

ABSTRAK

Karya tugas akhir ini untuk merumuskan strategi usaha *department store* PT Sarinah periode 2001 hingga 2004 untuk meningkatkan daya saingnya dalam industri *department store* menengah ke atas di DKI Jakarta sehingga sasaran yang telah ditetapkan oleh perusahaan dapat tercapai.

Krisis ekonomi yang melanda Indonesia beberapa tahun terakhir ini sempat berdampak kepada industri *department store* menengah ke atas di Jakarta. Namun demikian, industri ini mulai bangkit kembali memasuki semester kedua tahun 1999 seiring dengan bergairahnya minat konsumen untuk berbelanja di lokasi pusat perbelanjaan modern dan adanya perubahan gaya hidup masyarakat kelas menengah ke atas di DKI Jakarta.

Dari analisis industri berdasarkan konsep Porter (1980), industri *department store* menengah ke atas dikategorikan sebagai industri yang cukup menarik. Faktor kunci sukses dalam industri ini adalah lokasi yang strategis, keunikan produk, pelayanan yang baik kepada konsumen dan harga yang bersaing.

Bila dibandingkan dengan pesaing terdekatnya, *department store* PT Sarinah memiliki 2 kekuatan yaitu lokasi yang strategis dan harga yang bersaing. Sedangkan kelemahan yang dimiliki adalah pada keunikan produk khususnya untuk produk kelas atas, dan pada pelayanan kepada konsumen.

Dengan melihat peluang dan ancaman, daya tarik industri, kekuatan dan kelemahan perusahaan, serta sasaran perusahaan maka diperoleh 5 strategi umum yaitu strategi meningkatkan *product mix*, strategi penetrasi pasar, strategi perbaikan internal, strategi aliansi dengan peritel asing, dan strategi aliansi dengan peritel lokal. Dengan menggunakan analisis keputusan maka terpilih strategi penetrasi pasar, strategi perbaikan internal, dan strategi meningkatkan *product mix*. Implementasi dari strategi dijabarkan dalam bidang fungsional yang ada di *department store* PT Sarinah.