

**ANALISIS SUMBER-SUMBER KEUNGGULAN BERSAING BIDANG
PEMASARAN PERUSAHAAN PENERBIT SURAT KABAR
HARIAN UMUM NASIONAL DI INDONESIA**

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Oleh
AGUS WIDIYANTO
20000410309

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2006**

**ANALISIS SUMBER-SUMBER KEUNGGULAN BERSAING BIDANG
PEMASARAN PERUSAHAAN PENERBIT SURAT KABAR
HARIAN UMUM NASIONAL DI INDONESIA**



Telah disetujui Dosen Pembimbing
Pembimbing

Sutrisno Wibowo, SE, MM.
NIK : 143030

Tanggal 22 Juni 2006

SKRIPSI
ANALISIS SUMBER-SUMBER KEUNGGULAN BERSAING BIDANG
PEMASARAN PERUSAHAAN PENERBIT SURAT KABAR
HARIAN UMUM NASIONAL DI INDONESIA

Diajukan oleh

AGUS WIDIYANTO

20000410309

Skripsi ini telah dipertahankan dan Disahkan di depan
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Tanggal 26 September 2006


Yang terdiri dari


Drs. Susanto, MS.

Ketua Tim Penguji


Dra. Munjiati Munawaroh, MM.

Anggota Tim Penguji


Sutrisno Wibowo, S.E., MM.

Anggota Tim Penguji

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta


Mishahul Anwar, S.E., M.Si.

NIK: 143014

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 26 September 2006

Agus Widiyanto

Motto

- ❖ Bacalah dengan (menyebut) nama Tuhanmu Yang Menciptakan, Dia telah Menciptakan manusia dari segumpal darah. Bacalah, dan Tuhanmu-lah Yang Paling Pemurah, Yang mengajar (manusia) dengan perantara kalam. Dia Mengajarkan kepada manusia apa yang tidak diketahuinya.
(Qs :Al-'Alaq 1-5)
- ❖ Inilah inti persoalan : kita pada akhirnya adalah anak-anak zaman kita, dan kita mempunyai hati nurani, sebutlah itu rasa respek terhadap diri sendiri, sebutlah itu kesadaran akan nilai-nilai kemanusiaan, sebutlah itu dengan nama apa saja. Hati nurani itu berarti menguji diri sendiri pada pegangan batin kita, pada nilai-nilai, pada prinsip-prinsip, prasangka-prasangka, dan naluri-naluri.
(Sutan Sjahrir)
- ❖ Kesadaran adalah matahari, Kesabaran adalah bumi, keberanian menjadi cakrawala, perjuangan adalah pelaksanaan kata-kata.
(W.S. Rendra)
- ❖ Hidup yang tak dipertaruhkan tak akan bisa menang.
(Friederich Schiller)
- ❖ Melu milining banyu nanging ora keli ilining banyu.
(Anonim)

PERSEMBAHAN

Untuk para penyaksi :

- ❖ Ibu dan Bapak.
- ❖ Adik-adikku Hendro Wicaksono dan Riska Wijayanti.
- ❖ Seluruh keluarga, kerabat dan handaitaulan.
- ❖ Keluarga besar Teater tangga Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- ❖ Teman-teman se-Parma Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- ❖ Almamater.

diantara puzzle-puzzle yang belum tersusun semua, diantara lentera-lentera yang mulai menyala, dan diantara doa-doa yang melayang ke angkasa. Semoga...

INTISARI

Sejumlah studi bidang pemasaran telah mengarah pada penjelasan bisnis dan berusaha menghubungkan kompetensi bidang pemasaran dalam mempengaruhi perusahaan. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan penerbit surat kabar harian umum nasional di Indonesia untuk menguji hubungan sumber keunggulan bersaing bidang pemasaran dengan perusahaan yang diukur dengan pangsa pasar dan pertumbuhan pangsa pasar

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan penerbit surat kabar harian umum nasional di Indonesia, dengan metoda pengumpulan data penyebaran kuesioner melalui surat kepada manajer pemasaran.

