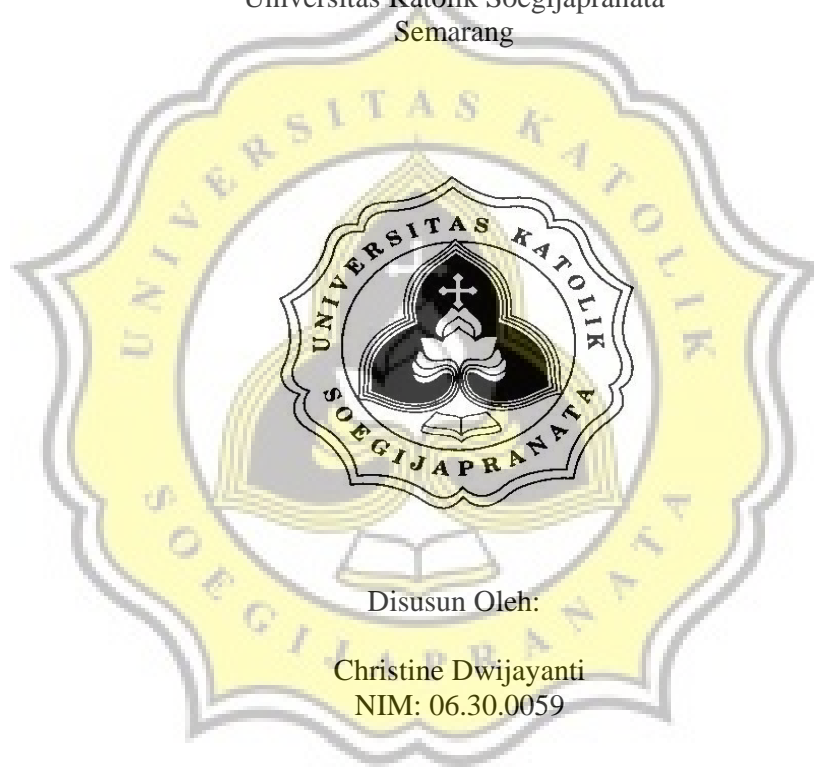


**STRATEGI KEUNGGULAN KOMPETITIF PADA
LAUNDRY CRYSTAL CLEAN DI SEMARANG**

Skripsi

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan
Mencapai derajat Sarjana S-1
Pada Fakultas Ekonomi
Universitas Katolik Soegijapranata
Semarang



**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
2010**

Halaman Motto & Persembahan



Skripsi ini Kupersembahkan Kepada :

Seluruh Keluargaku Terkasih

Semua Orang yang Kukasih....

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : STRATEGI KEUNGGULAN KOMPETITIF PADA LAUNDRY
CRYSTAL CLEAN DI SEMARANG

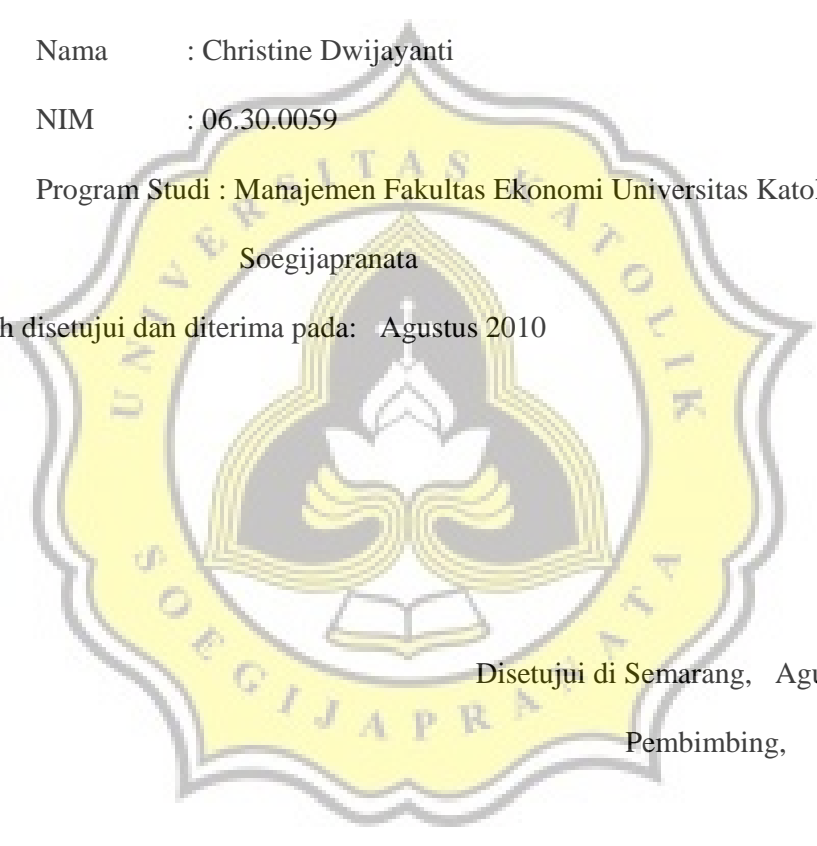
Disusun Oleh:

