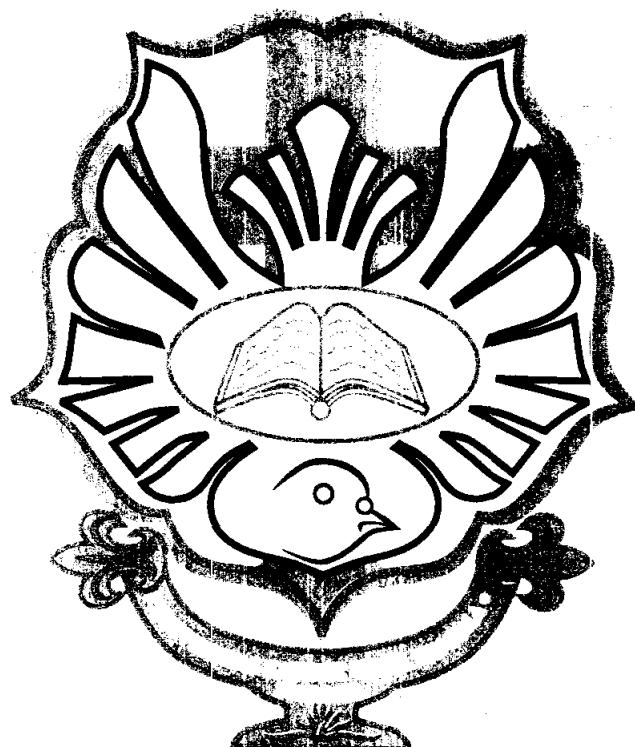


MENYIKAPI KOMPETISI DENGAN KOMPENSASI MANAJEMEN



0952/13

1-3-2013

FB
FB-a
Bt
m

OLEH :

BUDIJANTO
3203002327

**JURUSAN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2006**

MENYIKAPI KOMPETISI DENGAN KOMPENSASI MANAJEMEN

TUGAS AKHIR

Diajukan kepada

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

Untuk memenuhi sebagian persyaratan

Memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Jurusank Akuntansi

OLEH:

BUDIJANTO

3203002327

JURUSAN AKUNTANSI

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2006

LEMBAR PERSETUJUAN

MAKALAH TUGAS AKHIR

MENYIKAPI KOMPETISI DENGAN KOMPENSASI MANAJEMEN

OLEH:

BUDIJANTO

3203002327

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH:

PEMBIMBING, MBUE GINTING MUNTHE, Drs, Ak.

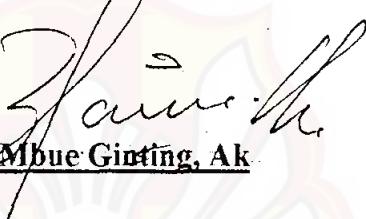
LEMBAR PENGESAHAN

Tugas akhir yang ditulis oleh: Budijanto

NRP: 3203002327

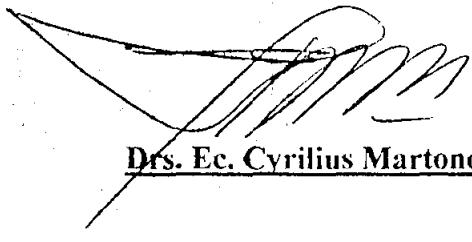
Telah disajikan pada tanggal 1 Agustus 2006 dihadapan Tim Penilai

Ketua Tim Penilai:

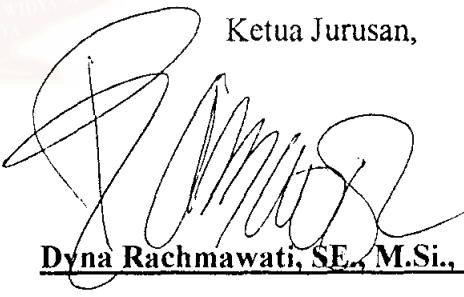

Drs. Mbue Ginting, Ak.

Mengetahui:

Dekan,


Drs. Ec. Cyrilius Martono, M.Si.

Ketua Jurusan,


Dyna Rachmawati, SE., M.Si., Ak

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala limpahan rahmat dan berkatNya, sehingga penulis dapat mengajukan makalah ini sebagai persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan moril, doa, saran-saran, kritik, waktu dan tenaga sehingga makalah ini dapat terselesaikan dengan baik. Ucapan terima kasih tersebut, penulis sampaikan kepada :

1. Bapak Drs. Ec, Cyrillius Martono, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Ibu Margaretha Ardhanari, SE., M.Si., selaku Ketua jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, yang telah memberikan pengarahan tentang program untuk menyelesaikan makalah, serta menjadi pembimbing satu periode kepengurusan selama penulis menjabat sebagai Ketua HIMA Manajemen.
3. Dr. Christina Whidya Utami, MM., sebagai Dosen Pembimbing dalam penyusunan makalah tugas akhir ini.
4. Ibu Diyah Tulipa SE., MM., sebagai Reviewer proposal makalah tugas akhir ini.
5. Bapak Saryo, selaku GM Hypermart Royal Plaza Surabaya atas waktunya dalam pemberian wacana tentang dunia ritel.