Kata kunci : keunggulan bersaing, pangsa pasar, pertumbuhan pangsa pasar

ABSTRAK

A number of study marketing area have instructed at clarification of business and try to connect the interest of marketing area in influencing company. This research is publisher newspaper company of national public in Indonesia to test the connection of competitive advantage the marketing with the result of company measured with market share and market share growth.

Population in this research is publisher newspaper company of national public in Indonesia with mailed questioner method to marketing manager.

Keyword : competitive advantage, market share and market share growth

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Sebuah perjuangan tak akan pernah berhenti, atau kita hanya menjadi sampah di galaksi kita sendiri. Hal ini yang penulis yakini saat memulai penulisan skripsi, hingga suatu saat itu terjadi.

Doa serta puji syukur kepada Allah SWT yang melimpahkan rahmat dan hidayahNya sehingga skripsi yang berjudul “Analisis Sumber-Sumber Keunggulan Bersaing Bidang Pemasaran Perusahaan Penerbit Surat Kabar Harian Umum Nasional Di Indonesia” dan diajukan guna memenuhi persyaratan untuk meraih gelar kesarjanaan di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dapat penulis selesaikan.

Penulisan skripsi ini dapat berjalan lancar berkat bantuan dan bimbingan dari banyak pihak. Dengan rasa tulus dan penuh rasa hormat, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Sutrisno Wibowo, SE. MM. dosen pembimbing skripsi atas bimbingan, saran dan arahan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Seluruh Staf Pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Semua Pihak yang telah membantu penyusunan skripsi ini atas dorongan dan bantuannya.

Akhir kata, penulis harapkan skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis dan dan umumnya bagi pihak - pihak yang berkepentingan.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 22 Juni 2006

Agus Widiyanto

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
INTISARI.....	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah.....	2
C. Rumusan Masalah.....	3
D. Tujuan Penelitian.....	3
E. Manfaat Penelitian.....	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	4
A. Landasan teori.....	4

1. Pengertian Pemasaran.....	4
2. Konsep Pemasaran.....	5
3. Konsep Keunggulan Bersaing.....	6
4. Konsep Strategi Pemasaran.....	11
5. Kompetensi Bidang Pemasaran Perusahaan.....	12
6. Kinerja Perusahaan.....	17
B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	18
C. Hipotesis.....	19
D. Model Penelitian.....	19
BAB III METODA PENELITIAN.....	20
A. Obyek/Subyek Penelitian.....	20
B. Populasi Penelitian.....	20
C. Jenis Data.....	21
D. Metode Pengumpulan Data.....	21
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	21
1. Variabel Bebas.....	21
2. Variabel Terikat.....	22
3. Alat Ukur Variabel Penelitian.....	23
4. Skala Pengukuran.....	24
F. Uji Analisis Data.....	25
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	26
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	26
B. Hasil Penelitian.....	32

C. Pembahasan.....	37
BAB IV SIMPULAN, SARAN, DAN KETERBATASAN PENELITIAN.....	40
A. Simpulan.....	40
B. Saran.....	41
C. Keterbatasan penelitian.....	42
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR TABEL

4.1. Rerata Persentase dan Tanggung Jawab Fungsi Pemasaran	33
4.2. Rerata dan Skor Pentingnya	34
4.3. Rerata dan peringkat Skor Kinerja	35
4.4. Rerata dan Standar Deviasi variabel Hasil Kinerja.....	37

DAFTAR GAMBAR

2.1 Analisis Rantai Nilai Aktivitas Primer.....	7
2.2 Elemen Keunggulan Bersaing.....	9
2.3 Model Perumusan Strategi Pemasaran.....	14
2.4 Model Penelitian.....	19
4.1 Struktur Sederhana Perusahaan Penerbit Surat Kabar.....	29