Nama : Christine Dwijayanti

NIM : 06.30.0059

Program Studi : Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik
Soegijapranata

Telah disetujui dan diterima pada: Agustus 2010



Disetujui di Semarang, Agustus 2010

Pembimbing,

(Dra. B. Irmawati, MS)

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : STRATEGI KEUNGGULAN KOMPETITIF PADA
LAUNDRY CRYSTAL CLEAN DI SEMARANG

Disusun Oleh:

Nama : Christine Dwijayanti

NIM : 06.30.0059

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal: 27 Agustus 2010

Tim Penguji,

Koordinator Penguji,

(Anggota),

Anggota,

(Dr. Rustina Untari) (Eny Trimeiningrum, SE., MSi.) (Dra. B. Irmawati, MS.)

Dekan Fakultas Ekonomi,

(Dr. Andreas Lako, SE, MSi)

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

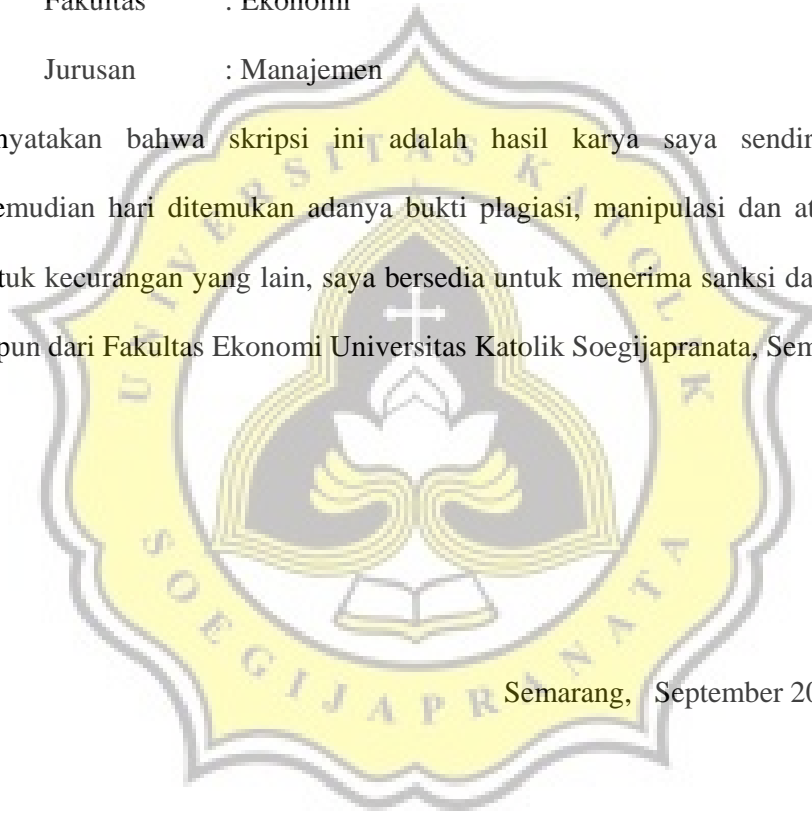
Nama : Christine Dwijayanti

NIM : 06.30.0059

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya bukti plagiasi, manipulasi dan atau bentuk-bentuk kecurangan yang lain, saya bersedia untuk menerima sanksi dalam bentuk apapun dari Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata, Semarang.



