

KATA PENGANTAR

Namo Buddhaya, segala puji dan syukur yang dipanjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa atas kebesaran kasih serta berkat-Nya, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi dengan judul “ANALISIS KEUNGGULAN BERSAING SELAMA MASA PANDEMI *COVID-19*: STUDI KASUS PADA TOKO PAKAIAN DALAM MONICA” pada waktu yang sudah ditentukan. Proses pengerjaan tesis ini tentu, penulis mengalami banyak masalah, hambatan maupun tantangan yang belum pernah dihadapi sebelumnya. Namun, tangan-Nya tidak melepaskan anak-Nya sendiri di dalam percobaan sehingga Ia memberikan orang-orang pilihan untuk membimbing penulis selama mengerjakan tugas akhir ini. Oleh karena itu, saya, Kelly Oendoro selaku penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih atas arahan, dukungan serta doa yang sudah diberikan kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan kasih dan berkat-Nya dalam hidup penulis
2. Bapak Dr. (Hon) Jonathan L. Parapak, M.Eng.Sc. selaku Rektor di Universitas Pelita Harapan.
3. Ibu Gracia Shinta S. Ugut, M.B.A., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Harapan.
4. Ibu Liza Handoko, S.E., M.M. selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Harapan
5. Ibu Vina Christina Nugroho, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Pelita Harapan

6. Bapak Paulus Yokie Radnan, S.E., M.M. selaku Wakil Ketua Program Studi Manajemen Universitas Pelita Harapan.
7. Bapak Dr. Ir. Evo Sampetua Hariandja, M.M. selaku Penasehat Akademik Penulis
8. Ibu Chrisanty V. Layman, BA, M. Sc. selaku Ketua Konsentrasi Kewirausahaan
9. Bapak Dr. Moses L.P. Hutabarat, S. Kom., S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing dimana beliau senantiasa memberikan bimbingan dengan saran-saran tertentu selama proses pengerjaan tugas akhir
10. Seluruh dosen-dosen yang pernah membimbing penulis selama menempuh pendidikan di Universitas Pelita Harapan
11. Seluruh informan dari Toko Monica yang telah membantu proses penelitian
12. Keluarga penulis yang telah memberikan dukungan dan doa dari jauh selama pengerjaan skripsi
13. Valensia Liaky dan sekeluarga yang mana telah membantu dan menemani penulis dalam pengerjaan skripsi
14. Bill Anderson Tasib, Chales W. Chang, Fania dan teman-teman dekat lainnya yang sudah mendukung secara langsung maupun tidak langsung
15. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan secara satu per satu

Pada akhir kata, penulis menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari kata sempurna apabila ada kritik dan saran, tentu hal tersebut membuat penelitian ini menjadi semakin baik lagi. Semoga tesis ini dapat memberikan manfaat bagi para pembacanya di masa depan, Sadhu Sadhu Sadhu.

Tangerang, 17 November 2021



Penulis

Kelly Oendoro

(01011180103)

