

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Maha Esa, Yesus Kristus atas segala berkat dan kekuatan yang diberikan-Nya sehingga Tugas Akhir Skripsi ini dapat diselesaikan. Tanpa izin, kasih sayang, kemurahan-Nya, serta penyertaan-Nya yang tidak terbatas, penulis tidak akan dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Skripsi dengan judul **“KEUNGGULAN KOMPETITIF BISNIS KELUARGA DI MASA PANDEMI COVID-19 PADA INDUSTRI AKSESORIS MOBIL: ANUGERAH VARIASI BANJARMASIN”** telah diselesaikan untuk memenuhi persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Manajemen. Selain itu, tugas akhir ini juga memfasilitasi proses pembelajaran dan memperluas wawasan pengetahuan bagi mahasiswa.

Penulis mengucapkan banyak terima kasih atas bimbingan dari dosen pembimbing saya, Bapak Dr. Jacob Donald Tan, BBA., MBA yang telah meluangkan banyak waktunya dalam membimbing tugas akhir ini serta sabar dalam memberikan arahan kepada saya, membagi ilmunya yang sangat bermanfaat dalam proses pembuatan makalah penelitian ini. Tanpa dukungan, ketegasan, dan tekanannya, penulis tidak akan dapat menyelesaikan makalah ini tepat pada waktunya.

Penulis menyadari tanpa adanya bimbingan, dukungan, dorongan, dan doa dari berbagai pihak, tugas akhir ini tidak dapat diselesaikan. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian Tugas Akhir ini, yaitu kepada:

1. Ibu Dra. Gracia Shinta S. Ugut, M.B.A., Ph.D. sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
2. Ibu Vina Christina Nugroho, S.E., M.M. sebagai Kepala Departemen Manajemen
3. Ibu Chrisanty V. Layman, B.A., M.Sc. sebagai Kepala Konsentrasi Kewirausahaan yang juga banyak membantu saya selama proses menyelesaikan skripsi
4. Bapak Dr. Jacob Donald Tan, BBA., MBA sebagai pembimbing skripsi saya
5. Ibu Juniarty, S.Sos., M.M. sebagai pembimbing akademik saya
6. Seluruh dosen yang telah mendidik dan membagi ilmunya selama masa studi di Universitas Pelita Harapan
7. Seluruh staf dan karyawan Business School yang telah membantu penulis dalam kegiatan administrasi
8. Papa, Mama dan Kakak saya yang selalu ada untuk saya, yang tidak berhenti memberikan dukungan, doa dan motivasi sehingga penelitian ini dapat terselesaikan.
10. Thasya Gracella Hartantio, Gracecia Setiawati Widodo, Tiffany Chrisanty, Venessa Augustin yang telah membantu saya selama proses bimbingan skripsi ini berlangsung, dan memberikan dukungan sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian ini.
11. Eric Rizky Wibowo, Felicia Liana, Felicia Ivana, Shania Laurie, Viani Christie, Vanessa Amabel, Christie Virginie Morgan, Jennifer Valentine Santosa, Valencia Tanujaya yang telah banyak membantu saya selama masa perkuliahan hingga

