

ABSTRAK SKRIPSI

Indonesia sebagai negara tropis banyak menghasilkan tanaman-tanaman *agriculture* yang salah satunya adalah pohon kelapa yang menghasilkan kelapa buah segar dan kelapa yang dikeringkan (kopra). Pada tahun-tahun terakhir ini produksi kopra dari Indonesia di pasaran internasional merosot, karena banyak buah kelapa yang dikonsumsi langsung dalam bentuk kelapa segar. Oleh karena itu untuk mendapatkan bahan baku kopra untuk kelangsungan produksi bagi pabrik minyak kelapa sangat terbatas. Selain itu pabrik minyak kelapa kurang memperhatikan kualitas dan tidak secara rutin menguji kualitas hasil produksi berdasarkan standar yang telah ditetapkan serta kurang mampu menentukan faktor-faktor yang penting bagi kesuksesannya. Hal inilah yang menyebabkan banyak pabrik minyak kelapa tidak dapat meneruskan proses produksi sehingga menutup pabriknya. Badan usaha dituntut untuk tanggap terhadap perubahan dalam lingkungan tempat badan usaha beroperasi sehingga badan usaha dapat siap menghadapi persaingan yang ketat dalam era globalisasi ini.

Oleh karena itu badan usaha perlu memperhatikan mengenai *Key Success Factor* yang memegang peranan penting dalam menunjang kesuksesan pencapaian tujuan badan usaha. *Key Success Factor* ini disebut juga *critical success factor*, *strategic factor*, *key variables*, *key result factor* dan *pulse point*. *Key Success Factor* badan usaha merupakan faktor-faktor dalam lingkungan badan usaha baik eksternal maupun internal yang mempengaruhi kesuksesan pencapaian tujuan dengan penekanan pada faktor internal badan usaha. Menurut Atkinson et al ada 3 macam *Key Success Factor* yaitu: *cost*, *quality* dan *service*.

Dalam mengidentifikasi *Key Success Factor*, badan usaha harus berhati-hati sehingga tidak salah menetapkan faktor yang kurang penting sebagai *Key Success Factor* karena *Key Success Factor* suatu badan usaha memegang peranan penting dalam menjelaskan posisi badan usaha dibanding pesaingnya. Bilamana *Key Success Factor* badan usaha telah ditetapkan, maka perlu dilaksanakan pengawasan dan pengendalian terus menerus atas *Key Success Factor* tersebut. Bilamana dirasakan *Key Success Factor* badan usaha sudah tidak relevan lagi dalam menghadapi pesaing, maka dapat dilaksanakan identifikasi ulang dengan memperhatikan karakteristik *Key Success Factor* seperti sifat usaha, lingkungan operasional dan tujuan organisasi, sehingga pihak manajemen dapat memusatkan perhatiannya terhadap *Key Success Factor* yang benar-benar relevan dengan situasi badan usaha saat ini.

Tiap-tiap *Key Success Factor* yang ada dalam badan usaha harus diukur kinerjanya baik dengan *financial measure* maupun

dengan *non-financial measure*. Dengan demikian kinerja *Key Success Factor* dapat diawasi dan dikendalikan. Pihak manajemen harus berhati-hati agar tidak terjebak untuk mengukur kinerja *Key Success Factor* yang mudah diukur dan mengabaikan *Key Success Factor* yang sulit diukur. Hal ini fatal bagi badan usaha karena mungkin saja *Key Success Factor* yang sulit diukur tersebut justru berperan penting dalam pencapaian tujuan jangka panjang.

Terdapat tiga macam strategi generik yang mungkin dilaksanakan badan usaha, yaitu *cost leadership*, *differentiation*, dan *focus*. Untuk masing-masing strategi generik dibutuhkan *Key Success Factor* yang berbeda agar dapat membawa keunggulan bersaing bagi badan usaha. Karena itu *Key Success Factor* sering kali membawa kepada keunggulan bersaing badan usaha dibanding pesaing, tergantung strategi generik yang dipilih badan usaha.

Key Success Factor ini penting dan menjadi fokus perhatian, karena keberhasilan faktor-faktor ini akan menciptakan nilai jangka panjang dan profitabilitas bagi suatu badan usaha. Oleh karena itu dalam penelitian ini ingin diketahui apakah ada pengaruh dan seberapa besar pengaruh *Key Success Factor* terhadap tujuan badan usaha dalam mencapai laba pada PT "X" di Surabaya sehingga PT "X" dapat segera mengambil tindak lanjut terhadap faktor kunci tertentu bila kesuksesan badan usaha terhambat.