6. Para Bapak dan Ibu Dosen pengajar Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, yang banyak membantu penulis dalam belajar selama berada di bangku perkuliahan.
7. Pihak Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, staf *Cleaning Service*, staf karyawan/karyawati Tata Usaha Fakultas Ekonomi yang telah menyertai penulis selama masa perkuliahan.
8. Mami, Papi, Richard, Sonya tercinta yang memberikan dorongan semangat, materiil dan doa sehingga penulisan makalah ini dapat terselesaikan dengan baik.
9. Nonik yang dengan sabar dan tidak bosan-bosannya mengingatkan serta mendorong untuk terus semangat dalam penulisan makalah ini.
10. Jaka (nyo) dan Adit (mbah) yang telah menemani penulis dalam pencarian referensi jurnal meskipun sampai ke luar kota (thanks guys for accompany me to Yogyakarta....thats the moment that I won't forgot).
11. Yonathan (Hagemaru) yang telah memberi semangat untuk selalu rajin.
12. Jaka ndut, Yuli, Budi gundul, Ucok, Teo, Leonard atas waktu yang di berikan untuk bersama menjalani kehidupan di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
13. Semua teman dan sahabat serta semua pihak yang turut serta membantu kelancaran penyusunan makalah ini.

Akhir kata penulis mendoakan semoga Bapa di Surga membalas semua kesempatan yang di berikan dengan berkat yang melimpah, dan selanjutnya

penulis mempersembahkan makalah ini kepada semua pembaca semoga bermanfaat untuk para pembaca.

Surabaya, Juli 2007

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR LAMPIRAN.....	vi
ABSTRAKSI	vii
BAB 1 : PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Pokok Bahasan	1
1.2 Pokok Bahasan.....	3
1.3 Tujuan Pembahasan	4
BAB 2 : TINJAUAN KEPUSTAKAAN	5
2.1 Jurnal Pendukung.....	5
2.2 Definisi dan Fungsi Ritel	6
2.3 Perilaku Belanja Konsumen Dalam Dunia Ritel	7
2.4 Definisi Garansi	10
2.5 Harga.....	11
2.6 Definisi <i>Low-Price Guarantee</i>	17
BAB 3 : PEMBAHASAN.....	19
3.1 Implementasi <i>Low-Price Guarantee</i> Pada <i>Hypermarket</i>	19
3.2 Pengaruh <i>Low-Price Guarantee</i> Terhadap Pelanggan.....	23
BAB 4 : SIMPULAN.....	26
4.1 Implementasi <i>Low-Price Guarantee</i> Pada <i>Hypermarket</i>	26
4.2 Pengaruh <i>Low-Price Guarantee</i> Terhadap Pelanggan.....	26

DAFTAR PUSTAKA	28
----------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Jurnal referensi makalah dengan judul “ <i>On the Use of Low-Price Guarantees to Discourage Price-Cutting</i> ”, <i>The Economics of Collusion and Tacit Collusion</i> (1-2 April 2005).	29
2. Jurnal referensi makalah dengan judul “ <i>Effects of low price guarantees on consumer post-purchase search intention : The moderating roles of value consciousness and penalty level</i> ”, <i>Journal of Retailing</i> 81 (4,2005) 283-291.	60
3. Jurnal referensi makalah dengan judul “ <i>UNBEATABLE VALUE LOW-PRICE GUARANTEE : COLLUSIVE MECHANISM OR ADVERTISING STRATEGY</i> ”, <i>Journal of Economics & Management Strategy, Volume 15, Number 1, Spring 2006, 143-166.</i>	69
4. Artikel makalah dengan judul “ <i>Fact Sheet – Ohio State University : Pricing</i> ”, <u>http://ohioline.osu.edu/cd-fact/1326.html</u> . <i>Ohio State University Fact Sheet. 18 Januari 2007.</i>	93
5. Artikel makalah dengan judul “ <i>Help Note on Lowest Price Claims and Price Claims</i> ”, <i>Committee of Advertising Practice, <u>www.cap.org.uk</u>.</i>	97
6. Artikel makalah dengan judul “ <i>18 GCA BUSINESS STRUCTURE & FUNCTION CH. 31 GUARANTY</i> ” <u>Http://www.justice.gov.gu/Compileroflaws/GCA/18gc031.PDF</u>	102

ABSTRAKSI

Makalah tugas akhir ini bertujuan untuk membahas implementasi *low-price guarantee* pada *hypermarket* dan untuk mengetahui bagaimanakah *low-price guarantee* mempengaruhi pelanggan agar tertarik pada sebuah *hypermarket*. Banyaknya pelanggan yang datang pada sebuah *hypermarket* merupakan kunci keberhasilan dari bisnis ritel modern tersebut, sehingga inovasi-inovasi yang baru dalam usaha untuk menggaet pelanggan sangatlah di perlukan. *Low price guarantee* merupakan salah satu strategi yang bisa di terapkan pada sebuah *hypermarket*, karena keterkaitan langsung terhadap harga.

Strategi *low price guarantee* merupakan upaya dalam bisnis ritel khususnya ritel modern dengan konsep *hypermarket* untuk menggaet pelanggan. Strategi ini dikembangkan oleh toko berdasarkan tipe konsumen yang ada pada umumnya yaitu sensitif terhadap harga. Dalam penerapannya strategi ini menitik beratkan pada pemberian harga yang paling rendah dari pasaran, dengan menyertakan jaminan berupa pembelian barang kembali ataupun pembelian barang kembali dengan melipat gandakan dari harga awal.

Dari hasil pembahasan berdasarkan tinjauan kepustakaan, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut: (1) Bahwa untuk bisa memenuhi target bisnisnya peritel harus bisa menentukan strategi yang tepat, oleh karena itu upaya *hypermarket* salah satunya adalah *low-price guarantee*, (2) Dengan strategi ini *hypermarket* akan menciptakan *image* kepada pelanggan bahwa harga yang terdapat pada sebuah *hypermarket* merupakan harga terendah yang ada di pasaran, harapan dari *hypermarket* adalah *volume* pelanggan yang tertarik untuk datang pada toko meningkat.