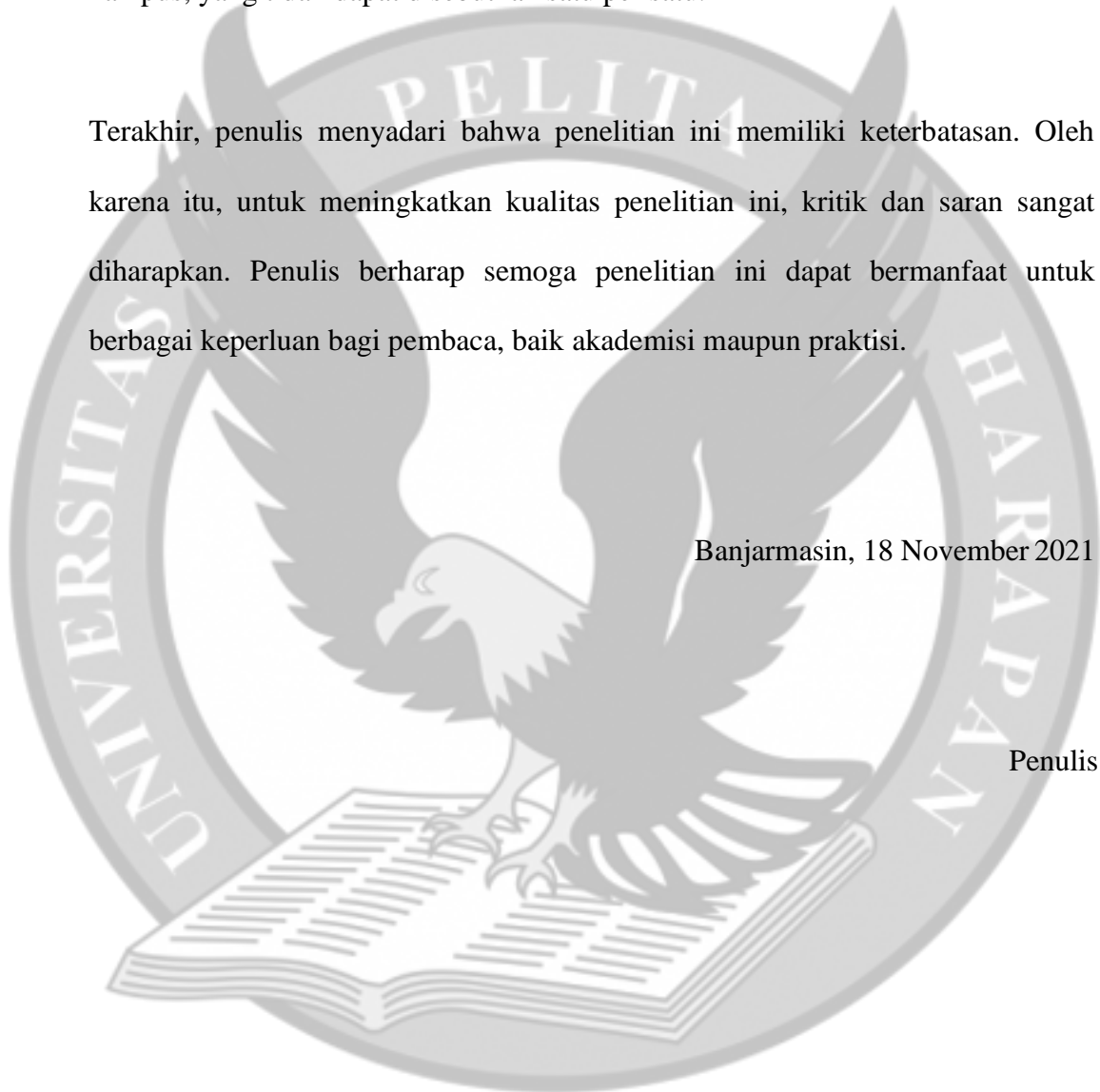
proses menyelesaikan skripsi. Teman yang mendampingi baik suka maupun duka serta menyumbang banyak kenangan yang tak tergantikan

12. Para pembaca dan pihak yang telah banyak membantu saya dalam kehidupan kampus, yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Terakhir, penulis menyadari bahwa penelitian ini memiliki keterbatasan. Oleh karena itu, untuk meningkatkan kualitas penelitian ini, kritik dan saran sangat diharapkan. Penulis berharap semoga penelitian ini dapat bermanfaat untuk berbagai keperluan bagi pembaca, baik akademisi maupun praktisi.

