**ANALISIS PENERAPAN *HIERARCHY VALUE CHAIN* DAN *COMPETITIVE ADVANTAGE* SAMSUNG DALAM MENGUASAI PASAR *SMARTPHONE* GLOBAL TAHUN 2019-2021**

**Rika Yuliana**

Program Studi Ilmu Hubungan Internasional

 Fakultas Bisnis dan Humaniora

Universitas Teknologi Yogyakarta

Email: ryaniyulia47@gmail.com

**ABSTRAK**

 Samsung merupakan salah satu perusahaan multinasional terbesar yang bergerak dalam bidang manufaktur teknologi seperti *smartphone*. *Smartphone* yang diproduksi oleh Samsung populer dengan desain yang inovatif. Oleh sebab itu, Penjualan Samsung berhasil mengalahkan Apple sebagai kompetitor utama. Tidak seperti perusahaan multinasional lainnya, Samsung memiliki strategi *value chain governance* (rantai nilai global) yang berbeda. Hal ini berkaitan dengan keunggulan kompetitif yang dimiliki Samsung sehingga dapat memenangkan pasar *smartphone* global tahun 2019-2021. Dari studi kasus tersebut, penulis akan berfokus pada strategi *value chain governance* dan keunggulan kompetitif yang dimiliki Samsung. Melalui model *hierarchy value chain* penulis akan menganalisa tata kelola rantai nilai yang dilakukan Samsung dengan pemasok serta konsep *competitive advantage* yang akan membahas mengenai kepemimpinan biaya dan perbedaan *smartphone* Samsung dibandingkan merek lain. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan melakukan studi kepustakaan dari berbagai sumber yang kredibel dan relevan dengan studi kasus yang dibahas. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, penulis menemukan bahwa Samsung memutuskan untuk memproduksi *smartphone* nya sendiri karena memiliki spesifikasi produk yang kompleks, produk sulit dikodifikasi, dan rendahnya kapabilitas pemasok. Hal ini berkaitan dengan konsistensi Samsung untuk mempertahankan kualitas, efisiensi biaya, dan inovasi produk.

**Kata Kunci** : Inovasi, *Smartphone*, *Value Chain Governance*, *Competitive Advantage*

***ANALYSIS OF SAMSUNG'S HIERARCHY VALUE CHAIN ​​AND COMPETITIVE ADVANTAGE IMPLEMENTATION IN DOMINATING THE GLOBAL SMARTPHONE MARKET IN 2019-2021***

**Rika Yuliana**

*International Relations Study Program*

*Faculty of Business and Humanities*

*University of Technology Yogyakarta*

*Email: ryaniyulia47@gmail.com*

***ABSTRACT***

 *Samsung is one of the largest multinational companies engaged in manufacturing technology such as smartphones. Smartphones manufactured by Samsung are popular with innovative designs. Therefore, Samsung's sales managed to beat Apple as the main competitor. Unlike other multinational companies, Samsung has a different value chain governance strategy. This is related to Samsung's competitive advantage so that it can win the global smartphone market in 2019-2021. From this case study, the author will focus on the value chain governance strategy and Samsung's competitive advantage. Through the hierarchy value chain model, the author will analyze the value chain governance that Samsung does with suppliers and the concept of a competitive advantage which will discuss cost leadership and the differences between Samsung smartphones and other brands. This study uses a descriptive qualitative research method by conducting a literature study from various credible and relevant sources with the case studies discussed. Based on the analysis that has been done, the authors found that Samsung decided to produce its smartphone because it has complex product specifications, products that are difficult to codify, and low supplier capabilities. This is related to Samsung's consistency in maintaining quality, cost efficiency, and product innovation.*

***Keywords:*** *Innovation, Smartphone, Value Chain Governance, Competitive Advantage*