

**VISI PERUSAHAAN BISNIS RITEL BERSKALA KECIL DAN  
MENENGAH DI KOTA YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Ekonomi (S1)**

**Pada Program Studi Manajemen**

**Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



Disusun Oleh :

**Dwi Trisna Lilantoyo**

**NPM : 06 03 16390**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

**2010**

**SKRIPSI**

**VISI PERUSAHAAN BISNIS RITEL BERSKALA KECIL DAN  
MENENGAH DI KOTA YOGYAKARTA**

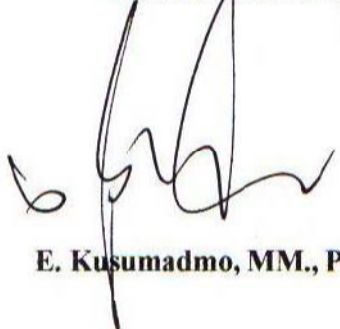
Disusun Oleh :

**Dwi Trisna Lilantoyo**

**NPM : 06 03 16390**

**Telah dibaca dan disetujui oleh:**

**Dosen Pembimbing**



**E. Kusumadmo, MM., Ph.D.**

**Tanggal 15 November 2010**

**SKRIPSI**

**VISI PERUSAHAAN BISNIS RITEL BERSKALA KECIL DAN  
MENENGAH DI KOTA YOGYAKARTA**

**Yang dipersiapkan dan disusun oleh :**

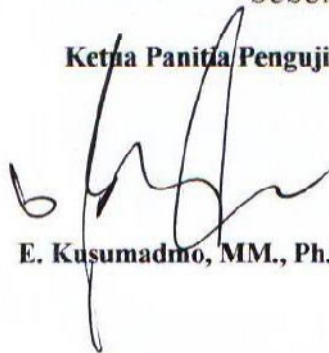
**Dwi Trisna Lilantoyo**

**NPM : 06 03 16390**

**Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal 10 Desember  
2010 dan dinyatakan telah memenuhi persyaratan untuk mencapai derajat  
Sarjana Ekonomi (S1) pada Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta**

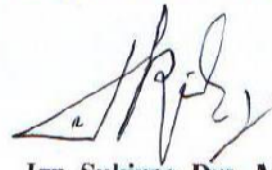
**SUSUNAN PANITIA PENGUJI**

**Ketua Panitia Penguji**



**E. Kusumadmo, MM., Ph.D.**

**Anggota Panitia Penguji**



**Ign. Sukirno, Drs., MS.**



**A.M. Rosa Widjojo, Dra., MBA.**

**Yogyakarta, 10 Desember 2010**

**Dekan Fakultas Ekonomi**

**Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



**Dr. Dorothea Wahyu Ariani, MT.**

## **PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

### **VISI PERUSAHAAN BISNIS RITEL BERSKALA KECIL DAN MENENGAH DI KOTA YOGYAKARTA**

benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut/catatan kaki/daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, November 2010

Yang menyatakan



Dwi Trisna Lilantoyo

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat, rahmat, serta penyertaan-Nya selama ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah berkenan membantu dalam penelitian ini. Karena atas bantuannya baik berupa ide, gagasan, materi maupun bantuan berupa spirit mampu mendorong penulis untuk menyelesaikan penelitian dengan baik. Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini, yaitu kepada :

1. Bapak E. Kusumadmo, MM., Ph.D, selaku dosen pembimbing yang dengan sabar telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.
2. Para dosen, staf pengajaran, dan semua civitas akademika Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang secara langsung maupun tidak telah membantu penulis dalam menuntut ilmu.
3. Papa dan Mama tercinta, yang selalu mendukungku baik dalam suka dan duka.
4. Saudara saudaraku tercinta, terima kasih atas dukungan kalian hingga aku dapat menyelesaikan tugasku ini.
5. Teman-teman semua, yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, tetaplah berjuang.
6. Sahabat-sahabatku yang telah berjasa kepadaku, yang tidak bisa saya sebutkan satu demi satu.

Akhir kata semoga Tuhan Yang Maha Kuasa berkenan memberikan berkat kepada kita semua dan membalas kebaikan Bapak/Ibu dan teman-teman semua.

Yogyakarta, November 2010

Penulis

Dwi Trisna Lilantoyo



## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Ketika rejeki ada terkadang hati ingin berbagi, tetapi otak merasa sayang untuk memberi.

Dan esok hari kita sanggup berikan ribuan bantuan, namun mereka sudah terlanjur bisa berdiri, berjalan ataupun mati.

Jangan tunda kebaikan anda hari ini, mungkin esok hari mereka sudah tidak memerlukan lagi.

Mulailah dari yang ...terdekat di sekitar anda.

