

ABSTRAK

Perdagangan bebas yang mulai diberlakukan menyebabkan persaingan diantara badan usaha mulai mengglobal, sehingga badan usaha badan usaha tersebut tidak hanya menghadapi pesaing dari luar negeri saja, tetapi juga dari luar negeri. Untuk mempertahankan pangsa pasarnya tiap badan usaha harus meningkatkan kinerjanya dan berusaha menciptakan strategi bersaing yang bisa membuat suatu badan usaha memiliki keunggulan dimata konsumen.

Untuk membentuk badan usaha yang unggul, tiap badan usaha harus mengidentifikasi faktor faktor internal dan eksternal yang dimiliki, yang dapat menjadi kunci keberhasilannya dalam persaingan. *Key Success factor* merupakan variabel variabel dalam lingkungan badan usaha baik eksternal maupun internal yang sangat mempengaruhi kesuksesan pencapaian tujuan badan usaha.

Menurut Atkinson (1995), ada tiga kategori *key success factor* terdiri dari *cost*, *quality* dan *service*. Badan usaha harus berhati hati dalam mengidentifikasi *key success factor*nya dengan melihat faktor faktor mana yang penting untuk menunjang keberhasilan pencapaian tujuan badan usaha. Identifikasi *key success factor* dapat dilakukan dengan mempelajari, mengevaluasi dan menganalisis semua kenyataan dan kondisi yang terkait dengan aktivitas badan usaha dan pemilihannya didasarkan pada pengalaman dalam mengelola badan usaha dimasa lalu.

Bila badan usaha telah menetapkan *key success factor*nya maka perlu dilakukan pengawasan dan pengendalian secara terus menerus. Apabila kinerja *key success factor* kurang memuaskan maka harus dilakukan identifikasi ulang dengan mempertimbangkan sifat usaha, lingkungan operasi dan tujuan badan usaha sehingga *key success factor* baru yang dipilih benar benar relevan dengan kondisi badan usaha.

Tahap selanjutnya setelah dilakukan identifikasi *key success factor* adalah menentukan ukuran yang dapat memperkirakan kinerja dari *key success factor*. Ukuran kinerja *key success factor* berbeda untuk tiap badan usaha karena tujuan masing masing badan usaha tidak sama. Ukuran kinerja *key success factor* berguna untuk mengukur kontribusi variabel variabel *key success factor* dalam mencapai tujuan yang ditetapkan. Hasil akhir dari pengukuran *key success factor* dapat digunakan sebagai sumber informasi bagi manajemen mengenai kinerjanya untuk selanjutnya dapat segera ditindaklanjuti bila ada kesalahan dan dilakukan perbaikan sehingga dapat digunakan dalam penetapan perencanaan strategi badan usaha dimasa yang akan datang.

Selain digunakan dalam pengukuran kinerja *key success factor* juga digunakan dalam menciptakan strategi bersaing badan usaha. Tiap badan usaha mempunyai strategi bersaing guna membangun landasan yang kuat untuk menghadapi persaingan yang terjadi. Seringkali *key success factor* dipakai untuk menetapkan *strategi generic*

yang ditetapkan badan usaha sehingga dapat digunakan untuk mengembangkan dan mempertahankan keunggulan bersaing yang dimiliki badan usaha.

Dengan demikian penelitian analisis *key success factor* ini diharapkan dapat digunakan oleh apotek “X” sebagai alat pengukur kinerja sehingga dapat menciptakan strategi bersaing bagi apotek “X” sehingga dapat mempertahankan kelangsungan hidupnya.