Semarang, September 2010

(Christine Dwijayanti)

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti haturkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat dan anugerah-Nya, peneliti akhirnya berhasil menyelesaikan skripsi yang berjudul: “STRATEGI KEUNGGULAN KOMPETITIF PADA LAUNDRY CRYSTAL CLEAN DI SEMARANG” ini.

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam mencapai gelar Sarjana S-1 pada fakultas ekonomi, jurusan manajemen, Universitas Katolik Soegijapranata, Semarang.

Dalam menyelesaikan skripsi ini tidak sedikit hambatan yang dialami oleh penulis, oleh sebab itu dukungan dari berbagai pihak sangat dibutuhkan. Maka pada kesempatan ini pulalah penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada berbagai pihak, yaitu:

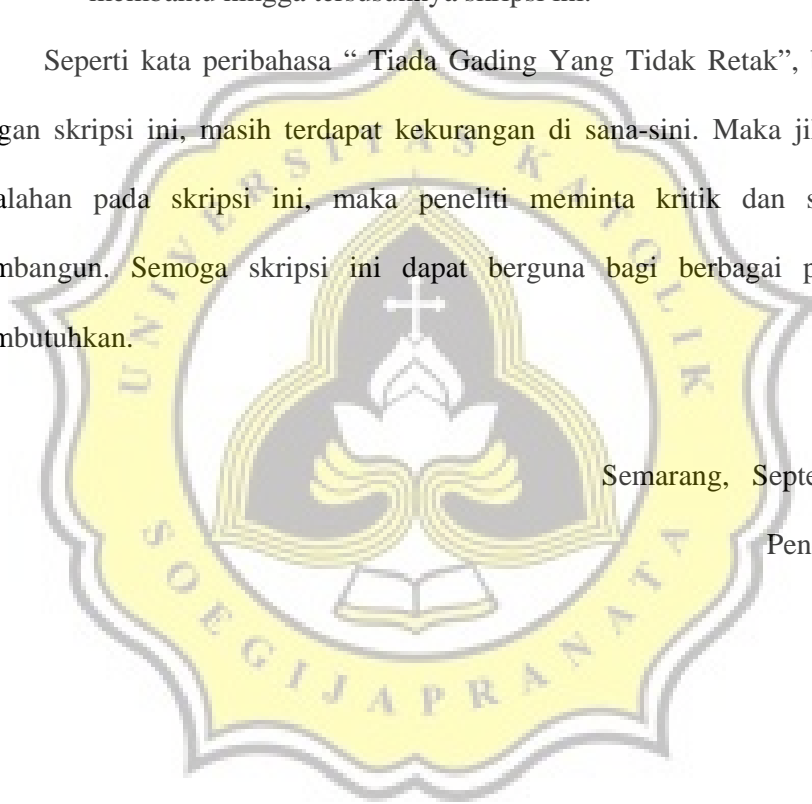
1. Bapak Dr. Andreas Lako, SE.,MSi, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata, Semarang.
2. Ibu Dra. B. Irmawati, MS, selaku dosen pembimbing yang dengan penuh perhatian telah membimbing, memberikan petunjuk, saran dan waktu luangnya kepada peneliti hingga terselesaikannya skripsi ini.
3. Bapak dan ibu dosen beserta staff dan karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata, Semarang.
4. Kedua orang tuaku yang selama ini telah memberikan banyak dukungan baik moril maupun materiil.

5. Seluruh keluargaku, kakak-kakakku, yang telah memberikan semangat dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Semua orang yang telah memberikan semangat, dukungan dan doa kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
7. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu hingga tersusunnya skripsi ini.

Seperti kata peribahasa “Tiada Gading Yang Tidak Retak”, begitu pula dengan skripsi ini, masih terdapat kekurangan di sana-sini. Maka jika terdapat kesalahan pada skripsi ini, maka peneliti meminta kritik dan saran yang membangun. Semoga skripsi ini dapat berguna bagi berbagai pihak yang membutuhkan.

