

**KIAT SUKSES PENGUSAHA BISNIS *RETAIL* PRODUK
FRESHWATER AQUARIUM: ANALISIS DIFERENSIASI
STRATEGI BERDASARKAN *QUALITY QUES***

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Ekonomi (S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta



DISUSUN OLEH:

YOSAFAT VIDY SETYAWAN

NPM: 110319254

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2015

SKRIPSI

**KIAT SUKSES PENGUSAHA BISNIS *RETAIL* PRODUK *FRESHWATER*
AQUARIUM: ANALISIS DIFERENSIASI STRATEGI BERDASARKAN
*QUALITY QUES***

Disusun oleh:

YOSAFAT VIDY SETYAWAN

NPM: 110319254

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing Utama



Budi Suprpto, MBA., Ph.D.

10 Desember 2015

SKRIPSI

KIAT SUKSES PENGUSAHA BISNIS *RETAIL* PRODUK *FRESHWATER*
AQUARIUM: ANALISIS DIFERENSIASI STRATEGI BERDASARKAN
QUALITY QUES

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

YOSAFAT VIDY SETYAWAN


NPM: 11 03 19254

telah dipertahankan di depan Panitia Penguji pada tanggal 10 Desember
2015 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah
satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S1)

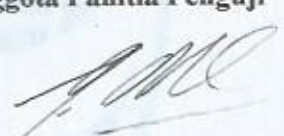
Program Studi Manajemen

SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji


Budi Suprpto, MBA., Ph.D.

Anggota Panitia Penguji


Drs. Gunawan Jiwanto, MBA


EF. Slamet. S. Sarwono, MBA., DBA.

Yogyakarta, 10 Desember 2015

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Atma Jaya Yogyakarta


Budi Suprpto, MBA., Ph.D.

FAKULTAS
EKONOMI

PERNYATAAN

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

**Kiat Sukses Pengusaha Bisnis Produk *Freshwater Aquarium*: Analisis
Diferensiasi Strategi Berdasarkan *Quality Ques***

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

Yogyakarta, 10 November 2015

Yang Menyatakan

A handwritten signature in black ink, consisting of several overlapping loops and lines, positioned below the text 'Yang Menyatakan'.

Yosafat Vidy Setyawan

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis haturkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, Maha Pengasih, dan Maha Penyayang atas segala rahmat, berkat, dan kasih-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dan penyusunan skripsi yang berjudul “Kiat Sukses Pengusaha Bisnis *Retail* Produk *Freshwater Aquarium*: Analisis Diferensiasi Strategi Berdasarkan *Quality Ques*”. Skripsi yang disusun dengan sedemikian rupa oleh penulis ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Dengan penuh kesadaran penulis menyadari bahwa tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak yang bersifat langsung maupun tidak langsung, tugas akhir ini tidak akan mampu diselesaikan oleh penulis. Maka pada kesempatan ini, penulis hendak menyampaikan ungkapan dan ucapan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada pihak-pihak berikut:

1. Jesus Christ, yang selalu menyertai, membimbing, memberkati, serta memberi kekuatan dalam perjalanan penulis menempuh studi S1 sampai dengan penulisan skripsi ini. Ia selalu mampu membangkitkan penulis di saat tidaka ada lagi manusia yang mampu membangkitkan.
2. Bapak lan Ibu yang selalu percaya dan mendukung segala daya dan upaya yang dilakukan oleh penulis. Segala doa, dukungan, dan semangat selalu

mereka berikan secara tidak langsung dan membantu penulis untuk selalu semangat dalam menghadapi segala tantangan dalam penulisan skripsi.

