

ABSTRAK

Setiap badan usaha menginginkan tingkat pengembalian yang tinggi di atas rata-rata industri. Setiap badan usaha yang bersaing dalam industri mempunyai strategi bersaing. Strategi bersaing adalah titik awal bagaimana badan usaha dapat secara aktual menciptakan dan mempertahankan keunggulan bersaing dalam industrinya. Keunggulan bersaing merupakan hal yang penting sehingga badan usaha dapat bertahan dalam persaingan ini.

Lingkungan yang kompetitif dari *mass producers* mendukung strategi generik dari *cost leadership* dan *product differentiation*. Kedua strategi ini mengasumsikan bahwa suatu badan usaha dapat meraih *sustainable competitive advantage*, sehingga badan usaha dapat menghindari persaingan.

Namun dalam lingkungan persaingan yang semakin kompleks, membuat badan usaha semakin sulit untuk dapat memiliki keunggulan bersaing yang dapat dipertahankan. PT "X" adalah salah satu badan usaha yang bergerak di industri karung plastik harus berusaha keras agar dapat bertahan hidup. PT "X" tidak dapat lagi menghindari persaingan dengan menggunakan strategi generik *cost leadership* maupun *differentiation*, tetapi harus masuk dalam arena persaingan untuk bersaing secara langsung satu sama lain. Badan usaha beralih menggunakan *confrontation strategy* yang tidak menghindari persaingan, melainkan menghadapinya.

Skripsi yang berjudul: "**Penerapan *Confrontation Strategy* Melalui Pengelolaan *Survival Duplet* Dengan *Cost Reduction* Didukung *Kaizen Costing* Pada PT "X" Di Sidoarjo**" bertujuan agar para badan usaha memperhatikan dan mengelola dua karakteristik dari produk yaitu *cost-price* dan *quality of product* yang dikenal sebagai *survival duplet* melalui *cost reduction* dengan didukung *kaizen costing*.

Badan usaha yang menggunakan *confrontation strategy* harus membuat produk yang dapat memuaskan pelanggan. Badan usaha perlu memperhatikan, memuaskan dan mempertahankan pelanggan yang ada karena pelanggan dewasa ini menjadi sangat tidak loyal. Apabila badan usaha tidak dapat memenuhi keinginan dan permintaan pelanggan, maka tanpa ragu-ragu pelanggan akan dengan segera meninggalkan badan usaha, mencari badan usaha lain yang lebih dapat memenuhi permintaan dan keinginan pelanggan.

Agar badan usaha dapat mempertahankan pelanggan yang ada, maka badan usaha yang menggunakan *confrontation strategy* harus memperhatikan dan mengelola dua karakteristik dari produk yaitu *cost-price* dan *quality of product*. Dengan strategi ini badan usaha diijinkan

untuk melakukan perubahan secara cepat dan tepat sesuai dengan permintaan pasar atas salah satu atau lebih karakteristik produknya, dengan syarat karakteristik itu tidak keluar dari batasan-batasan yang ditentukan oleh *survival duplet* yang telah dibentuk sebelumnya.

Badan usaha melakukan *cost reduction* dengan mengadopsi *kaizen costing* yang tidak hanya mengurangi *cost of product*, tetapi juga memperhatikan kualitasnya. *Cost reduction* yang ditempuh adalah pada biaya bahan baku dan bahan pembantu, serta biaya *overhead* pada divisi *extrusion* yang memproduksi *yarn*.