DAFTAR ISI

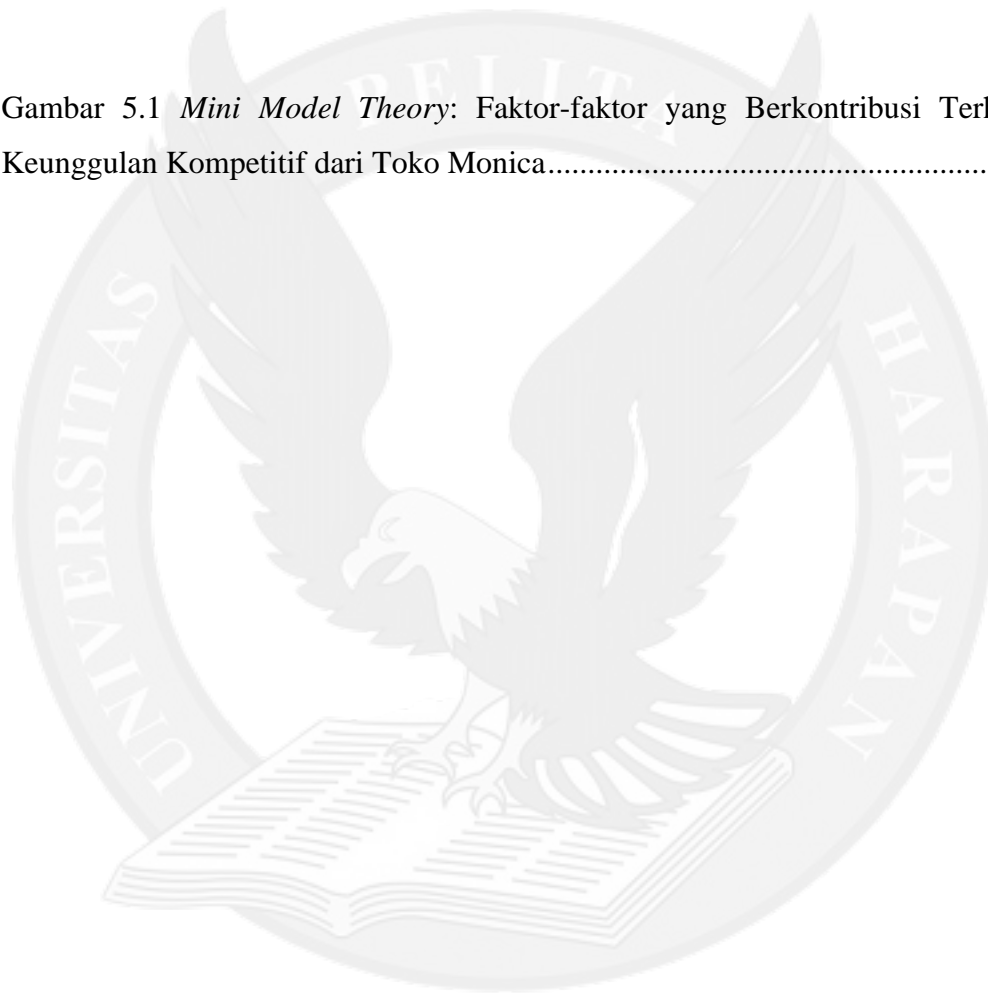
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.2.1 Pertanyaan Penelitian.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II	7
TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Bisnis Keluarga	7
2.2 Keunggulan Kompetitif.....	8
2.3 Mode.....	9
2.4 Agama	9
2.5 Budaya.....	10
BAB III.....	12
METODOLOGI PENELITIAN	12
3.1 Pengenalan.....	12
3.2 Paradigma Penelitian	12
3.2.1 Strategi Penelitian	14
3.3 Desain Penelitian	17
3.3.1 <i>Getting Started</i>	18
3.3.2 <i>Selecting Cases</i>	18
3.3.3 <i>Crafting Instrument and Protocols</i>	18
3.3.4 <i>Entering the Field</i>	19
3.3.5 <i>Analyse Data</i>	19

3.3.6 <i>Construct Propositions</i>	20
3.3.7 <i>Enfolding Literatures</i>	20
3.3.8 <i>Conclusion, Implications & Further Research Recommendations</i>	21
3.4 Profil Informan	22
3.5 Lokasi Penelitian	28
3.6 Metode Pengumpulan Data	29
3.6.1 <i>In-depth Interview</i>	29
3.6.2 Observasi Langsung dan Tidak Langsung	30
3.6.3 Catatan Lapangan	31
3.7 Validitas dan Reliabilitas	31
BAB IV	34
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	34
4.1 Pengenalan	34
4.2 Definisi Variabel Laten	34
4.2.1 <i>Comfortable Material</i> (Variabel 1) (V1)	34
4.2.2 <i>Product Variation</i> (V2)	35
4.2.3 <i>Honesty</i> (V3)	35
4.2.4 <i>Hardworking</i> (V4)	36
4.2.5 <i>Follow the Trend</i> (V5)	37
4.2.6 <i>Special Offering</i> (V6)	37
4.2.7 <i>Supportive Leadership</i> (V7)	38
4.2.8 <i>Employee's Compensation</i> (V8)	38
4.2.9 <i>Product Knowledge</i> (V9)	39
4.2.10 <i>Enjoyable Communication</i> (V10)	39
4.2.11 <i>Competitive Price</i> (V11)	40
4.3.12 <i>Competitive Advantage</i> (V12)	40
4.3 Proposisi	41
4.3.1 Proposisi 1 (P1): <i>Comfortable Material</i> (V1) berkontribusi terhadap <i>Competitive Advantage</i> (V12)	41
4.3.2 Proposisi 2 (P2): <i>Product Variation</i> (V2) berkontribusi terhadap <i>Competitive Advantage</i> (V12)	42
4.3.3 Proposisi 3 (P3): <i>Honesty</i> (V3) berkontribusi terhadap <i>Competitive Advantage</i> (V12)	44
4.3.4 Proposisi 4 (P4): <i>Hardworking</i> (V4) berkontribusi terhadap <i>Competitive Advantage</i> (V12)	46

