

## ABSTRAK

Situasi persaingan antar industri yang semakin ketat terutama diantara *lean enterprises* menyebabkan badan usaha harus menetapkan strategi bersaing yang tepat agar dapat bertahan. Dalam pemilihan strategi bersaing hendaknya dipilih suatu strategi yang sesuai dengan kondisi, kemampuan dan sumber daya – sumber daya yang dimiliki oleh badan usaha. Adanya persaingan yang semakin ketat tersebut menyebabkan suatu badan usaha tidak dapat mencapai *sustainable competitive advantage* pada jangka waktu yang panjang. Dengan adanya situasi seperti ini, maka badan usaha tidak dapat lagi menghindari persaingan yang ada tetapi berusaha untuk menghadapinya dengan menggunakan strategi konfrontasi generik, dalam hal ini adalah strategi *cost leadership*. Dengan demikian, badan usaha dapat menciptakan *temporary competitive advantage*.

Timbulnya banyak badan usaha terutama dalam industri yang memproduksi barang yang sama mengakibatkan konsumen tidak dapat lagi setia hanya kepada satu badan usaha. Oleh karena itu penciptaan produk yang benar-benar sesuai dengan harapan dan preferensi konsumen sangat dibutuhkan agar timbul kepuasan konsumen. Salah satu cara yang digunakan adalah dengan memperhatikan *survival triplet* dari produk, yang terdiri dari tiga karakteristik yaitu *cost-price*, *quality* dan *functionality*. Badan usaha harus senantiasa memmanage agar ketiga karakteristik produk ini tetap berada dalam *survival zone*.

Badan usaha harus berusaha agar dapat menciptakan produk dengan biaya yang rendah, tetapi juga mempunyai kualitas yang tinggi serta *functionality* sesuai dengan kebutuhan konsumen. Cara untuk mengetahui hal ini adalah dengan memantau secara berkesinambungan dari perubahan selera konsumen dan mengembangkan sistem yang terintegrasi untuk mengelola *cost*, *quality* dan *functionality*, melalui program *Cost Management Systems* serta menciptakan suatu konteks organisasi yang dapat mendukung keberhasilan sistem tersebut.

Pada skripsi ini teknik *Cost Management Systems* yang digunakan untuk existing product adalah *Kaizen Costing*. Dalam pengelolaan survival triplet dalam rangka untuk menerapkan *confrontation strategy*, maka dipilih satu karakteristik dalam *survival triplet* yaitu *cost* dengan tetap memperhatikan *quality* dan *functionality* product.