

**ANALISIS PENGARUH BANYAKNYA PENGUNJUNG PLASA,
LOKASI USAHA DAN PENGALAMAN USAHA TERHADAP TINGKAT
PROFITABILITAS USAHA RETAIL DI PLASA**

TESIS

Diajukan kepada
Program Pasca Sarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta
untuk memenuhi salah satu syarat Memperoleh Gelar
Magister Manajemen dalam Ilmu Manajemen

Oleh :

HARJANA

NIM P : 100040057
Program Studi : Magister Manajemen
Konsentrasi : Sumber Daya Manusia

**PROGRAM PASCA SARJANA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2006**

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bisnis Eceran yang biasa juga disebut dengan bisnis ritel, merupakan bisnis yang menghidupi banyak orang dan banyak memberikan keuntungan bagi sementara orang lainnya. Pada saat krisis moneter melanda Indonesia tahun 1997, yang kemudian berkembang menjadi krisis ekonomi, perekonomian Indonesia banyak tertolong oleh sektor perdagangan eceran. Di banyak negara termasuk negara-negara industri terkemuka seperti Perancis, Inggris dan AS, bisnis eceran merupakan salah satu sektor utama perekonomian yang mendatangkan keuntungan besar.

Di Indonesia perkembangan strategi, program dan teknik pemasaran yang diterapkan oleh pengecer besar dalam beberapa tahun terakhir telah memasuki era yang praktis sama dengan era yang terdapat di negara-negara maju. khususnya yang terjadi di Jakarta dan wilayah sekitarnya, juga umumnya di kota-kota utama lainnya seperti Bandung, Surabaya dan Medan. Di Kota Surakarta beberapa tahun belakangan juga telah berkembang dengan hadirnya beberapa pusat perbelanjaan yang bertaraf nasional maupun internasional seperti Matahasi, Alfa, Goro, Hero, Hypermart, Makro dan lain sebagainya.

Dengan semakin banyak hadirnya pusat perbelanjaan di kota Surakarta ini telah meningkatkan persaingan usaha yang semakin ketat. Beberapa Strategi untuk memenangkan persaingan dalam usaha ini antara lain adalah upaya untuk menarik sebanyak banyaknya pengunjung ke pusat-pusat perbelanjaan. Hal ini bisa dimengerti bahwa dengan semakin banyaknya pengunjung diharapkan akan meningkatkan kemungkinan berbelanja sehingga secara keseluruhan akan dapat meningkatkan penjualan yang pada akhirnya akan meningkatkan keuntungan usahanya.

Keberhasilan usaha ritel sangat ditentukan oleh sejauh mana tingkat profitabilitas usaha. Berbagai upaya telah dilakukan untuk meningkatkan profitabilitas usaha. Usaha pemasaran sebagai salah satu strategi meningkatkan profitabilitas dinilai merupakan cara yang paling strategis. Dalam konsep pemasaran dikenal istilah *marketing mix*, dimana dalam konsep pemasaran merupakan upaya sinergi antara *Product, Price, Promotion and Place* sebagai unsur-unsur penting untuk meningkatkan penjualan.

Pusat Perbelanjaan di Indonesia saat ini pada umumnya berkembang fungsinya disamping sebagai tempat berbelanja untuk mendapatkan kebutuhan yang diperlukan juga berfungsi sebagai tempat rekreasi.

B. Rumusan Masalah

Dengan semakin ketatnya persaingan usaha ritel di plasa sebagaimana disebutkan diatas maka dapat dirumusan permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Seberapa besar pengaruh banyaknya pengunjung di pusat perbelanjaan, lokasi usaha di dalam plasa dan pengalaman usaha terhadap tingkat profitabilitas usaha ritel di plasa.
2. Apakah ada perbedaan tingkat profitabilitas untuk jenis produk tertentu yang sama yang dijual pada pusat perbelanjaan yang berbeda

C. Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh terhadap tingkat profitabilitas usaha ritel di plasa dari variabel-variabel berikut ini :
 - a. Jumlah pengunjung plasa
 - b. Lokasi usaha di dalam plasa
 - c. Pengalaman usaha
2. Untuk mengetahui apakah ada perbedaan tingkat profitabilitas pada jenis produk yang sama yang dijual pada tempat yang berbeda

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah :

- a. membantu para pelaku usaha di bidang ritel di plasa di dalam mengembangkan usahanya
- b. Sebagai gambaran bagi para pelaku usaha ritel di plasa mengenai tingkat profitabilitas pada beberapa jenis usaha.

E. Organisasi Thesis / Sistematika

BAB I	PENDAHULUAN
	A. Latar belakang Masalah
	B. Rumusan Masalah
	C. Tujuan Penelitian
	D. Manfaat Penelitian
	E. Perumusan Hipotesis
BAB II	LANDASAN TEORI
	A. Pemasaran dan Kebutuhan produk barang/jasa
	B. Teori Analisis Laporan Keuangan perusahaan
	C. Teori tentang Lokasi Usaa
	D. Perumusan Hipotesis
BAB III	METODE PENELITIAN
	1. Populasi
	2. Sampel dan metode pengambilan
	3. Ruang lingkup penelitian
	4. Jenis data
	5. Variable penelitian
	6. Teknis Analisis data
BAB IV	ANALISIS DAN PEMBAHASAN
	A. Diskripsi Data
	B. Analisis dan Pengujian Hipotesis
	C. Pembahasan
BAB V	KESIMPULAN DAN REKOMENDASI
	A. Kesimpulan
	B. Rekomendasi