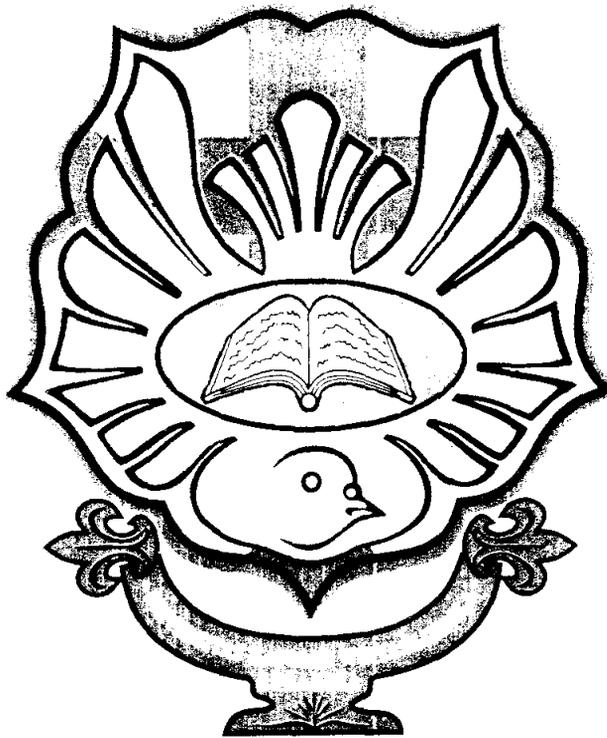


MEMBANGUN KAPABILITAS PERUSAHAAN DALAM
MENCIPTAKAN KEUNGGULAN BERSAING MELALUI
VALUE SHOP MODEL



2425 /13
21-5-2013

FB
FB-M
Sep
m

Oleh :

SEPTIVANA

3103102466

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2008

LEMBAR PERSETUJUAN

MAKALAH TUGAS AKHIR

**MEMBANGUN KAPABILITAS PERUSAHAAN DALAM
MENCIPTAKAN KEUNGGULAN BERSAING MELALUI
VALUE SHOP MODEL**

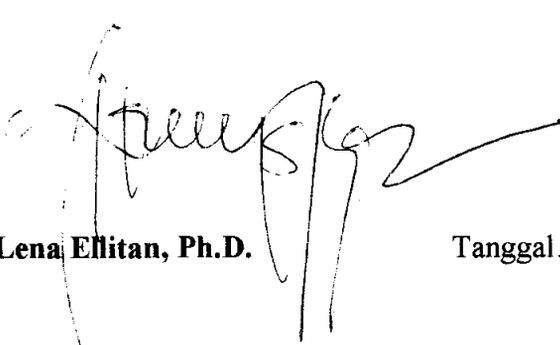
Oleh:

SEPTIVANA

3103102466

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

PEMBIMBING


Lena Ellitan, Ph.D.

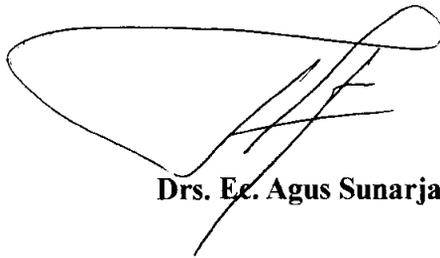
Tanggal.....*20/8/08*.....

LEMBAR PENGESAHAN

Tugas akhir yang ditulis oleh: Septivana NRP: 3103102466

Telah disajikan pada tanggal 31 Januari 2009 dihadapan tim penguji.

Ketua Tim Penguji:

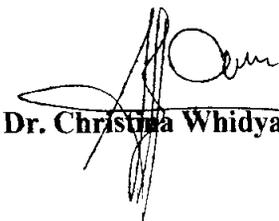


Drs. Ec. Agus Sunarjanto, MM.

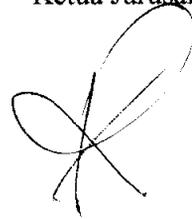
Mengetahui:

Dekan,

Ketua Jurusan,



Dr. Christina Whidya Utami, MM.