### **Kupersembahkan Kepada:**

- Papa dan MamaTercinta
- Saudara-saudaraku Terkasih
- Semua orang yang mengasihiku

## DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul .....	i
Halaman Persetujuan Pembimbing .....	ii
Halaman Pengesahan Skripsi .....	iii
Halaman Pernyataan .....	iv
Kata Pengantar .....	v
Halaman Motto Dan Persembahan .....	vii
Daftar Isi .....	viii
Daftar Tabel .....	xi
Daftar Gambar .....	xii
Daftar Lampiran .....	xiii
Intisari .....	xiv
BAB I Pendahuluan .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	4
1.3. Batasan Masalah .....	5
1.4. Tujuan Penelitian .....	5
1.5. Manfaat Penelitian .....	6
1.6. Sistematika Penulisan .....	7
BAB II Landasan Teori .....	8
2.1. Visi .....	8
2.1.1. Definisi Visi .....	8
2.1.2. Menyusun Visi .....	10
2.1.3. Kriteria Sebuah visi .....	12
2.1.4. Strategi Menentukan Visi .....	13
2.1.5. Visi Versus Misi .....	15
2.2. Bisnis Ritel .....	16

2.2.1. Definisi Ritel.....	16
2.2.2. Sistem Distribusi Ritel .....	17
2.2.3. Jenis Bisnis Ritel .....	20
2.2.4. Keuntungan dan Kelemahan Bisnis Ritel .....	22
2.2.5. Faktor-Faktor Yang Mendorong Majunya Bisnis Ritel.....	23
2.2.6. Manajemen Strategi Untuk Pemasaran Ritel .....	24
 BAB III Metode Penelitian .....	 29
3.1. Desain Penelitian .....	29
3.2. Tempat dan Waktu Penelitian .....	29
3.3. Populasi Dan Metode Sampel.....	29
3.4. Metode Pengumpulan Data .....	31
3.5. Metode Analisis Data .....	33
3.5.1. Statistik Deskriptif .....	33
3.5.2. Analisis <i>Chi Square</i> .....	33
3.5.3. Analisis Independen Sample t-test .....	35
 BAB IV Analisis Data .....	 37
4.1. Profil Responden .....	37
4.2. Cara Bisnis Ritel Mendefinisikan Visi .....	38
4.3. Fungsi Dari Cara Pandang ( <i>Vision</i> ).....	46
4.4. Kapan Visi Dikembangkan.....	51
4.5. Dimana Cara Pandang ( <i>Vision</i> ) Dikembangkan.....	52
4.6. Daya Tanggap Dan Keterlibatan Dalam Pengembangan Cara Pandang Jangka Panjang ( <i>Visi</i> ).....	53
 BAB V Penutup .....	 65
5.1. Kesimpulan .....	65
5.2. Implikasi Manajerial .....	67
5.3. Saran.....	69
 Daftar Pustaka .....	 70

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Tipe Dari Organisasi–Organisasi <i>Retailer</i> .....	22
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha .....	37
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Karyawan .....	38
Tabel 4.3. Cara Pandang (Visi) Organisasi Dituliskan Dengan Jelas Dalam Organisasi.....	39
Tabel 4.4. Bagaimana Visi Perusahaan Diterapkan Dalam Organisasi .....	39
Tabel 4.5. Bagaimana Visi Organisasi Dituliskan .....	40
Tabel 4.6. Strategi Dalam Jangka Panjang (Visi) Apa Yang Lebih Difokuskan Oleh Organisasi .....	41
Tabel 4.7. Bagaimana Dampak Dari Penerapan Visi Yang Dilakukan Oleh Organisasi.....	41
Tabel 4.8. Organisasi Menentukan Visi Dengan Jelas.....	42
Tabel 4.9. Organisasi Membutuhkan Beberapa Ide Pendekatan Yang Akan Digunakan Berkaitan Dengan Visi.....	43
Tabel 4.10. Organisasi Membutuhkan Pemimpin Yang Memiliki Pengetahuan Bagaimana Cara Memimpin Yang Baik.....	44
Tabel 4.11. Organisasi Membutuhkan Strategi Yang Intens .....	44
Tabel 4.12. Bagaimana Strategi Kepemimpinan Jangka Panjang Diwujudkan Dalam Organisasi .....	45
Tabel 4.13. Bagaimana Tujuan Atau Strategi Pimpinan Dituliskan .....	46
Tabel 4.14. Fungsi Dari Cara Pandang (Visi) .....	47
Tabel 4.15. Dalam Situasi Seperti Apa Perusahaan Anda Mengembangkan Visi .....	51
Tabel 4.16. Sejak Kapan Perusahaan Anda Mengembangkan Visi .....	52
Tabel 4.17. Dimana Visi Dalam perusahaan Dikembangkan .....	53
Tabel 4.18. Siapa Yang Mengembangkan Visi Dalam Perusahaan.....	54
Tabel 4.19. Siapa Pihak Internal Yang Terlibat Dalam Mengembangkan Visi Perusahaan.....	54

