

STRATEGI BERSAING PADA TOKO BUKU KEPOMPONG DI JAKARTA TIMUR

EDDY HANDITO, BUDI SULISTYO, SE, MM.

Penulisan Ilmiah, Fakultas Ekonomi, 2007

Universitas Gunadarma

<http://www.gunadarma.ac.id>

kata kunci :

Abstraksi :

Dengan adanya diterapkan budaya membaca oleh pemerintah, hal itu menyebabkan sebagian besar masyarakat tersadar akan kebutuhan informasi dan ilmu pengetahuan, bila dilihat dari semakin banyaknya toko-toko buku dari tahun ketahun, berarti telah membuktikan bahwa benar masyarakat sangatlah membutuhkan bacaan. Toko Buku Kepompong yang merupakan salah satu dari sekian banyak perusahaan pemasaran buku Islam, dengan semakin ketatnya persaingan dunia usaha menyebabkan Toko Buku Kepompong sadar dan berharap adanya perubahan ini diharapkan kinerja perusahaan akan bisa lebih baik dari sebelumnya, sehingga perusahaan mampu untuk bersaing dengan para pesaing lainnya terutama pada sektor penjualan. Tujuan dilakukan penelitian oleh penulis adalah untuk mengetahui strategi bersaing yang telah dilakukan oleh Toko Buku kepompong, serta bagaimanakah strategi bersaing yang sebaiknya dilakukan oleh Toko Buku kepompong? Penyusunan penulisan ini dengan menggunakan pengumpulan data studi pustaka dan studi lapangan/observasi Hasil analisa data dengan menggunakan alat analisa yaitu analisis Swot, menunjukkan hasil penelitian sebagai berikut: 1. Jenis Strategi Bersaing yang selama ini digunakan oleh Toko Buku Kepompong berdasarkan analisa adalah Strategi Cost Leadership dan Strategi Diferensiasi. Karena perusahaan melakukan pemusatan perhatian pada daya saing, memperluas operasi penjualan buku dan penganekaragaman penjualan buku. 2. Sebaiknya perusahaan menggunakan strategi Turn Around yaitu strategi yang meminimalkan dan memperbaiki kelemahan internal agar lebih efektif dalam memanfaatkan peluang pasar yang ada.