Drs. Ec. Yulius Koesworo, MM.

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bahwa in, saya :

Nama : **SEPTIVANA**
NRP : 3103102466
Fak / jur : Ekonomi / manajemen
Alamat / telpon : Jl. Usman Sadar / 03160791500

Dengan ini menyatakan dengan sebenarnya bahwa makalah tugas akhir yang saya buat adalah hasil pemikiran saya sendiri dan tidak merupakan hasil plagiat.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan bersedia menerima sanksi apabila saya melanggar hal-hal yang tidak sesuai dengan pernyataan ini.

Surabaya, 11 Februari 2009

Yang Membuat Pernyataan

60
Tgl.
M.E.T. S.A. S.T.E.M.P.E.T.
SEPTIVANA

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan berkat dan Rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini sebagai pemenuhan salah satu syarat dalam perolehan gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Pada kesempatan ini penulis hendaknya menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Dr. Christina Whidya Utami, MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Drs. Ec. Yulius Koesworo, MM., selaku Sekretaris Fakultas Ekonomi, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu Lena Ellitan, Ph.D., selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk membimbing penulisan tugas akhir ini.
4. Para dosen pendidik semua mata kuliah konsentrasi manajemen pemasaran serta teman-teman yang secara langsung maupun tidak langsung turut memberikan saran dalam penyelesaian tugas akhir ini.
5. Kedua orang tua, yang senantiasa memberikan dukungannya dalam penyelesaian tugas akhir ini.

Dalam penyelesaian penulisan tugas akhir ini, penulis telah berusaha dengan sebaik mungkin. Penulis juga menyadari akan terbatasnya waktu,

kemampuan, serta pengalaman yang dimiliki. Oleh karena itu, penulis bersedia menerima kritik dan saran yang sangat bermanfaat dalam penyempurnaan tugas akhir ini.

Akhir kata, dengan segala keterbatasan maka kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak sangat diharapkan. Semoga penulisan tugas akhir ini bermanfaat bagi semua pihak.

Surabaya, Januari 2009

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR GAMBAR	iv
ABSTRAKSI	v
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penentuan Pokok Bahasan.....	1
1.2. Pokok Bahasan.....	2
1.3. Tujuan Penulisan.....	3
BAB 2 TINJAUAN KEPUSTAKAAN	4
2.1. Landasan Teori.....	4
2.1.1. Aktivitas <i>Value Shop</i>	4
2.1.2. Kapabilitas Perusahaan.....	9
2.1.3. Keunggulan Bersaing.....	11
BAB 3 PEMBAHASAN	14
3.1. Pentingnya Model Value Shop.....	14
3.2. Kapabilitas perusahaan dalam menciptakan keunggulan bersaing melalui model <i>value shop</i>	18
BAB 4 SIMPULAN	20
DAFTAR KEPUSTAKAAN	

DAFTAR ISI

Nomor	Halaman
2.1. Diagram <i>Value Shop</i> dalam Praktek	5

ABSTRAKSI

Model *value shops* terdiri dari lima kategori yaitu: 1) *problem-finding and acquisition*. Melakukan pencatatan, pembacaan, dan formulasi masalah yang akan diselesaikan dengan pendekatan yang menyeluruh, 2) *problem solving*. Melakukan evaluasi terhadap solusi alternatif, 3) *Choice*. Pemilihan di antara solusi-solusi alternatif yang tersedia, 4) *Execution* adalah melakukan komunikasi, mengorganisasi, dan mengimplementasikan solusi pilihan, dan *control and evaluation* adalah melakukan pengukuran dan evaluasi terhadap pelaksanaan.

Kapabilitas perusahaan hanya mewujudkan melalui proses manifestasi sumber daya manusia profesional dalam mengoperasikan teknologi yang dimilikinya dan mewujudkan dalam layanan kepada konsumen tepat waktu. Oleh karena itu peningkatan kapabilitas perusahaan jasa dapat dilakukan melalui peningkatan kualitas jasa kesehatan dengan melakukan tindakan *value shop*.