ABSTRAK

Dalam arena persaingan global, setiap badan usaha pasti menghendaki return di atas rata-rata industri. Untuk mencapai hasil tersebut, badan usaha harus mengembangkan strategi bersaing yang tepat. Strategi bersaing tersebut harus dipilih sesuai dengan kondisi, kemampuan dan keterbatasan badan usaha yang bersangkutan.

Lingkungan persaingan yang semakin kompetitif dewasa ini, terutama di antara lean enterprises yang mampu mengeluarkan produk yang hampir sama dengan yang ditawarkan pesaingnya, maka tidak mungkin bagi badan usaha untuk mencapai sustainable competitive advantage dengan laba yang maksimum dalam suatu periode yang relatif panjang. Dalam kondisi yang demikian, sebaiknya badan usaha tidak menghindari persaingan tersebut, melainkan menghadapi persaingan dengan mengembangkan dan memanfaatkan temporary competitive advantage. Namun, hal tersebut tidak dapat membuat badan usaha tersebut berbeda dari sudut pandang konsumen. Untuk dapat bertahan, badan usaha tersebut harus menggunakan generic confrontation strategy.

Pada situasi konfrontasi, konsumen menjadi sangat berkuasa dan tidak mempunyai loyalitas terhadap satu badan usaha tertentu. Untuk dapat sukses, badan usaha harus dapat menciptakan produk yang mampu memberikan kepuasan kepada konsumen. Hal ini dapat dilakukan dengan memfokuskan perhatian pada tiga karakteristik produk yang penting, yang disebut survival triplet. Survival triplet terdiri atas cost-price, quality dan functionality.

Badan usaha yang menggunakan confrontation strategy dituntut untuk dapat menciptakan low cost, high quality product that have the functionality that its customers demand. Untuk itu badan usaha harus terus-menerus memantau perubahan permintaan konsumen, mengembangkan sistem yang terintegrasi untuk mengelola cost, kualitas dan functionality serta menciptakan suatu konteks organisasi yang dapat mendukung keberhasilan sistem tersebut.

Ada beberapa teknik cost management system yang dapat digunakan untuk mengelola cost dari produk dan proses dalam melakukan cost reduction. Dalam pembahasan skripsi ini, digunakan teknik kaizen costing untuk mengelola cost dari produk-produk yang ada. Dalam menerapkan confrontation strategy melalui pengelolaan survival triplet, badan usaha dapat memilih untuk mengelola satu karakteristik dengan tidak mengabaikan dua karakteristik yang lain, yaitu kualitas dan functionality dari produk.