



MILIK PERPUSTAKAAN

UNIVERSITAS INDONESIA

PERPUSTAKAAN

12 JUL 2007

Dikirim

Referensi : 463/MM/Pb. 7/2007

Klasifikasi : Rj 658.8 wir 06

Subyek : Marketing M.

TESIS

**PENGARUH STRATEGI CORPORATE REAL ESTATE
TERHADAP KEUNGGULAN KOMPETITIF
UNTUK MENINGKATKAN KINERJA PERUSAHAAN**

(Studi pada Bisnis Ritel di Yogyakarta dan Semarang)



**WIRA SETYA UTAMA
No. Mhs.: 05.1030/PS/MM**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS ATMAJAYA YOGYAKARTA
2006**



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

PENGESAHAN TESIS

Nama : WIRA SETYA UTAMA
Nomor Mahasiswa : 05.1030/PS/MM
Konsentrasi : Pemasaran
Judul Tesis : Pengaruh Strategi Corporate Real Estate terhadap
Keunggulan Kompetitif untuk Meningkatkan
Kinerja Perusahaan (Studi pada Bisnis Ritel di Yogyakarta
dan Semarang)

Nama Pembimbing

Tanggal

Tanda tangan

Dr. Budi Suprpto

30 Oktober 2006



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

PENGESAHAN TESIS

Nama : WIRA SETYA UTAMA
Nomor Mahasiswa : 05.1030/PS/MM
Konsentrasi : Pemasaran
Judul Tesis : Pengaruh Strategi Corporate Real Estate terhadap
Keunggulan Kompetitif untuk Meningkatkan
Kinerja Perusahaan (Studi pada Bisnis Ritel di Yogyakarta
dan Semarang)

Nama Penguji	Tanggal	Tanda tangan
(Ketua) Dr. Budi Suprpto	8/12 - 06	
(Anggota) Drs. P. Didit Kresnadewara, MM.	7/12 - 2006	
(Anggota) Drs. J. Sudarsono, M.S.	31/12 - 2006	

Ketua Program Studi

Drs. Felix Wisnu Isdaryadi, MBA.

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa tesis ini merupakan karya pribadi dan bukan merupakan kutipan atau duplikasi dari karya tulis yang telah ada sebelumnya. Semua yang tertulis, baik berupa data, teks, analisis, kesimpulan dan rekomendasi, kecuali yang telah secara tertulis diacu dalam tesis ini adalah murni karya saya dan merupakan hasil kerja saya pribadi

AUTHENTICITY STATEMENT

I proclaim that this thesis is my personal work, not a duplication of any previous work. All information reported whether in form of data, text, illustration, analysis, conclusion, and recommendation, aside from citation referred in the thesis, are exclusively my personal work

Yogyakarta, 19 Oktober 2006



(Wira Setya Utama)

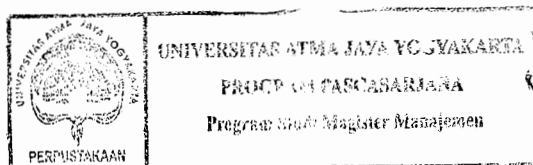
INTISARI

Dalam abad ke 21, ritelers berhadapan dengan tantangan yang berat. Untuk dapat bersaing di pasar, ritelers perlu mengembangkan keunggulan kompetitif. CRE merupakan salah satu sumberdaya perusahaan yang memiliki pengaruh pada keunggulan kompetitif perusahaan. Strategi CRE perlu diterapkan oleh ritelers untuk mencapai keunggulan kompetitif.

Penelitian ini bertujuan Untuk menganalisis pengaruh Strategi *CRE* terhadap keunggulan kompetitif perusahaan. Responden yang dipilih adalah ritelers *fashion* di Malioboro Mal, Mal Galeria, Plasa Simpanglima and Mal Ciputra. Analisis data menggunakan regresi Two Stages Least Square (2SLS) dengan pendekatan *single equation*.

Hasil penelitian mengindikasikan bahwa strategi *promote marketing message*, strategi *promote sales and selling process*, dan strategi *facilitate and control operation, service delivery*, merupakan variabel-variabel untuk strategi CRE.

Kata Kunci: corporate real estate, ritel, keunggulan kompetitif, kinerja perusahaan



ABSTRACT

In the 21st century, retailers are facing big challenges. To remain competitive in markets, retailers need to develop competitive advantages. CRE is one of the firm's resources that have influence on firm competitive advantage. CRE strategy should be applied by retailers in order to catch the bigger gain from the competitive advantages.

