

M  
8.8343  
X  
9

# ANALISIS POSISI PASARAYA SRI RATU PEMUDA BERDASAR PENILAIAN KONSUMEN DALAM BISNIS RITEL DI SEMARANG

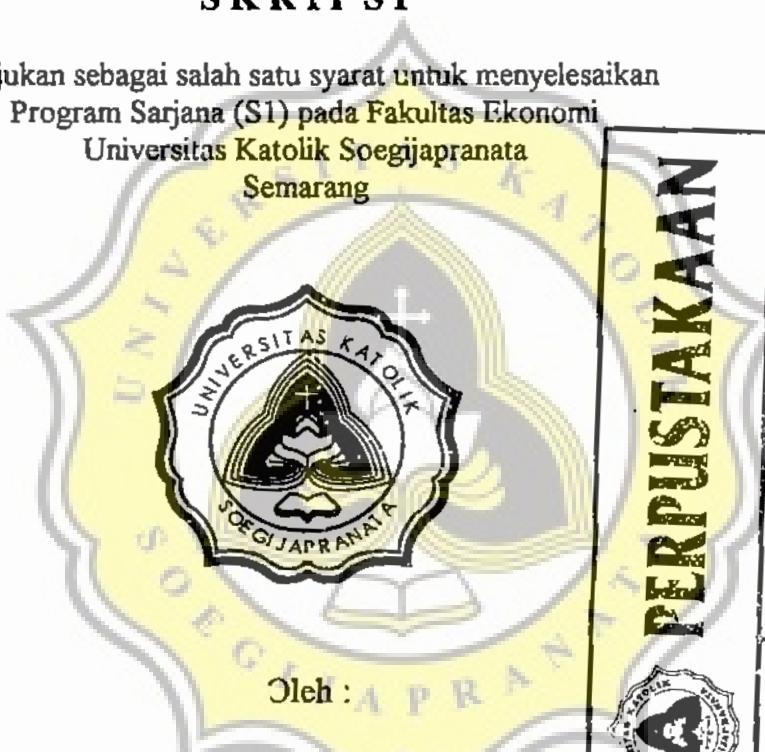
## SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan

Program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi

Universitas Katolik Soegijapranata

Semarang



Nama : Agus Setiyawan  
Nim : 94.30.2025  
Nirm : 94.6.111.02016.50218  
Jurusan : Manajemen

PERPUSTAKAAN	
No. INV.	481/E/CL
Th. Angg.	1998 / 1999. Cat : COM 99
PARAP.	WAWAH. TGL. 13 - 3 - 1999

FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA  
SEMARANG  
1999

Fakultas Ekonomi

Universitas Katolik Soegijapranata

Semarang

Tanda Persetujuan Skripsi

Nama : Agus Setiyawan

N I M : 94.30.2025

N I R M : 94.6.111.02016.50218

Fak/Jur : Ekonomi/Manajemen

Judul : Analisis Posisi Pasaraya Sri Ratu Pemuda Berdasar  
Penilaian Konsumen dalam Bisnis Ritel Di  
Semarang.



Dosen Pembimbing I

( Dra. Retno Yustini, MSi )

Dosen Pembimbing II

( Ben. Karno BP, SE, MM )

## **MOTTO**

*Non Omnia Possumus Omnes*

## **PERSEMBAHAN**

Karya ini kupersembahkan untuk :

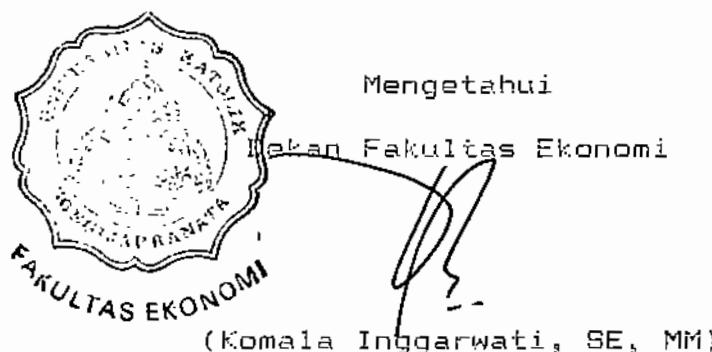
1. Allah Bapa yang melalui PuteraNya telah memberikan segala berkat dan rahmatNya sejak aku diciptakan.
2. Bunda Maria atas segala bimbingan dan pendampingannya.
3. St. Stefanus atas segenap inspirasi dan semangatnya.
4. Kedua orang tuaku tercinta atas segala dorongan dan fasilitas yang telah diberikan selama ini.
5. Kedua kakakku tercinta atas segala dorongannya.
6. Almamaterku tercinta atas segala ilmu, kesempatan dan kenangan indah yang tercipta sejak aku kuliah disini hingga aku menyandang gelar kesarjanaanku.
7. My beloved one atas segala pendampingannya yang ajaib.

