

ABSTRAK

Pertumbuhan ekonomi dunia telah meningkat pesat seiring dengan kemajuan teknologi, oleh karena itu kompetisi bisnis pun semakin ketat. Banyaknya persaingan dalam dunia bisnis mendorong suatu badan usaha untuk menggunakan strategi yang jitu dalam memenangkan persaingan.

Dalam mencapai keunggulan bersaing, untuk merebut hati *customer* perlu diterapkan *kaizen* sebagai strategi jangka pendek maupun jangka panjang. *Kaizen* sangat relevan diterapkan dalam segala keadaan karena prinsip *kaizen* adalah perbaikan secara berkesinambungan yang memungkinkan memacu suatu badan usaha agar mengadakan perbaikan terus menerus sehingga badan usaha itu tetap bertahan bahkan lebih maju.

Pada tahap awal penerapan suatu kebijakan diperlukan pengembangan kebijakan dalam jangka panjang. Untuk menentukan kebijakan jangka panjang maka harus diperhatikan beberapa hal : Aspek pendekatan *kaizen* untuk *customer care*, *new success factors* dan *customer satisfaction*, produktivitas, profitabilitas dan keunggulan bersaing, visi dan strategi, serta pemanfaatan informasi akuntansi manajemen sebagai pendukung.

Salah satu faktor yang sangat menentukan dalam dunia usaha adalah faktor *customers* karena *customers* inilah yang menentukan maju mundurnya suatu badan usaha. Bila suatu badan usaha memiliki *customers* yang loyal terhadap produk yang dihasilkan, akan merupakan suatu *asset* yang sangat besar. Dengan adanya *asset* ini suatu badan usaha tidak akan takut lagi dalam bersaing dengan pesaingnya dan terlebih lagi profit yang ditargetkan akan tercapai. *Customer care* sangat menentukan gerak langkah suatu badan usaha. Dengan *customer care* akan tercapai *customer satisfaction* yang merupakan kunci kesuksesan dalam mengelola suatu badan usaha. Agar *customer satisfaction* ini dapat tercapai, maka diperlukan suatu strategi. Dengan *kaizen* yang menerapkan *continuous improvement* diharapkan dapat meningkatkan kinerja badan usaha sehingga perpaduan antara *kaizen* dan *customer satisfaction* akan menjadikan badan usaha tersebut mempunyai keunggulan bersaing dan menjadi *market leader*.

Dengan makin banyaknya *customer* yang loyal terhadap produk yang dihasilkan maka akan meningkatkan produktivitas kerja badan usaha. Meningkatnya produktivitas diharapkan akan diikuti dengan meningkatnya profitabilitas sehingga badan usaha akan makin berkembang dari waktu ke waktu menjadi *market leader*.

Untuk mencapai keunggulan bersaing, pemanfaatan informasi akuntansi manajemen untuk mendukung *kaizen management* sangatlah memegang peranan penting. Oleh karena itu PT "X" harus menggunakan informasi keuangan dan informasi operasional secara berkesinambungan

sesuai dengan prinsip *kaizen* untuk memenuhi kebutuhan manajerial PT “X”. Dengan informasi akuntansi manajemen sangat berguna dalam merencanakan strategi PT “X” dan mencari penyebab masalah yang timbul terutama dalam hal proses akuntansi serta mengambil tindakan perbaikan untuk meningkatkan kinerja PT “X”. Dengan mengoptimalkan informasi akuntansi manajemen akan mengurangi inefisiensi kerja PT “X” yang berarti akan menghemat tenaga dan biaya.

