

## Abstrak

Kata Kunci: Rantai Nilai, Keunggulan Kompetitif, Misi Bisnis

Jenis penelitian ini adalah studi kasus yang mengkombinasikan Teknik wawancara dan observasi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa bagaimana implementasi misi bisnis pada setiap aktifitas misi bisnis perusahaan. Analisa dilakukan dengan menggunakan pendekatan analisa rantai nilai dengan tujuan untuk mengidentifikasi nilai-nilai keunggulan pada setiap aktifitas nilai bisnis. Untuk bersaing dengan para kompetitornya, perusahaan membutuhkan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dan bukan bersifat sementara. Keunggulan kompetitif yang bersifat sementara akan cenderung mudah untuk ditiru oleh kompetitor sedangkan keunggulan kompetitif perusahaan yang berkelanjutan akan menjadi faktor kunci kesuksesan utamanya dalam bersaing.

Misi bisnis catering Ibu Supardi adalah bagaimana menyediakan harga yang kompetitif dan berkualitas bagi pelanggan serta memberikan pelayanan yang prima. Misi bisnis ini dapat terwujud jika setiap aktifitas bisnis bersinergi dengan baik. Menurunnya omset perusahaan secara drastis pada kurun waktu 5 tahun menjadikan dorongan internal bagi perusahaan untuk mengkaji kembali apakah misi bisnis perusahaan telah terealisasi dengan baik. Penelitian ini menyimpulkan bahwa hanya aktifitas *inbound logistic* yang memiliki nilai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Penelitian ini juga menyimpulkan bahwa arah bisnis catering Ibu Supardi lebih kepada *cost leadership* dan tidak memiliki diferensiasi produk. Misi bisnis catering Ibu Supardi terkait dengan produk yang berkualitas dan memberikan layanan yang prima belum terealisasi dengan baik.

## **Abstract**

**Keywords:** Value Chain, Competitive Advantage, Business Mission

It's a study case research which combines the interview and observation technique. It aims at analyzing the quality of implementation the company's business mission on its every business activities. It will use the value chain analytical approach to identify the competitive advantage embedded on its every single business activities. To compete with the rivals, the company needs to have the sustainable competitive advantage instead of the temporary competitive advantage. The sustainable competitive advantage is the key success factor for the company to compete with the business competitors.

The business mission of Ibu Supardi catering company is on how to provide the competitive price as well as the high quality of the product. It will be well implemented if every single business activities have a positive synergy. The dramatic declining of the company revenue for the last five years is the internal driving force for the company to reevaluate its implementation. The research concludes that only the inbound logistic which has the sustainable competitive advantage. it also sums up that the company is tended to be the cost leadership company rather than the differentiated ones. The business mission company on how to provide the high quality for the customers is still cannot be fulfilled.