HALAMAN PENGESAHAN

JUDUL : ANALISIS POSISI PASARAYA SRI RATU PEMUDA BERDASAR  
PENILAIAN KONSUMEN DALAM BISNIS RITEL DI SEMARANG

Telah diuji dan dipertahankan di hadapan para penguji pada:

Semarang, 13 Februari 1999



## ABSTRAK

Persaingan diantara swalayan di kota Semarang sangat ketat. Hal ini disebabkan hampir semua swalayan menawarkan atribut yang sama. Untuk itu perlu dikembangkan strategi bersaing yang unggul dibandingkan swalayan yang lain, begitu juga yang dilakukan oleh Pasaraya Sri Ratu Pemuda.

Dalam penelitian ini digunakan pendekatan dua belah pihak, yaitu menggali informasi dari Pasaraya Sri Ratu Pemuda sebagai pihak intern dan para konsumennya sebagai pihak ekstern. Hal ini dimaksudkan agar data dalam penelitian ini merupakan data yang valid dan bisa digunakan untuk penyusunan strategi bersaing yang unggul.

Responden diambil berdasarkan metode purposive sampling yaitu metode pengambilan sampel dimana responden yang diambil adalah sesuai dengan tujuan penelitian dan dianggap representatif (Sutrisno Hadi, 1993 : 220).

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis SWOT Fungsional menurut Glueck dimana dalam teknik ini digunakan dua konsep penelitian yaitu konsep SAP (*Strategic Advantage Profile*) dan konsep ETOP (*Environment Threats Opportunities Profile*). Konsep SAP membahas kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan, sedang konsep ETOP membahas profil kesempatan dan tantangan lingkungan yang dihadapi oleh perusahaan. Adapun variabel yang diteliti adalah variabel AP ditambah faktor ekstern Pasaraya Sri Ratu Pemuda.

Berdasarkan penelitian dapat ditarik kesimpulan semua variabel yang diteliti, baik itu variabel AP maupun faktor ekstern menunjukkan Pasaraya Sri Ratu Pemuda memiliki kekuatan dan kesempatan usaha yang lebih besar dibandingkan pesaingnya. Hal ini dapat dilihat dari semua angka TF maupun PF yang diperoleh menunjukkan angka positif (untuk TF berkisar antara +1 sampai +4 dan untuk PF berkisar antara +20 sampai +30).

Berdasarkan data penelitian tersebut maka disarankan Pasaraya Sri Ratu Pemuda menggunakan strategi pertumbuhan stabil terlopang untuk strategi bersaingnya. Strategi pertumbuhan stabil yang tertopang bisa diterapkan dengan mengoptimalkan AP dan faktor eksternal yang dimiliki oleh Pasaraya Sri Ratu Pemuda yaitu: produk, harga, promosi, penempatan produk dan counter ditambah faktor eksternal.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Tuhan YME atas segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyusun skripsi dengan judul *Strategi Bersaing Pasaraya Sri Ratu Pemuda Ditinjau Dari Posisinya Dalam Bisnis Ritel di Semarang*

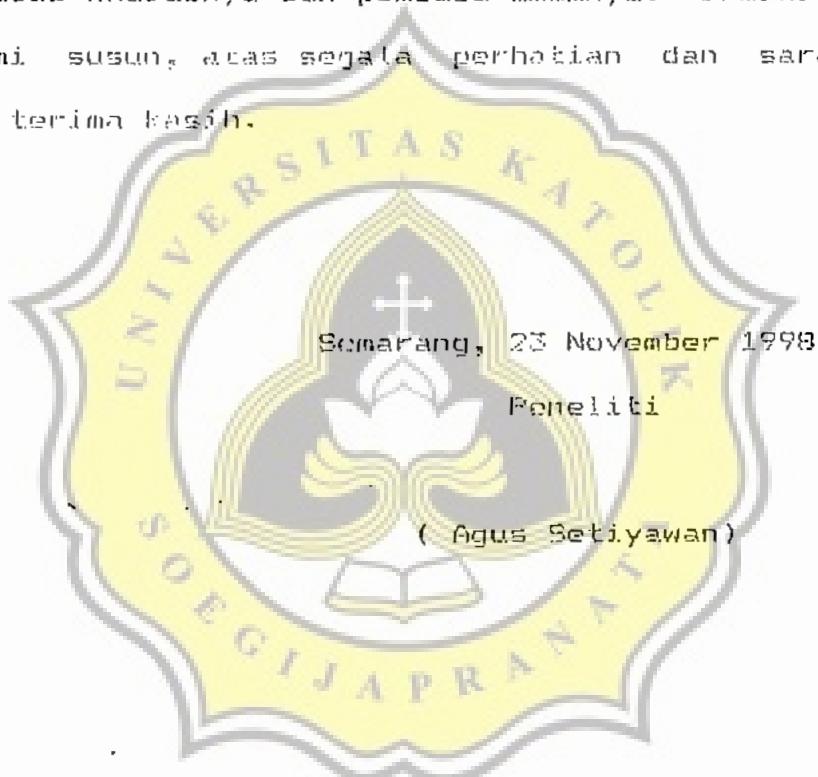
Maksud dan tujuan skripsi ini adalah sebagai syarat yang harus dipenuhi untuk menyelesaikan program sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.