Banjarmasin, 18 November 2021

Penulis



DAFTAR ISI

<i>PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR</i>	
<i>PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR</i>	
<i>ABSTRAK</i>	v
<i>KATA PENGANTAR</i>	vi
<i>BAB I</i>	1
<i>PENDAHULUAN</i>	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Masalah Penelitian	3
1.2.1 Pertanyaan Penelitian	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
<i>BAB II</i>	7
<i>TINJAUAN PUSTAKA</i>	7
2.1 Bisnis Keluarga	7
2.2 Keunggulan Kompetitif	8
2.3 Budaya	9
2.4 Agama	9
2.5 Kompetensi Inti	10
<i>BAB III</i>	12

METODOLOGI PENELITIAN	12
3.1 Pembuka	12
3.2 Paradigma Penelitian.....	12
3.3 Strategi Penelitian	13
3.4 Desain Penelitian	14
1. <i>Getting Started</i>	14
2. <i>Selecting Cases</i>	15
3. <i>Crafting Instruments and Protocols</i>	15
4. <i>Entering the Field</i>	15
5. <i>Analyzing Data</i>	16
6. <i>Construct Propositions</i>	16
7. <i>Enfolding Literatures</i>	16
8. <i>Conclusions, Implications & Further Research Recommendations</i> .	17
3.5 Profil Peserta	17
3.6 Metode Pengumpulan Data.....	24
1. Wawancara Semi Terstruktur	24
2. Observasi Tidak Langsung	25
3. <i>Field Notes</i>	25
3.7 Analisis Data.....	26
3.8 Validitas	27
3.9 Reliabilitas	28
3.10 Objektivitas.....	29

BAB IV	30
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	30
4.1 Pembuka	30
4.2 Definisi Variabel Laten	30
4.2.1 Harga Murah (Variabel 1) (V1)	30
4.2.2 Kelengkapan Barang (Variabel 2) (V2)	31
4.2.3 Pemasaran Sosial Media (Variabel 3) (V3).....	31
4.2.4 Diskon Harga (Variabel 4) (V4).....	32
4.2.5 <i>Personalized Marketing Initiative to End Customer</i> (Variabel 5) (V5).....	32
4.2.6 <i>B2B Effective Follow-up Service</i> (Variabel 6) (V6).....	32
4.2.7 Kepuasan Konsumen (Variabel 7) (V7).....	33
4.2.8 Video Proses Pemasangan (Variabel 8) (V8).....	34
4.2.9 Gambar Produk Penjualan (Variabel 9) (V9).....	34
4.2.10 Kepemimpinan yang Efektif (Variabel 10) (V10)	34
4.2.11 Kepuasan Karyawan (Variabel 13) (V13).....	35
4.2.12 Standar Kinerja Karyawan (Variabel 11) (V11)	35
4.2.13 Kasih dan Kesabaran pada Karyawan (Variabel 12) (V12).....	36
4.2.14 Hemat (Variabel 14) (V14)	36
4.2.15 Ketekunan (Variabel 15) (V15)	36
4.2.16 Relasi Sesama Karyawan dan Atasan (Variabel 16) (V16)	37
4.2.17 Fleksibilitas Pemesanan Barang (Variabel 17) (V17).....	38
4.2.18 Lokasi Strategis (Variabel 18) (V18)	38
4.2.19 Kualitas Pelayanan yang Baik (Variabel 19) (V19).....	38

4.2.20 Keunggulan Kompetitif (Variabel 20) (V20).....	39
4.3 Proposisi.....	39
4.3.1 Proposisi 1 (P1): Harga Murah (V1) berkontribusi pada Kepuasan Konsumen (V7).....	39
4.3.2 Proposisi 2 (P2): Kepuasan Konsumen (V7) berkontribusi pada Keunggulan Kompetitif (V20)	41
4.3.3 Proposisi 3 (P3): Kelengkapan Barang (V2) berkontribusi pada Kepuasan Konsumen (V7).....	42
4.3.4 Proposisi 4 (P4): Pemasaran Sosial Media (V3) berkontribusi pada Keunggulan Kompetitif (V20).....	44
4.3.5 Proposisi 5 (P5): Diskon Harga (V4) berkontribusi pada Keunggulan Kompetitif (V20).....	45
4.3.6 Proposisi 6 (P6): <i>Personalized marketing initiative to end customer</i> (V5) berkontribusi pada Keunggulan Kompetitif (V20)	46
4.3.7 Proposisi 7 (P7): <i>B2B Effective Follow-up Service</i> (V6) berkontribusi pada Kepuasan Konsumen (V7).....	47
4.3.8 Proposisi 8 (P8): Video Proses Pemasangan (V8) berkontribusi pada Keunggulan Kompetitif (V20)	47
4.3.9 Proposisi 9 (P9): Gambar Produk Penjualan (V9) berkontribusi pada Keunggulan Kompetitif (V20)	48
4.3.10 Proposisi 10 (P10): Kepemimpinan yang Efektif (V10) berkontribusi pada Keunggulan Kompetitif (V20).....	49
4.3.11 Proposisi 11 (P11): Standar Kinerja Karyawan (V11) berkontribusi	

