

ABSTRAK

Latar belakang masalah dalam penelitian ini adalah adanya bahan baku HRC (*Hot Rolled Coil*) dari luar negeri yang sangat mahal dan masih menemui keterlambatan pengiriman, sementara dari dalam negeri kualitasnya masih rendah. Dikeluarkannya kebijakan pengurangan bea masuk impor menimbulkan persaingan yang semakin ketat di dalam negeri. Pertumbuhan produk pengganti yang cukup pesat dalam beberapa tahun terakhir ini.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat produktifitas dari produsen *Hot Rolled Coil* dalam negeri, pemenuhan pangsa pasar dalam negeri serta pengaruh pesaing dan produk pengganti terhadap keunggulan bersaing pemasaran *Hot Rolled Coil* PT. Krakatau Steel di pasar domestik.

Landasan teori dalam penelitian ini adalah konsep rantai nilai pemasok, rantai nilai perusahaan, produk pengganti dan keunggulan bersaing dari Michael E. Porter. Sedangkan konsep pesaing berdasarkan pada pendapat Philip Kotler.

Penelitian ini menggunakan metode survey dengan pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Populasi dari penelitian ini adalah para retailer yang tergabung dalam IDKS (Ikatan Distributor PT. Krakatau Steel), yang diambil populasi yang berjumlah 20 perusahaan aktif dari 75 perusahaan yang menjadi anggota. Data yang dikumpulkan melalui kuesioner dianalisa secara kuantitatif dengan metode komparasi, sedangkan data yang diperoleh dengan wawancara / kuesioner dengan beberapa perusahaan dianalisa dengan menggunakan distribusi frekuensi yang akhirnya diuji dengan metode *chi square*.

Hasil pengujian dan analisa diperoleh suatu kesimpulan bahwa :

- a. Produktifitas PT. Jaya Pari Steel adalah yang tertinggi dengan yield yaitu 0,9844 dengan tingkat efisiensi sebesar 98,44%. Sedangkan PT. Krakatau Steel mempunyai yield 0,9651 dan efisiensi sebesar 96,51%. Dapat dikatakan Produktifitas PT. Krakatau Steel adalah 96,51%
- b. Tingkat pemenuhan pangsa pasar HRC dalam negeri oleh PT. Krakatau Steel yaitu sebesar 84,74%
- c. 59,5% hasil kuesioner menyatakan bahwa tidak ada pengaruh pesaing terhadap keunggulan bersaing pemasaran HRC PT. KS di pasar domestik
- d. 59% hasil kuesioner menyatakan bahwa produk pengganti tidak ada pengaruh terhadap keunggulan bersaing pemasaran HRC PT. KS di pasar domestik