

## ABSTRAKSI

Dalam perkembangan zaman yang semakin moderen ini, persaingan merupakan hal yang tak terelakkan. Setiap organisasi, baik itu *profit oriented* maupun *nonprofit oriented* pasti tidak lepas dari persaingan. Setiap organisasi pasti memiliki kunci sukses untuk bisa tetap *survive* dalam menghadapi persaingan. Kunci sukses tersebut dapat berupa kualitas produk, layanan, harga, maupun fitur-fitur yang disediakan yang merupakan *peak performance* dari organisasi tersebut.

Dalam sebuah organisasi terdapat 4 kunci sukses untuk memenangkan persaingan (*key success factors*), yaitu:

1. *Price*  
Yaitu menyangkut bagaimana strategi organisasi dalam menetapkan harga agar dapat bersaing dengan organisasi lain tetapi tidak merugikan organisasinya
2. *Promotion*  
Menyangkut bagaimana cara organisasi "menjual" kelebihan yang dimilikinya sehingga dapat bersaing dengan organisasi lain
3. *Place*  
Menyangkut bagaimana strategi yang digunakan oleh organisasi mengenai lokasi tempat produk / jasa dipasarkan apakah telah sesuai dengan prinsip *cost and benefit* atau tidak.
4. *Product*  
Menyangkut apakah produk yang dihasilkan (barang maupun jasa) telah memiliki suatu *value* yang dibutuhkan oleh konsumen atau tidak

Dari *key success factors* tersebut, beberapa organisasi menambahkan satu hal lagi yang penting, yaitu *corporate social responsibilities (CSR)*. *CSR* ini menunjukkan bagaimana suatu organisasi telah dapat bersaing dengan baik sehingga melakukan sesuatu sebagai tanggung jawab moralnya kepada masyarakat sekitar.