Tabel 20.	Siapa Pihak Eksternal Yang Terlibat Dalam Mengembangkan Visi Perusahaan.....	55
Tabel 21.	Siapa Pihak Internal Yang Responsif Dalam Mengembangkan Visi Perusahaan.....	56
Tabel 22.	Siapa Pihak Eksternal Yang Responsif Dalam Mengembangkan Visi Perusahaan.....	56
Tabel 23.	Fasilitator Yang Terlibat Dalam proses Pengembangan Perusahaan.....	57
Tabel 24.	Latar Belakang Pendidikan Fasilitator Yang Terlibat Dalam Proses Pengembangan Perusahaan.....	58
Tabel 25.	Bagaimana Cara Digunakan Untuk Mengembangkan Visi Dalam Perusahaan.....	59
Tabel 26.	Bagaimana Perusahaan Anda Menggambarkan Proses Pengembangan Visi Dalam Perusahaan.....	59
Tabel 27.	Apakah Proses Pengembangan Visi Berjalan Secara Berkelanjutan .....	60
Tabel 28.	Teknik Yang Digunakan Untuk Mendukung Visi .....	61
Tabel 29.	Teknik Yang Digunakan Untuk Mendukung Visi Selanjutnya .....	61
Tabel 30.	Faktor Yang Dipertimbangkan Sebelum Visi Diformulasikan (Eksternal).....	62
Tabel 31.	Faktor Yang Dipertimbangkan Sebelum Visi Diformulasikan (Internal).....	63
Tabel 32.	Faktor Yang Dipertimbangkan Penanam Modal/Pemegang Saham Sebelum Visi Diformulasikan .....	63

## DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1. Sistem Distribusi ..... 17



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	I	Kuesioner
Lampiran	II	Analisis Deskriptif
Lampiran	III	Analisis <i>Chi Square</i> “Definisi Visi”
Lampiran	IV	Analisis <i>Independent Sample T-test</i> “Fungsi Dari Cara Pandang ( <i>Vision</i> )”
Lampiran	V	Analisis <i>Chi Square</i> “Saat Kapan Cara Pandang ( <i>Vision</i> ) Dikembangkan”
Lampiran	VI	Analisis <i>Chi Square</i> “Dimana Cara Pandang ( <i>Vision</i> ) Dikembangkan”
Lampiran	VII	Analisis <i>Chi Square</i> “Daya Tanggap Dan Keterlibatan Dalam Pengembangan Cara Pandang Jangka Panjang ( <i>Vision</i> )”
Lampiran	VIII	Analisis <i>Chi Square</i> “Bagaimana Cara Digunakan Untuk Mengembangkan <i>Vision</i> ”
Lampiran	IX	Data Jawaban Responden

# **VISI PERUSAHAAN BISNIS RITEL BERSKALA KECIL DAN MENENGAH DI KOTA YOGYAKARTA**

**Disusun Oleh :  
Dwi Trisna Lilantoyo  
NPM : 06 03 16390**

**Pembimbing E. Kusumadmo, MM., Ph.D.**

## **Intisari**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana bisnis ritel di Kota Yogyakarta mendefinisikan visi perusahaan, untuk mengetahui bagaimana bisnis ritel di Kota Yogyakarta mengembangkan atau membutuhkan visi perusahaan, untuk mengetahui dalam konteks apa bisnis ritel di Kota Yogyakarta mengembangkan visi perusahaan, untuk mengetahui kapan bisnis ritel di Kota Yogyakarta mengembangkan visi perusahaan, untuk mengetahui siapa saja yang terlibat dalam pengembangan visi pada bisnis ritel di Kota Yogyakarta, untuk mengetahui bagaimana/cara apa yang digunakan bisnis ritel di Kota Yogyakarta dalam mengembangkan visi perusahaan dan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan visi antara perusahaan bisnis ritel kecil dan menengah.

Hasil penelitian ini memberikan beberapa informasi berkaitan dengan visi perusahaan dimana bisnis ritel skala kecil dan menengah memiliki perspektif yang berbeda dalam mendefinisikan visi perusahaan; mengembangkan atau membutuhkan visi; konteks organisasi mengembangkan visi; Waktu organisasi mengembangkan visi; siapa saja yang terlibat dalam pengembangan visi organisasi; dan bagaimana/cara apa yang digunakan organisasi dalam mengembangkan visi. Berdasarkan hal tersebut maka penting bagi masing-masing bisnis ritel atau industri untuk merancang/mendesain, dan menjalankan visi yang telah ditetapkan sesuai dengan kebutuhan organisasi.

**Kata kunci :** Visi dan Bisnis Ritel