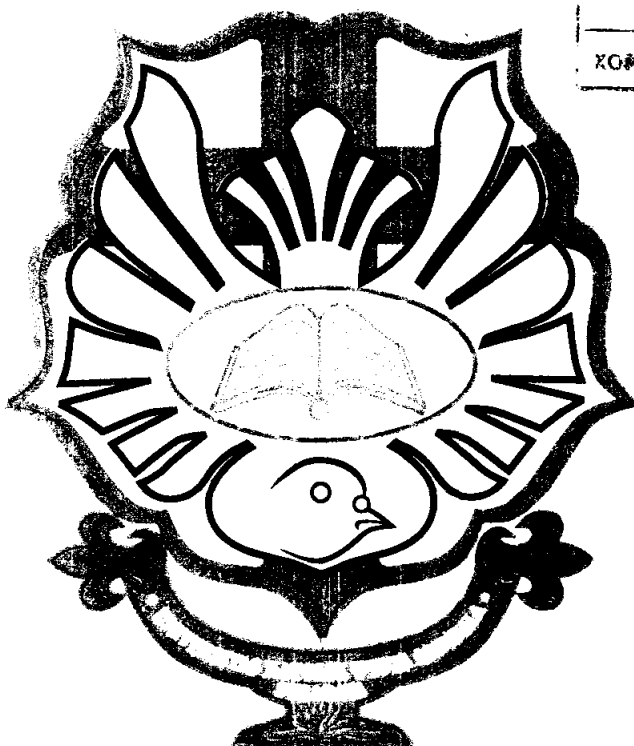


**IMPLEMENTASI STRATEGI *EVERY DAY LOW PRICE*
(EDLP) DALAM MENINGKATKAN
KEUNGGULAN BERSAING**

NO. INDUK	0823/13
TGL. TERIMA	22-2-2013
REVISI	
NO. DOK.	FB
NO. BUKU	FB-M Rik i
KOP. KE	



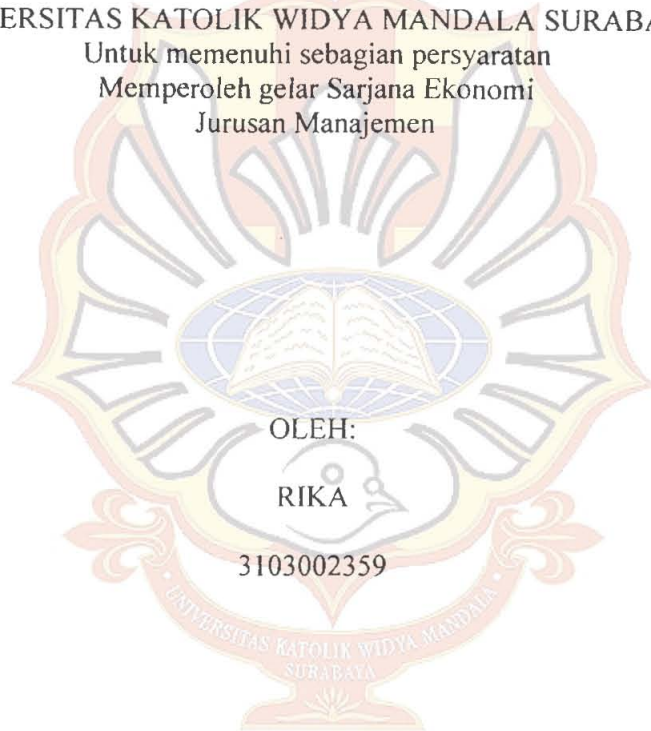
OLEH :

R I K A
3103002359

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2007**

**IMPLEMENTASI STRATEGI *EVERY DAY LOW PRICE* (EDLP) DALAM
MENINGKATKAN KEUNGGULAN BERSAING**

TUGAS AKHIR
Diajukan kepada
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
Untuk memenuhi sebagian persyaratan
Memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen



JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA

2006

LEMBAR PENGESAHAN

Tugas Akhir yang ditulis oleh : RIKA

NRP: 3103002359

Telah disajikan pada tanggal 24 Januari 2007 dihadapan Tim Penilai

Ketua Tim Penilai

Arini SE., MM

Mengetahui

Dekan,

Ketua Jurusan,

Drs. Ec. C. Martono, M. Si

Margaretha Ardhanari, SE, M. Si



KATA PENGANTAR

Syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena rahmat-Nya maka penulis dapat menyelesaikan makalah ini dengan baik sebagai syarat memperoleh gelar sarjana ekonomi di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Unika Widya Mandala Surabaya. Penulis menyadari makalah ini terwujud berkat kerjasama dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Drs. Ec. C. Martono, M,Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Unika Widya Mandala.
2. Ibu Margaretha Ardhanari, SE, M,Si, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Unila Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu Lydia Ari Widyarini, DRA, EC, MM, selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan petunjuk dan bimbingan bagi penulis.
4. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen pengajar di Fakultas Ekonomi Unika Widya Mandala Surabaya yang telah mendidik penulis selama kuliah.
5. Orang tua dan saudara yang memberikan dorongan dan doa.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa memberi rahmat untuk membalas kebaikan semuanya. Akhirnya penulis berharap semoga makalah tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Surabaya, 2006

