

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
ABSTRAK.....	x
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	4
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Kegunaan Penelitian.....	5
1.5 Kerangka Pemikiran.....	6
1.6 Lokasi Penelitian.....	11
BAB II KERANGKA TEORITIS	
2.1 Pengertian Pemasaran.....	12

2.2 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	14
2.3 Pengertian Strategi Persaingan.....	15
2.4 Pengertian Analisis Persaingan.....	20
2.5 Manfaat Strategi Persaingan.....	23
2.7 Mengembangkan Strategi Bersaing.....	25

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian.....	32
3.2 Metode Penelitian.....	32
3.2.1 Jenis Metode Penelitian.....	32
3.2.2 Metode Pengumpulan Data.....	33
3.2.3 Sumber Data.....	34
3.2.4 Tehnik Pengumpulan Data.....	35
3.2.5 Operasional Variabel.....	36
3.2.6 Metode Analisis.....	38
3.2.6.1 Analisa Regresi.....	38
3.2.6.2 Analisa Korelasi.....	39
3.2.6.3 Pengujian Hipotesis.....	40

3.2.6.4 Analisa Determinasi.....	41
3.2.6.5 Rancangan Kuesioner.....	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Sejarah Perusahaan	43
4.2 Struktur Organisasi	46
4.3 Bidang Usaha dan Aktivitas Perusahaan	48
4.3.1 Bagian Produksi	48
4.3.2 Pemasaran	49
4.4 Hasil Penelitian dari Penerapan Strategi Bersaing Dalam Menghadapi Persaingan Terhadap Tingkat Volume Penjualan	50
4.5 Pembahasan	55
4.5.1 Para Pesaing	55
4.5.2 Strategi Persaingan yang diterapkan PT LAPI LABORATORIES dalam menghadapi Para Pesaing	56
4.5.3 Hasil Perhitungan Pengaruh Penerapan Strategi	

Bersaing Dalam Menghadapi Persaingan Terhadap Tingkat Volume Penjualan di PT LAPI LABORATORIES	62
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	69
5.1 Kesimpulan.....	69
5.2 Saran.....	72
 DAFTAR PUSTAKA	
 LAMPIRAN	
 RIWAYAT HIDUP PENULIS	

DAFTAR TABEL

Tabel

- 3.1 Tabel Operasional Variabel (Variabel Independen)
- 4.1 Tabel Target Penjualan dan Realisasi Penjualan
- 4.2 Tabel Biaya Persaingan dan Hasil Penjualan
- 4.3 Tabel Koefisien Regresi.
- 4.4 Tabel Koefisien Korelasi Sederhana

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Bagan Kerangka Pemikiran
Gambar 2.1.1	Lima Kekuatan Persaingan yang Menentukan Profit
Gambar 2.1.2	Tiga Strategi Umum
Gambar 2.3.1	Komponen – Komponen Analisis Pesaing
Gambar 2.2.1	Struktur Pasar Hipotesis
Gambar 2.2.2	Strategi Pertahanan
Gambar 2.3	Strategi Serangan

ABSTRAK

Penerapan strategi bersaing yang tepat akan mendatangkan kesuksesan dalam menghadapi persaingan. Dengan kondisi persaingan yang semakin ketat di era globalisasi dengan berbagai macam strategi yang dapat diterapkan oleh perusahaan – perusahaan yang berusaha mencapai tingkat kesuksesan yang sesuai dengan tujuan yang perusahaan yaitu untuk mencapai posisi perusahaan selaku *market leader* (pemimpin pasar) dan mencapai target penjualan produk yang dikehendaki. Melalui hal ini maksud dan tujuan penelitian adalah untuk mengetahui strategi persaingan dan mengetahui pengaruh penerapan strategi bersaing terhadap tingkat volume penjualan di PT LAPI LABORATORIES.

PT LAPI LABORATORIES merupakan perusahaan farmasi yang memproduksi obat – obatan tipe *ethycal*. Strategi persaingan yang diterapkan oleh PT LAPI LABORATORIES ialah strategi keunggulan biaya menyeluruh, strategi differensiasi, dan strategi fokus. Adapun beberapa hal yang dilakukan dalam penerapan strategi persaingan ini ialah membangun attensi dan kepercayaan konsumen dengan pelayanan konsumen yang baik, mengimpor bahan baku dari luar negeri dengan kualitas prima, kualitas produk dan kemasan produk yang baik, fokus perusahaan pada produk obat *ethycal*, kualitas *sales force* (tenaga penjualan) yang terus menerus ditingkatkan.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif analisis yaitu dengan menjabarkan kegiatan yang dilakukan PT LAPI LABORATORIES yang kemudian dari rata – rata tersebut dianalisis pelaksanaannya dalam pencapaian target hasil penjualan perusahaan. Jenis dan sumber data yang digunakan ialah data primer dan sekunder. Metode pengumpulan data yang digunakan ialah penelitian lapangan (*field research*) yang merupakan tehnik pengumpulan data yang dilakukan dengan mengadakan penelitian secara langsung ke perusahaan, selain dari pada itu juga menggunakan penelitian kepustakaan (*Library research*) yaitu penelitian dengan menggunakan beberapa sumber kepustakaan seperti buku, majalah serta media massa lainnya yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Dalam penelitian ini digunakan perhitungan statistik koefisien korelasi pearson dan koefisien determinasi. Dimana variabel x menunjukkan strategi persaingan dan variabel y menunjukkan hasil penjualan. Dari hasil pengolahan data diperoleh kesimpulan bahwa pengaruh penerapan strategi bersaing terhadap tingkat volume penjualan memiliki pengaruh yang positif. Hal ini terlihat dengan perhitungan r sebesar 1. Selain itu juga diketahui bahwa penerapan strategi bersaing mempengaruhi tingkat volume penjualan sebesar 100 % yang berarti penerapan strategi persaingan sangat mempengaruhi tingkat volume penjualan.

Selain dari hasil perhitungan statistik di atas, dapat diketahui penerapan strategi persaingan yang dilakukan PT LAPI LABORATORIES dalam upaya meningkatkan tingkat volume penjualan cukup berpengaruh dilihat dari hasil perhitungan matematis dari data hasil perbandingan penjualan di tahun 2006 – 2007. Hasil penjualan produk mengalami kenaikan sebesar 6,396 dalam milyar rupiah (126,67%). Dengan demikian pengaruh penerapan strategi bersaing pada PT LAPI LABORATORIES berhasil meningkatkan volume penjualan antara jangka waktu periode 2006 -2007, penting bagi perusahaan untuk menerapkan strategi bersaing karena terbukti dapat meningkatkan tingkat volume penjualan dimana pada akhirnya dapat meningkatkan profit perusahaan dan mengangkat posisi perusahaan.

Penelitian ini dilakukan oleh Victor Fauzi, NRP 04 52 301, dengan dosen pembimbing Drs. Dharsono Yusli, M.S., Ak.