The objective of the study is to find the impact of CRE strategy towards competitive advantage of firm performance. The selected respondents are fashion retailers in Malioboro Mall, Mal Galeria, Plaza Simpanjima and Mal Ciputra. The analyzed data used Two Stages Least Square (2SLS) with single equation approach.

The result indicated that the promote marketing message strategy, promote sales and selling process, and facilitate and control operations, services delivery strategy were taken as the variables of CRE strategy. This study suggests that the fashion retailer should consider about Corporate Real Estate Strategy in designing their stores.

Key words: corporate real estate, retail, competitive advantage, firm performance

KATA HANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan atas segala berkat dan rahmat, sehingga tesis ini dapat terselesaikan sebagai salah satu syarat menyelesaikan pendidikan pada program studi Magister Manajemen, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penelitian mengenai strategi *corporate real estate* ini difokuskan pada pengaruhnya terhadap keunggulan kompetitif untuk meningkatkan kinerja perusahaan dengan studi pada bisnis ritel fashion.

Berbagai keterbatasan literatur, diskusi dan pengetahuan, menjadi tantangan bagi penulis dalam memperkenalkan topik yang masih jarang diisukan ini.

Dan akhirnya pada kesempatan ini, dengan segala rasa syukur penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dr Budi Suprpto, selaku pembimbing utama yang telah memberikan dukungan, bimbingan dan arahan selama penyusunan tesis ini.
2. Drs. Felix Wisnu Isdaryadi, MBA selaku ketua Program Magister Manajemen Pascasarjana Universitas Atma Jaya Yogyakarta, atas kemudahan dan perhatian selama belajar di MM UAJY.
3. Staf Pengajar Program Pascasarjana Universitas Atma Jaya Yogyakarta atas didikan, bimbingan, dan bantuan dalam menyelesaikan studi.
4. Segenap staf akademik di Program Pascasarjana Universitas Atma Jaya Yogyakarta, yang telah memberikan senyum dan berbagai kemudahan administratif.
5. Untuk pak Bos' selaku donatur utama, (sekaligus ancaman utama) dalam menyelesaikan tesis ini..
6. Buat bidamen... yang bisa dibilang kontribusinya gede banget.. (belum utang2 ku)..
7. "My Lovely.." Keluarga di Solo, (mamah, om, tyunk').. , keluarga d Semarang, dan Keluarga Nawe.. cimuk..

8. Teman dan sahabat satu angkatan; inge, cik melon, mbak etik, grace, monroe, widya, wuwul, friska, dina, petrik, ko yeyen, sony, krisna, arifin, alpon, oky, (urut foto).. oh ya.. guntur ga ada d foto..
9. Buat olif & risa.. curahan d setiap suasana hati.. jangan rusak ya.. he2..
10. Luna, aina, talanda lizelotte, rei, asuka, & smuamua yang lain.. (berdoalah aku ga bokek).. biar kita bareng terus... \ (^ . ^) /

Meskipun penulis menyadari masih banyak kekurangan, semoga tesis ini dapat memberikan manfaat positif bagi siapapun yang membacanya. Terimakasih.



Yogyakarta, 19 Desember 2006

Wira Setya Utama

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
INTISARI.....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA HANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Batasan Masalah.....	6
D. Keaslian Penelitian.....	6
E. Manfaat Penelitian.....	7
F. Tujuan Penelitian.....	7
G. Sistematika Penulisan.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Kerangka Konseptual.....	9
1. Strategi <i>Corporate Real Estate</i>	9
2. Bisnis Ritel.....	9
3. Strategi <i>Corporate Real Estate</i> Untuk Bisnis Ritel.....	10
4. Strategi Increase Flexibility.....	14
5. Strategi <i>Promote Marketing Messages</i>	14
6. Strategi <i>Promote Sales and Selling Process</i>	15
7. Strategi <i>Facilitate and Control Operation, Services Delivery</i>	16
8. Keunggulan Kompetitif.....	16
9. Kinerja Perusahaan.....	17
B. Tinjauan Pustaka.....	18
C. Kerangka Pemikiran Teoritis.....	21
D. Hipotesis.....	22
E. Devinisi Variabel.....	23
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Jenis dan Sumber Data.....	24
1. Data Primer.....	24
2. Data Sekunder.....	24
B. Populasi dan Sampel.....	25
1. Populasi.....	25