Oleh karena itu pada kesempatan ini perkenankanlah penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Komala Inggarwati, SE, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
2. Ibu Dra. Retno Yustini, MSi selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan petunjuk dalam penulisan skripsi ini.
3. Bapak Ben. Karno BP, SE, MM selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan petunjuk dalam penulisan skripsi ini.
4. Bapak Hendro selaku Generalk Store Pasaraya Sri Ratu yang telah meluangkan waktunya untuk memberi masukan bagi penulisan skripsi ini.
5. Sahabat-sahabatku Agus, Roni, Ari dan Iwan atas segala masukan dan penghiburannya selama ini.

6. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari keterbatasan dan kemampuan dalam menyusun skripsi ini, oleh karena itu penulis mohon segala kritik dan saran yang membangun sehingga dapat memperbaiki skripsi ini lebih baik, dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca umumnya. Demikian skripsi ini kami susun, atas sejuta perhatian dan saran diucapkan banyak terima kasih.



Surabaya, 23 November 1998

Peneliti

( Agus Setiyawan )

## DAFTAR ISI

Halaman Judul .....	i
Halaman Nette dan Persembahan .....	ii
Halaman Persetujuan Skripsi .....	iii
Halaman Pengesahan Skripsi .....	iv
Abstrak .....	v
Kata Pengantar .....	vi
Daftar Isi .....	viii
Daftar Tabel .....	xi
Daftar Lampiran .....	xii
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	4
1.3. Pembatasan Masalah .....	4
1.4. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	5
1.5. Sistematika Penulisan .....	5
<b>BAB II. TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1. Pengertian Department Store dan Supermarket .....	8
2.2. Pengertian Pemasaran .....	9
2.3. Konsep Pemasaran dan Orientasi Pada Konsumen .....	11
2.4. Pengertian Perilaku Konsumen .....	13
2.5. Teori Perilaku Konsumen .....	16
2.6. Motif Perilaku Konsumen .....	19
2.7. Faktor Lingkungan Eksternal yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen .....	24

<b>2.8. Faktor Lingkungan Internal yang Hempengaruhi</b>	
Perilaku Konsumen .....	27
<b>2.9. Proses Pembelian .....</b>	<b>30</b>
<b>2.10. Implikasi Perilaku Konsumen Pada Strategi</b>	
Pemasaran .....	32
<b>2.11. Analisis SWOT .....</b>	<b>32</b>
<b>2.12. Strategi-Strategi Dasar Pilihan .....</b>	<b>37</b>
<b>2.13. Kerangka Pikir .....</b>	<b>43</b>
<b>2.14. Definisi Operasional .....</b>	<b>44</b>
<b>BAB III. METODE PENELITIAN</b>	
<b>3.1. Lokasi Penelitian .....</b>	<b>48</b>
<b>3.2. Populasi .....</b>	<b>48</b>
<b>3.3. Teknik Sampling .....</b>	<b>49</b>
<b>3.4. Metode Pengumpulan Data .....</b>	<b>50</b>
3.4.1. Data Primer .....	51
3.4.2. Data Sekunder .....	52
<b>3.5. Teknik Analisis yang Digunakan .....</b>	<b>52</b>
3.5.1. Analisis Ekstern .....	53
3.5.2. Analisis Intern .....	54
<b>BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
<b>4.1. Gambaran Umum Pasaraya Sri Ratu .....</b>	<b>57</b>
4.1.1. Sejarah Singkat Pasaraya Sri Ratu .....	57
4.1.2. Motto Sri Ratu .....	58
<b>4.2. Hasil Penelitian dan Analisis Data .....</b>	<b>59</b>
<b>4.3. Strategi Bersaing .....</b>	<b>69</b>
4.3.1. Strategi Bersaing Selama Ini .....	69
4.3.2. Evaluasi Strategi Bersaing .....	71

**BAB V. PENUTUP**

5.1. Kesimpulan ..... 75

5.2. Saran ..... 77

Questioner

Daftar Pustaka

Lampiran



## DAFTAR TABEL

Tabel IV.1. Persentase responden berdasar jenis kelamin .....	60
Tabel IV.2. Persentase responden berdasar penghasilan/bulan .....	60
Tabel IV.3. Persentase responden berdasar frekuensi berbelanja/bulan .....	61
Tabel IV.4. Analisis SWOT Produk .....	62
Tabel IV.5. Analisis SWOT Barga .....	63
Tabel IV.6. Analisis SWOT Promosi .....	65
Tabel IV.7. Analisis SWOT Penempatan Produk dan Counter .....	65
Tabel IV.8. Analisis SWOT Pelayanan Personal .....	66
Tabel IV.9. Analisis SWOT Eksternal .....	67