3. Bapak Budi Suprpto , MBA., Ph.D.selaku dosen pembimbing yang selama ini telah bersedia untuk meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, arahan, saran, serta motivasi untuk penulis selama penyusunan skripsi.
4. Rekan-rekan sejawat HMPSM, angkatan 2010, 2011, dan 2012 yang selalu memberikan motivasi dan penghiburan dengan cara yang unik dan tidak menarik, selalu bisa membuat penulis terhibur secara fisik maupun mental. Menjadi keluarga yang selalu dapat menjadi media pembelajaran, entah baik maupun buruk. Tidak tergantikan sampai kapanpun.
5. Kawan-kawan terdekat “di waktu-waktu tertentu” penulis, Ngurah Arvin, Immanuel Manullang, Alexander Danniell, Agri Fajar, Alfon Erwin, Brian Sitohang, Rido Purba, bang Fanny Moula, ko Tommy, Ko Anthony Chandra dan masih banyak lagi yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu, atas segala macam bantuan yang telah mereka berikan kepada penulis secara sadar atau tidak selama berkenalan sampai dengan saat ini.
6. Wanita termanja ke-3 yang dapat tinggal di hati penulis, selain Ibu dan adik penulis; Grasienda Natalia yang selalu memberikan motivasi dan semangat dengan cara yang tidak biasa, dan dengan segala kepenuhan hati yang ia miliki untuk membantu penulis di sela-sela pembuatan skripsinya juga.

7. Om The Tiong Bing dan Bapak Agus beserta seluruh karyawan yang bekerja, karena telah memberikan banyak wawasan kepada penulis baik dalam penyusunan skripsi maupun pendalaman ilmu itu sendiri, serta tak lupa ucapan terima kasih sebesar-besarnya atas kesanggupan beliau untuk membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kata sempurna dikarenakan keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki oleh penulis. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan guna menyempurnakan skripsi ini. Harapan penulis semoga penelitian yang penulis lakukan ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak dan kalangan, terlebih bagi seluruh *civitas* Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 10 November 2015

Penulis

Yosafat Vidy Setyawan

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Ruang Lingkup Penelitian.....	3
1.3 Rumusan Masalah	4
1.4 Pembatasan Penelitian	5
1.5 Tujuan Penelitian	5
1.6 Manfaat Penelitian	6
1.7 Sistematika Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pendefinisian Strategi	10
2.2 <i>Quality Ques/ Isyarat Kualitas</i>	12
2.2.1 Definisi <i>Quality/ Kualitas</i>	12
2.2.2 Definisi <i>Ques/ Isyarat</i>	14
2.2.3 Atribut <i>Quality Ques</i>	14
2.3 Retailing	15
2.3.1 Jenis-Jenis Retailing.....	17
2.3.1.1 Tipe Kepemilikan.....	17

2.3.1.2 Produk Barang atau Jasa yang Dijual.....	18
2.3.1.3 <i>Non-Store Retailing</i>	19
2.3.1.4 Strategi Penetapan Harga	20
2.3.1.5 Lokasi.....	21
2.3.2 Strategi 7 R Untuk retailing	21
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Lingkup Penelitian	25
3.2 Desain Penelitian.....	26
3.3 Metode Pemilihan Informan dan Pengumpulan Data	27
3.4 Pengumpulan Data	28
3.4.1 Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.4.1.1 Wawancara Mendalam (<i>Depth Interview</i>)	28
3.4.1.2 Pengamatan (<i>Observation</i>).....	34
3.4.1.3 Studi Dokumentasi dan Literatur	35
3.4.2 Proses Pengumpulan Data.....	35
3.5 Analisis Interpretatif.....	36
3.5.1 Analisis Isi.....	38
3.6 Kerangka Konseptual	41
3.7 Validitas dan Kredibilitas.....	43
3.8 Tahap Kegiatan Penelitian	44
3.8.1 Tahap Pra Lapangan.....	44
3.8.2 Tahap Pekerjaan Lapangan	44
3.8.3 Tahap Analisis Data	44
3.8.4 Tahap Penyusunan Laporan	45
3.9 Laporan Pelaksanaan Penelitian.....	45
3.9.1 Tahap Persiapan	45
3.9.2 Pelaksanaan Penelitian	46
3.9.2.1 Pemilihan Informan.....	46