Semarang, September 2010

Peneliti



DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Motto	ii
Halaman Persetujuan Skripsi	iii
Halaman Pengesahan Skripsi	iv
Halaman Keaslian Skripsi	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi	viii
Daftar Gambar	x
Daftar Tabel	xi
Abstraksi	xii
BAB I: PENDAHULUAN	1
1.1. LATAR BELAKANG	1
1.2. PERUMUSAN MASALAH	4
1.3. TUJUAN PENELITIAN	4
1.4. MANFAAT PENELITIAN	4
1.5. SISTEMATIKA PENULISAN	5
BAB II: LANDASAN TEORI	6
2.1. Pengertian Wirausaha (<i>Entrepreneur</i>)	6
2.2. Pengertian Strategi	10
2.3. Analisis Lingkungan Industri dengan Pendekatan Porter	14

2.4. Strategi Keunggulan Kompetitif dengan Metode <i>Resource Based Value</i> (<i>RBV</i>)	21
2.5. KERANGKA PIKIR.....	32
2.6. DEFINISI OPERASIONAL.....	33
BAB III: METODE PENELITIAN	35
3.1. Obyek Penelitian.....	35
3.2. Jenis dan Sumber Data.....	35
3.3. Metode Pengumpulan Data.....	36
3.4. Teknik Analisis Data.....	36
BAB IV: HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	38
4.1. Gambaran Umum Perusahaan.....	38
4.2. Hasil Analisis VRIO.....	39
4.2.1. Analisis <i>Value</i>	39
4.2.2. Analisis <i>Rarity</i>	42
4.2.3. Analisis <i>Imitability</i>	45
4.2.4. Analisis Organisasi.....	47
4.3. Pembahasan.....	49
BAB V: PENUTUP	53
5.1. Kesimpulan.....	53
5.2. Saran.....	54

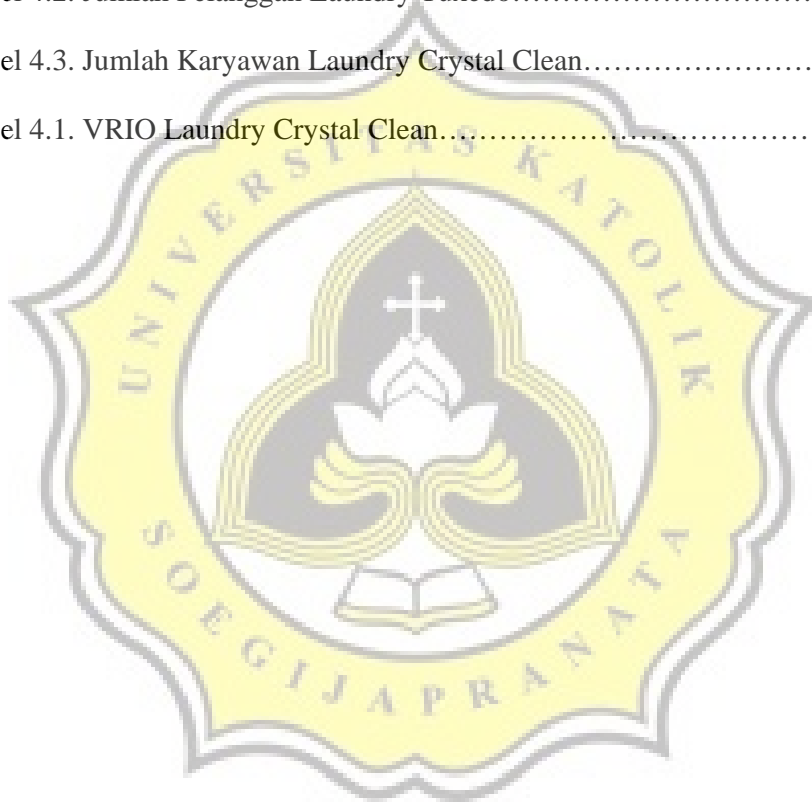
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2. Kekuatan-kekuatan yang Mempengaruhi Persaingan Industri.....	15
Gambar 2.3. Karakteristik Sumber Daya sebagai Dasar Keunggulan Kompetitif	27
Gambar 2.4. Kerangka Pikir Penelitian.....	32



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Ciri-ciri dan sifat-sifat Wirausaha.....	8
Tabel 2.2. Kerangka VRIO.....	30
Tabel 4.1. Jumlah Pelanggan Laundry Crystal Clean.....	40
Tabel 4.2. Jumlah Pelanggan Laundry Tuxedo.....	41
Tabel 4.3. Jumlah Karyawan Laundry Crystal Clean.....	43
Tabel 4.1. VRIO Laundry Crystal Clean.....	50