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	ii
ABSTRAKSI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	v
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar belakang Penentuan Pokok Bahasan.....	1
1.2. Pokok Bahasan.....	4
1.3. Tujuan Bahasan.....	5
Bab 2 : TINJAUAN KEPUSTAKAAN.....	6
2.1. Pengertian <i>Every Day Low Price</i> (EDLP).....	6
2.2. Faktor-faktor Pendukung Penerapan <i>Every Day Low Price</i> (EDLP)....	10
2.3. Keunggulan Bersaing.....	11
BAB 3 : PEMBAHASAN	
3.1. Pentingnya Strategi <i>Every Day Low Price</i> (EDLP) dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing.....	16
3.2. Teknik Implementasi <i>Every Day Low Price</i> (EDLP) dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing.....	19
3.3. Contoh Penerapan Strategi <i>Every Day Low Price</i> (EDLP).....	22
BAB 4 : SIMPULAN	
DAFTAR KEPUSTAKAAN	

ABSTRAKSI

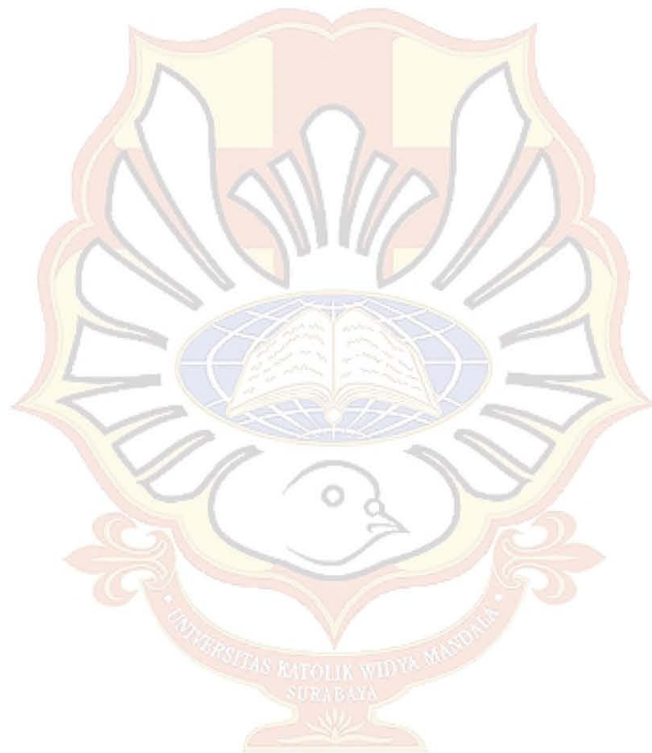
Seiring perkembangan peritel *every day low price*, dalam memilih tempat berbelanja masyarakat semakin memiliki alternative, selain itu banyaknya jumlah ritel *every day low price* di Surabaya membuat konsumen menjadi lebih selektif dalam menentukan pilihannya. Mengingat keberhasilan ritel *every day low price* juga tidak terlepas dari keberhasilan membentuk *ritel mix* pada target konsumennya, maka usaha yang perlu dilakukan para pemilik ritel *every day low price* adalah memperbaiki dan menyempurnakan bauran eceran secara terus-menerus agar sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Memang tidak mudah menerapkan strategi EDLP, belum lagi hasil yang diperoleh tidak segera dapat dilihat dan dinikmati. Namun bila perusahaan memandang EDLP sebagai pendekatan yang tepat dan upaya yang optimal akan dilakukan untuk itu, sebenarnya terdapat sejumlah manfaat yang secara ekonomis sangat menguntungkan bagi perusahaan yaitu: meningkatkan profit margin, meski harga-harga secara umum lebih rendah dengan EDLP, profit margin secara keseluruhan akan meningkat karena barang tidak lagi dijual dengan banyak pengurangan seperti yang digunakan dalam strategi *high/low* dan dengan EDLP dapat mengurangi *stockout* serta meningkatkan manajemen *inventory*.



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
3.1. Strategi penyesuaian harga EDLP berdasarkan perbedaan konsumen dan perubahan situasi	20



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1. Scope of Business Activities	11

