

ABSTRAK

Airlangga University Press adalah perusahaan penerbitan buku ajar dengan segmentasi produk untuk perguruan tinggi. Dengan tingkat persaingan bisnis saat ini maka penting bagi AUP untuk merumuskan strategi bersaing yang sesuai dengan kondisi eksternal dan internal yang dimilikinya. Analisis dalam penelitian ini dilakukan terhadap profil perusahaan, analisis lingkungan eksternal dan lingkungan internalnya. Lingkungan eksternal mencakup analisis lingkungan makro dan mikro. Analisis internal dilakukan dengan menggunakan *capability profile analysis* dan *value chain analysis*. Berdasarkan analisis yang dilakukan maka dapat disimpulkan dalam kuadran *IE Matrix* bahwa AUP memiliki posisi pada koordinat 2,63;2,84 atau *cell V* yaitu pada kondisi *Hold and Maintain*. Pada kondisi ini perusahaan disarankan untuk melakukan strategi *market penetration* dan *product development*. Untuk memperkuat strategi tersebut adalah melalui penciptaan buku yang berkualitas, serta pelayanan untuk menumbuhkan loyalitas konsumen terhadap buku AUP. Kualitas produk buku ajar tidak hanya sesuai kaidah penulisan, lebih dari itu produk buku harus mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen berdasarkan kriteria penilaian buku yang mencakup kriteria penerbit, kriteria fisik, kriteria isi, dan kriteria instruksi. Sementara untuk pelayanan ditekankan pada penerapan *Customer Relationship Management* (CRM) dan pembekalan *product knowledge* pada karyawan bidang pemasaran.

Kata kunci: Airlangga University Press, Strategi Bersaing, *Capability Profile Analysis*, *Value Chain Analysis*, *Customer Relationship Management*

ABSTRACT

Airlangga University Press is a teaching book publisher company with product segmentation for university. With the high rate of competition level, it is an urgent matter for AUP to formulate competition strategy which is suited to internal and external condition of the company. This study analyzed the company profile, and the internal and external condition of this company. The external environment covered the analysis of macro and micro environment. The internal analysis was done by using *capability profile analysis* and *value chain analysis*. According to the analysis, it could be concluded in *IE Matrix* quadrant that AUP was in coordinate 2,63;2,84 or *Cell V* in *Hold and Maintain* condition. In this condition, it is suggested to the company to use the strategy of *market penetration* and *product development*. To strengthen those strategies, the company has to produce a good quality book and improve the customer service in order to gain the loyalty of the customers to AUP's books. The quality of teaching book was not only required to the writing method, but it also had to be suitable for the customer's demands of publisher criteria, physical criteria, content criteria, and instruction criteria. In term of the customer service, it is suggested for the company to emphasize the application of *Customer Relationship Management (CRM)* and *product knowledge* briefing to the marketing department.

Keywords: Airlangga University Press, competitive strategy, *Capability Profile Analysis*, *Value Chain Analysis*, *Customer Relationship Management*.