

ABSTRAKSI

Persaingan global pada saat ini sudah merupakan fenomena yang tak terhindarkan dalam dunia industri, hal ini ditandai dengan perubahan-perubahan yang serba cepat di bidang komunikasi, informasi, dan teknologi. Dalam era ini baik kegiatan manufaktur maupun jasa sangat membutuhkan kemampuan baru agar perusahaan dapat kompetitif. Perusahaan harus dapat dengan cepat merespons perubahan-perubahan agar dapat memenangkan persaingan global.

Untuk menentukan keunggulan kompetitifnya, badan usaha harus mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang dapat menjadi kunci keberhasilannya. Faktor-faktor ini di sebut juga sebagai *key success factors* (= *critical success factors*). Identifikasi *key success factors* ini dapat dilakukan dengan melakukan analisis pelanggan, analisis permintaan, dan analisis persaingan, menurut Grant (1995).

Menurut Atkinson (1997), ada tiga *key success factors*, yaitu *cost*, *quality*, dan *service*. Badan usaha harus berhati-hati dalam mengidentifikasi *key success factors*nya. Bila badan usaha telah menetapkan apa yang menjadi *key success factors*nya dengan tepat, maka akan menunjang keberhasilan badan usaha dalam mencapai tujuan, dan system pengendalian yang dilakukan dapat lebih difokuskan pada faktor-faktor yang sangat penting bagi pencapaian tujuan badan usaha.

Key success factors merupakan informasi non finansial yang dapat membantu badan usaha dalam menentukan strategi yang sebaiknya diterapkan oleh badan usaha untuk dapat meningkatkan perolehan laba dengan menganalisis semua faktor-faktor yang ada dalam badan usaha tersebut. Pengidentifikasi *key success factors* yang tepat dapat mendukung penerapan strategi bersaing badan usaha. Strategi ini bertujuan untuk menemukan posisi dalam industri sehingga perusahaan dapat bertahan dalam persaingan. Strategi ini penting untuk menghadapi kekuatan persaingan sehingga badan usaha dapat tetap bertahan dan berkembang di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat dan mengglobal.

Penelitian ini dilakukan pada PT. Kencana Rahayu, yang merupakan perusahaan jasa pengangkutan. Agar dapat bertahan dalam persaingan, perusahaan ini memberikan jasa pengangkutan yang mengutamakan kualitas, layanan, dan dengan ongkosan yang kompetitif. Perusahaan ini mengutamakan layanan pada pelanggan untuk mempertahankan kepercayaan pelanggan lama, untuk menciptakan loyalitas pelanggan baru, serta mendukung strategi bersaing, yaitu *strategy focus*. Dengan strategi ini kegiatan operasional perusahaan menjadi efektif, efisien, sehingga keduanya dapat memberikan keunggulan bagi PT. Kencana Rahayu di banding pesaing.