

ABSTRAK

Perdagangan bebas yang dimulai diberlakukan menyebabkan persaingan diantara badan usaha mulai mengglobal, sehingga badan usaha tersebut tidak hanya menghadapi pesaing dari dalam 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 di mata konsumen. Untuk membentuk badan usaha yang unggul, tiap badan usaha harus mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang dimiliki, yang dapat menjadi kunci keberhasilan dalam persaingan. *Key Success Factor* merupakan variabel-variabel dalam lingkungan badan usaha baik eksternal maupun internal yang sangat mempengaruhi kesuksesan pencapaian tujuan badan usaha.

Key Success Factor ini yang akan menentukan kekuatan dan kelebihan suatu badan usaha, sehingga sangat penting bagi suatu badan usaha untuk mencari apa yang menjadi *key success factor* nya. Setelah mengetahuinya, *key success factor* ini di analisis baik *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. *Key success factor* juga dapat dikembangkan dalam suatu pengukuran yang bertujuan untuk membantu dalam melaksanakan fungsi badan usahanya. Identifikasi *key success factor* dapat dilakukan dengan mempelajari, mengevaluasi dan menganalisis semua kenyataan dan kondisi yang terkait dengan aktivitas badan usaha dan pemilihannya di dasarkan pada pengalaman dalam mengelola badan usaha di masa 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 di pilih benar-benar relevan dengan kondisi badan usaha.

Setelah dilakukan identifikasi *key success factor*, sekarang adalah menentukan ukuran yang dapat memperkirakan kinerja dari *key success factor*. Ukuran kinerja *key success factor* berbeda untuk tiap badan usaha karean 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* digunakan sebagai sumber informasi bagi manajemen mengenai kinerjanya untuk selanjutnya dapat segera di

tindaklanjuti bila ada kesalahan dan dilakukan perbaikan sehingga dapat di gunakan dalam penetapan perencanaan strategi dalam badan usaha di masa yang akan datang.

Setiap 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 di tetapkan badan usaha sehingga dapat digunakan untuk mengembangkan dan memepertahankan keunggulan bersaing yang memiliki badan usaha.

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