3.9.2.2 Pengumpulan Data	47
BAB IV ANALISA DATA	58
4.1 Posisi <i>Quality Ques/</i> Isyarat Kualitas Sebagai Strategi <i>Retailing</i>	59
4.1.1 Tipe Kepemilikan Usaha.....	59
4.1.2 Variasi Produk yang Disediakan	60
4.1.3 Tipe Produk yang Tersedia	64
4.1.4 Kualitas dan Kuantitas Produk yang Tersedia	67
4.1.5 Fasilitas Fisik yang Tersedia.....	70
4.1.6 Kompetensi <i>Staff</i> Karyawan yang Bekerja	71
4.1.7 Prosedur Servis yang Ditetapkan oleh <i>Owner</i>	73
4.1.8 <i>Training/</i> Pelatihan Kompetensi yang Disediakan oleh <i>Owner</i>	75
4.1.9 Kegiatan yang Biasa Diadakan oleh Toko	77
4.2 Simpulan Bab	79
BAB V PENUTUP	86
5.1 Kesimpulan	86
5.2 Implikasi Manajerial	89
5.3 Saran Penelitian.....	89
5.4 Kekurangan Penelitian	91
DAFTAR PUSTAKA	93

DAFTAR TABEL DAN GAMBAR

Gambar 3.1 Skema <i>Guide in Depth Interview</i>	31
Tabel 3.1 Tabel Daftar Panduan Wawancara.....	32
Gambar 3.2 Teknik <i>Content Analysis</i>	39
Tabel 3.2 Durasi Waktu Wawancara Terekam dan Kegiatan Pengambilan Data	48
Tabel 3.3 Data Teknis Pengambilan Data	50
Tabel 4.1 Tabel Jenis dan Variasi Produk <i>The Best Aquarium</i>	61
Tabel 4.2 Tabel Jenis dan Variasi Produk Hobiku	63
Tabel 4.3 Deskripsi Singkat Diferensiasi Strategi yang Diaplikasikan Sesuai Atribut <i>Quality Ques</i>	63

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	: Transkrip Wawancara
Lampiran II	: Data Produk dan Harga
Lampiran III	: Data Pegawai/ Karyawan
Lampiran III	: Aktifitas Sosial Media dan Penggunaan <i>Website</i> Sebagai Media Promosi
Lampiran IV	: Dokumentasi Wawancara

KIAT SUKSES PENGUSAHA BISNIS *RETAIL* PRODUK *FRESHWATER*
AQUARIUM: ANALISIS DIFERENSIASI STRATEGI BERDASARKAN
QUALITY QUES

Disusun Oleh:

Yosafat Vidy Setyawan

NPM : 110319254

Pembimbing:

Budi Suprpto, MBA., Ph.D.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan guna mengetahui kiat sukses dan strategi pemasaran yang digunakan oleh para pebisnis *retail* terlebih dalam hal produk *freshwater aquarium* yang terdapat di Yogyakarta. Subyek yang diteliti adalah para *owner/* pemilik dari bisnis produk *freshwater aquarium* tersebut. Subjek yang diteliti adalah 2 bisnis *retail* produk *freshwater aquarium* yang cukup terkenal di Yogyakarta; *The Best Aquarium* yang beralamat di Jl. Sangaji No. 33, Daerah Istimewa Yogyakarta, dan *Hobiku* yang berlokasi di Jl. Ringroad Utara No. 2 Fly Over Jombor Kidul, Sleman, Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan metode wawancara mendalam. Data diambil dengan mengadakan wawancara secara mendalam dengan para pemilik bisnis *retail* tersebut.

Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa masing-masing pengusaha bisnis memiliki strategi dan trik tersendiri dalam strategi pemasaran mereka. Di latar belakang oleh idealisme dan pandangan serta strategi jangka panjang mereka masing-masing, para pebisnis kemudian dapat menjalankan bisnis mereka tanpa perlu terpengaruh satu dengan yang lainnya. Hal yang menjadi luar biasa adalah ketika mereka memiliki perbedaan visi namun sebenarnya memiliki misi yang tidak jauh berbeda dalam menjalankan bisnis tersebut, dan keduanya bisa sukses dan memiliki pasarnya masing-masing; terlebih mengingat, jenis usaha/ bisnis yang mereka dirikan bukanlah termasuk golongan kebutuhan yang penting, mendesak, terlebih lagi kebutuhan utama.

Kata Kunci: Kiat Sukses Bisnis, Produk *Freshwater Aquarium*, Strategi Retail, *Quality Ques*