

ABSTRAK

Perekonomian dunia telah berkembang dengan pesat yang dapat dilihat dari kemajuan di bidang teknologi, dan diikuti oleh perkembangan di bidang industri.

Seiring maraknya persaingan diantara produsen otomotif, para produsen komponennya pun berlomba untuk merencanakan investasi dan menyusun strategi. Hal ini karena peranan dari industri komponen terbilang vital dalam pengembangan sektor otomotif.

Key success factors merupakan faktor dalam lingkungan badan usaha baik eksternal maupun internal yang mempengaruhi kesuksesan pencapaian tujuan dengan penekanan pada faktor internal badan usaha. Identifikasi dari *key success factors* ini dilakukan dengan cara pembuatan pertimbangan atas faktor-faktor penting dan berpengaruh pada badan usaha serta faktor-faktor kurang penting dan tidak berpengaruh pada badan usaha, ditentukan berdasarkan pengalaman bertahun-tahun yang diperoleh selama mengelola badan usaha.

Setelah *key success factors* diidentifikasi, maka langkah selanjutnya adalah pengukuran kinerja dari masing-masing *key success factors*. *Key success factors* dapat berubah seiring dengan perubahan yang terjadi, serta berbeda antara satu badan usaha dengan badan usaha yang lain.

Key success factors juga berhubungan dengan *competitive advantage* dimana dengan *competitive advantage* tersebut, maka badan usaha akan dapat bersaing dengan badan usaha lain. *Competitive advantage* diperoleh melalui tiga pendekatan yaitu *cost leadership*, *differentiation*, dan *focus*.

PT "X" merupakan badan usaha yang bergerak di bidang industri knalpot di Sidoarjo. Dalam penetapan harga jual terlebih dahulu diperhitungkan biaya-biaya yang menjadi beban produk dimana data biaya ini diperoleh dari bagian akuntansinya. Biaya-biaya tersebut meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik, dimana ketiga biaya ini termasuk biaya produksi, yaitu biaya yang dikeluarkan untuk memproses bahan baku menjadi produk jadi.

Biaya yang dikeluarkan oleh PT "X" termasuk tinggi, terlihat pada prosentase biaya terhadap penjualan yang menunjukkan angka yang cukup tinggi. Manajemen PT "X" telah memberikan perhatian yang serius pada kualitas produk yang dihasilkan, terbukti dari banyaknya biaya yang dikeluarkan untuk memelihara kualitas. Sedangkan untuk penilaian kinerja lebih ditekankan pada pengukuran finansial saja.

Supaya tetap eksis dalam persaingan pasar otomotif di masa yang akan datang, maka PT "X" diharapkan sedapat mungkin menekan biaya yang tidak perlu dikeluarkan, sehingga dapat meningkatkan kemampuan. Kualitas hendaknya diterapkan secara menyeluruh mulai dari kualitas bahan baku sampai

kualitas produk jadi yang akan dipasarkan. Pengukuran kinerja secara non finansial sebaiknya juga dilakukan oleh PT "X" disamping pengukuran finansial. Dan apabila terjadi perubahan situasi dan keadaan persaingan, maka pihak manajemen harus segera tanggap dan siap melakukan identifikasi ulang terhadap *key success factors* yang telah ditetapkan.