2. Sampel.....	25
C. Metode Pengumpulan Data.....	25
D. Mengolah Data.....	26
1. Independent Sampel T Test.....	26
2. One Way Anova.....	26
E. Metode Analisis Data.....	27
1. Analisa Data.....	27
a. Uji Validitas.....	27
b. Uji Reliabilitas.....	27
2. Analisa Statistik.....	28
a. Pengujian Asumsi Klasik.....	28
1) Uji Multikolinieritas.....	28
2) Uji Autokolerasi.....	29
3) Uji Heterokedastisitas.....	30
b. Analisis Regresi <i>Two Stages Least Square</i>	31
c. Uji Hipotesis.....	33
1) Regresi Tahap I.....	33
2) Regresi Tahap II.....	35
F. Desain Instrumen Penelitian.....	35

BAB IV ANALISIS DATA

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	38
1. Mal Malioboro.....	38
2. Galeria.....	38
3. Plasa Simpang Lima.....	39
4. Mal Ciputra.....	39
B. Karakteristik Responden.....	40
1. Karakteristik Responden menurut Jenis Kelamin.....	40
2. Karakteristik Responden menurut Pendidikan.....	41
3. Karakteristik Responden menurut Kepemilikan.....	42
4. Karakteristik Responden menurut Omset per-bulan.....	42
C. Hasil dan Pembahasan.....	44
1. T.Test dan Anova	
a. T.Test.....	44
b. One Way Anova.....	45
2. Uji Validitas dan Reliabilitas Data	
a. Validitas.....	45
b. Reliabilitas.....	46
3. Uji Asumsi Klasik	
a. Uji Multikolinieritas.....	47
b. Uji Autokolerasi.....	48
c. Uji Heterokedastisitas.....	49
4. Analisis Regresi	
a. Analisis Regresi Persamaan I.....	50
b. Analisis Regresi Persamaan II.....	52

D. Pengujian Hubungan antar Variabel.....	52
1. Pengaruh Strategi <i>Increase Flexibility</i> terhadap Keunggulan Kompetitif.....	52
2. Pengaruh Strategi <i>Promote Marketing Message</i> terhadap Keunggulan Kompetitif.....	53
3. Pengaruh Strategi <i>Promote Sales and Selling Process</i> terhadap Keunggulan Kompetitif.....	54
4. Pengaruh Strategi <i>Facilitate and Control Operation,</i> <i>Services Delivery</i> terhadap Keunggulan Kompetitif.....	55
5. Pengaruh Keunggulan Kompetitif terhadap Kinerja Perusahaan.....	56
BAB V KESIMPULAN DAN IMPLIKASI	
A. Kesimpulan.....	58
B. Kesimpulan Penelitian.....	59
C. Implikasi Teoritis.....	59
D. Implikasi Kebijakan.....	61
E. Keterbatasan Penelitian.....	66
F. Agenda Penelitian Mendatang.....	66
DAFTAR PUSTAKA.....	58
LAMPIRAN.....	71

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Hubungan Strategi <i>Corporate Real Estate</i> dengan <i>Driving Force</i> Perusahaan.....	12
Tabel 2	Devinisi Variabel.....	23
Tabel 3	Desain Instrumen Penelitian Pengaruh <i>Strategi Corporate Real Estate</i> terhadap Keunggulan Kompetitif untuk Meningkatkan Kinerja Perusahaan.....	36
Tabel 4	Jenis Kelamin Responden.....	40
Tabel 5	Karakteristik Responden menurut Tingkat Pendidikan.....	41
Tabel 6	Karakteristik Responden menurut Kepemilikan.....	42
Tabel 7	Omset Per-bulan Responden.....	43
Tabel 8	Hasil T Test.....	44
Tabel 9	Hasil One Way Anova.....	45
Tabel 10	Hasil Uji Multikolinieritas.....	47
Tabel 11	Ringkasan Hasil Etimasi Regresi.....	50

DAFTAR GAMBAR

- Gambar 1 Kerangka Pemikiran Teoritis Pengaruh Strategi CRE terhadap Keunggulan Kompetitif untuk Meningkatkan Kinerja Perusahaan.....21



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner.....	71
Lampiran 2	Uji T-test.....	75
Lampiran 3	Uji One Way Anova.....	76
Lampiran 4	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	77
Lampiran 5	Estimasi Hasil Regresi Tahap I.....	83
Lampiran 6	Estimasi Hasil Regresi Tahap II.....	85
Lampiran 7	Uji Heterokedastisitas.....	86