ABSTRAKSI

Dewasa ini, persaingan di dunia bisnis semakin kompetitif. Hal ini dapat dilihat dari berbagai usaha yang bermunculan, baik yang berskala kecil, menengah dan besar. Semuanya bersaing untuk memenangkan hati konsumennya sehingga dapat tetap eksis di tengah persaingan yang semakin gencar. Strategi yang tepat harus diterapkan oleh sebuah organisasi atau perusahaan supaya ia tidak kalah dari para pesaingnya. Satu pendekatan untuk melihat keunggulan kompetitif bisnis adalah dengan analisis VRIO, yaitu perangkat internal analisis dalam konteks bisnis dengan membahas tentang V (*Value*), R (*Rarity*), I (*Imitability*), dan R (*Rarity*), O (*Organization*). Laundry Crystal Clean di Semarang juga menghadapi persaingan yang semakin kompetitif dewasa ini. Pada penelitian ini akan dilakukan analisis strategi keunggulan kompetitif pada Laundry Crystal Clean dengan menggunakan analisis VRIO yang melihat pada nilai (*value*), kelangkaan (*rarity*), imitability (*imitability*), dan organisasi (*organization*) yang dimiliki sebuah usaha.

Perumusan masalah pada penelitian ini adalah: “Bagaimanakah keunggulan kompetitif berdasarkan VRIO pada Laundry Crystal Clean di Semarang?” Adapun tujuan penelitian ini adalah: untuk mengetahui keunggulan kompetitif berdasarkan VRIO pada Laundry Crystal Clean di Semarang.

Obyek pada penelitian ini adalah Laundry Crystal Clean yang memiliki kantor pusat di Jalan D.I. Panjaitan, Semarang. Laundry Crystal Clean merupakan salah satu bisnis yang bergerak di jasa pencucian atau laundry di Semarang. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Sumber datanya berasal dari pihak pimpinan atau supervisor Laundry Crystal Clean, pesaingnya, dan konsumennya. Metode pengumpulan data dilakukan dengan: *Interview* (wawancara) dan observasi. Teknik analisis data dalam penelitian menggunakan analisis deskriptif kualitatif.

Dari hasil analisis dan pembahasan pada bagian sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan bahwa Laundry Crystal Clean Semarang berdasarkan analisis VRIO mempunyai keunggulan kompetitif, yaitu: (1) *Value*: fasilitas yang terdiri dari mesin cuci, mesin dry clean, dan ruang tunggu yang baik, jumlah pelanggan dan permintaan yang semakin meningkat (4%) jika dibandingkan dengan pesaingnya yaitu Tuxedo, jumlah mesin Laundry Crystal Clean lebih banyak, dan jumlah pelanggan Tuxedo meningkat hanya 2,74%. (2) *Rarity*: kapabilitas atau kompetensi karyawan yang baik, dan karyawan yang ramah dan terampil. Dibandingkan dengan Tuxedo lebih unggul karena karyawan lebih ramah dan terampil. (3) *Imitability*: memiliki reputasi yang baik dan pelayanan yang baik dari pihak Laundry Crystal Clean. Dibandingkan dengan Tuxedo memiliki pelayanan lebih baik. (4) Organisasi: adanya *follow up* yang baik kepada pelanggan, hubungan yang baik antara karyawan dengan atasan dan sesama karyawan, serta adanya fleksibilitas tugas. Dibandingkan dengan Tuxedo dalam hal organisasi hamper seimbang.

Adapun saran yang dapat dikemukakan pada penelitian ini antara lain adalah sebagai berikut: (1) Mempertahankan fasilitas yang dimilikinya.

(2) Mempertahankan keramahan dan ketrampilan karyawan. (3) Memberikan pelayanan optimal kepada konsumen sehingga konsumen merasa puas (4) Menanggapi komplain dengan cepat dan ramah. (5) Mempertahankan *follow up* baik melalui telepon, undian berhadiah, dan lainnya untuk meningkatkan hubungan baik dengan konsumen. (6) Menjalin hubungan baik dengan karyawan dan konsumen. (7) Mengimplementasikan fleksibilitas kerja karyawan.