pada Keunggulan Kompetitif (V20).....	50
43.12 Proposisi 12 (P12): Kasih dan Kesabaran pada Karyawan (V12) berkontribusi pada Kepuasan Karyawan (V13)	51
43.13 Proposisi 13 (P13): Kepuasan Karyawan (V13) berkontribusi pada Keunggulan Kompetitif (V20)	52
43.14 Proposisi 14 (P14): Hemat (V14) berkontribusi pada Keunggulan Kompetitif (V20).....	53
43.15 Proposisi 15 (P15): Ketekunan (V15) berkontribusi pada Keunggulan Kompetitif (V20).....	54
43.16 Proposisi 16 (P16): Relasi Sesama Karyawan dan Atasan (V16) berkontribusi pada Kepuasan Karyawan (V13)	54
43.17 Proposisi 17 (P17): Fleksibilitas Pemesanan Barang (V17) berkontribusi pada Kepuasan Konsumen (V7)	56
43.18 Proposisi 18 (P18): Lokasi Strategis (V18) berkontribusi pada Keunggulan Kompetitif (V20)	56
43.19 Proposisi 19 (P19): Kualitas Pelayanan yang Baik (V19) berkontribusi pada Kepuasan Konsumen (V7).....	57
BAB V	59
KESIMPULAN, REKOMENDASI DAN IMPLIKASI	59
5.1 Mini-Model Theory	59
5.2 Limitasi dan Rekomendasi	60
5.3 Implikasi	61
REFERENSI	63

LAMPIRAN	<i>i</i>
LAMPIRAN A	<i>ii</i>
LAMPIRAN B	<i>xxi</i>
LAMPIRAN C	<i>xxviii</i>
LAMPIRAN D	<i>xxxiv</i>
FIELD NOTES	<i>xxxiv</i>
LAMPIRAN E Transkrip Direktur Dan Pemilik: Pak David	<i>xxxviii</i>
LAMPIRAN F Transkrip Pemimpin: Koh Miming	<i>xlv</i>
LAMPIRAN G Transkrip Karyawan: Koh Anton	<i>l</i>
LAMPIRAN H Transkrip Karyawan: Mba Atul	<i>lv</i>
LAMPIRAN I Transkrip Karyawan: Mba Yuyu	<i>lix</i>
LAMPIRAN J Transkrip Karyawan: Mba Ayu	<i>lxiii</i>
LAMPIRAN K Transkrip Konsumen : Pak Hendra	<i>lxviii</i>
LAMPIRAN L Transkrip Konsumen : Pak Hudri	<i>lxx</i>
LAMPIRAN M Transkrip Konsumen : Ka Sofi	<i>lxxiii</i>
LAMPIRAN N Transkrip Konsumen: Pak Andrianto	<i>lxxvi</i>

LAMPIRAN O Foto Bersama Informan lxxviii

DAFTAR GAMBAR DAN TABEL

Grafik 1.1 Penjualan Anugerah Variasi Berdasarkan *Quantity* 4

Gambar 1.2 Daftar Toko Variasi Mobil di Banjarmasin 5

Gambar 3.1 Susunan Desain Penelitian di adaptasi dari Eisenhardt, 1989 13

Tabel 3.2 Profil Peserta atau Informan 17

Figure 5.1 Mini-Model Theory Faktor yang Berkontribusi pada Keunggulan Kompetitif Anugerah Variasi 58