4.3.6	Proposisi 6 (P6): <i>Special Offering</i> (V6) berkontribusi terhadap <i>Competitive Advantage</i> (V12)	49
4.3.7	Proposisi 7 (P7): <i>Supportive Leadership</i> (V7) berkontribusi terhadap <i>Competitive Advantage</i> (V12)	50
4.3.8	Proposisi 8 (P8): <i>Employee's Compensation</i> (V8) berkontribusi terhadap <i>Competitive Advantage</i> (V12)	52
4.3.9	Proposisi 9 (P9): <i>Product Knowledge</i> (V9) berkontribusi positif terhadap <i>Competitive Advantage</i> (V12)	54
4.3.10	Proposisi 10 (P10): <i>Enjoyable Communication</i> (V10) berkontribusi positif terhadap <i>Competitive Advantage</i> (V12)	55
4.3.11	Proposisi 11 (P11): <i>Competitive Price</i> (V11) berkontribusi positif terhadap <i>Competitive Advantage</i> (V12).....	57
BAB V	59
KESIMPULAN, REKOMENDASI DAN LIMITASI	59
5.1	Kesimpulan.....	59
5.2	Keterbatasan Penelitian dan Rekomendasi.....	60
5.3	Implikasi.....	60
DAFTAR PUSTAKA	63

DAFTAR GAMBAR

Grafik 1.1: Penjualan Toko Monica.....	4
Gambar 3.1: Kerangka Desain Penelitian (diadopsi dari Eisenhardt (1989)).....	17
Gambar 3.2: Lokasi Penelitian Toko Monica	28
Gambar 5.1 <i>Mini Model Theory</i> : Faktor-faktor yang Berkontribusi Terhadap Keunggulan Kompetitif dari Toko Monica.....	59



DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1: Profil Informan Toko Monica..... 22



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A, Tabel Analisa Pemilik TM	74
LAMPIRAN B, Tabel Analisa Karyawan TM	84
LAMPIRAN C, Tabel Analisa Konsumen TM	93
LAMPIRAN D, Catatan Lapangan	102
LAMPIRAN E, Transkrip Wawancara Pemilik TM.....	108
LAMPIRAN F, Transkrip Wawancara Pemimpin TM.....	125
LAMPIRAN G, Transkrip Wawancara Karyawan TM	138
LAMPIRAN H, Transkrip Wawancara Karyawan TM	151
LAMPIRAN I, Transkrip Wawancara Karyawan TM.....	161
LAMPIRAN J, Transkrip Wawancara Karyawan TM	170
LAMPIRAN K, Transkrip Wawancara Konsumen TM	178
LAMPIRAN L, Transkrip Wawancara Konsumen TM.....	185
LAMPIRAN M, Transkrip Wawancara Konsumen TM.....	192
LAMPIRAN N, Transkrip Wawancara Konsumen TM	199
LAMPIRAN O, Dokumentasi TM.....	208
LAMPIRAN P, Dokumentasi Pemilik TM.....	211
LAMPIRAN Q, Dokumentasi Peringkat TM	212