa pengertian terkait sistem dan informasi yang telah diuraikan tersebut dapat disimpulkan bahwa sistem informasi adalah suatu kumpulan unsur, siklus, atau prosedur yang berhubungan satu sama lain, yang memproses data dan mengolahnya agar dapat memberikan arti dan manfaat dalam pengambilan keputusan.

Maka, peran sistem informasi dalam pengambilan keputusan bisnis yaitu mengolah data-data yang ada sehingga dapat menghasilkan informasi-informasi yang memiliki arti yang mana nantinya informasi tersebut dapat digunakan dan mempengaruhi proses pengambilan keputusan bisnis.

2.3 Analisis *Value Chain* dengan Pendekatan Ward dan Peppard

Menurut Blocher, Chen, dan Lin, 2007, analisis *value chain* merupakan analisis strategi yang digunakan untuk memahami secara lebih baik keunggulan kompetitif untuk mengidentifikasi dimana *value chain* pelanggan dapat ditingkatkan atau penurunan biaya, dan untuk memahami secara lebih baik hubungan perusahaan dengan pemasok atau supplier, pelanggan, dan perusahaan lain dalam industry.

Sedangkan Menurut Pierce dan Robinson (2007) analisis rantai nilai adalah sebuah analisis yang mencoba untuk memahami bagaimana suatu bisnis dapat menciptakan nilai bagi pelanggan dengan menguji kontribusi dari kegiatan yang berbeda dalam suatu perusahaan.

David (2011) dalam bukunya juga menerangkan analisis *value chain*, yaitu:

Value chain analysis refers to the process whereby a firm determines the costs associated with organizational activities from purchasing raw materials to manufacturing product(s) and in the end is to marketing those products to the market.

Sehingga, dapat disimpulkan dari pengertian beberapa ahli diatas, analisis *value chain* adalah suatu proses analisa yang dilakukan pada suatu bisnis agar dapat meminimalkan biaya dan mengoptimalkan nilai bagi pelanggan.

Analisis *value chain* dengan pendekatan ward dan peppard dilakukan dengan menganalisa proses bisnis internal dan eksternal organisasi dengan menggunakan *value chain* dan *Strength, Weakness, Opportunity, and Threat* (SWOT).