



Tinjauan geografi ekonomi pada bisnis tianshi di kota Yogyakarta dan sekitarnya  
Hada Arkanda, Dr. Luthfi Muta'ali, M.T.  
Universitas Gadjah Mada, 2007 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

## TINJAUAN GEOGRAFI EKONOMI PADA BISNIS TIANSHI DI KOTA YOGYAKARTA DAN SEKITARNYA

*Oleh*

Hada Arkanda

02/161615/GE/05333

### INTISARI

*Waralaba pribadi merupakan suatu kegiatan yang cukup penting bagian integral dari suatu perekonomian lokal, regional, dan nasional. Masalah yang kerap kali terjadi pada pemasar Tianshi adalah kesulitan menentukan wilayah jangkauan pemasaran. Penelitian ini bertujuan mengkaji permasalahan pemasaran produk kesehatan yaitu produk Tianshi di Kota Yogyakarta dan sekitarnya yang meliputi karakteristik pemasar Tianshi, variasi keuntungan pemasaran, faktor-faktor yang berhubungan dengan variasi keuntungan sehingga didapatkan implikasi kajian praktis kajian perdagangan berupa kebijakan-kebijakan pembangunan wilayah.*

*Penelitian ini menggunakan metode survei dan unit penelitian adalah pemasar di Kota Yogyakarta diambil dengan cara metode quota sampling. Sampel diambil dengan cara bertemu dan melakukan wawancara. Sampel yang diambil sebanyak 50 orang distributor Tianshi yang belanja di stokis 73, berada di Kota Yogyakarta dan sekitarnya secara random. Metode analisis yang digunakan adalah statistik deskriptif dan komparatif. Statistik deskriptif digunakan untuk menjawab hipotesis 1 dan 2, sedangkan statistik komparatif digunakan untuk uji hipotesis 3.*

*Peranan pemasaran waralaba pribadi Tianshi yang memasarkan berbagai produk kesehatan ke berbagai wilayah dianggap mampu menghasilkan penghasilan tambahan bagi pemasar Tianshi atau keuntungan dari konsumen-konsumen yang berada di berbagai wilayah baik dalam lingkup lokal, regional, dan nasional. Hal itu menyebabkan terjadinya perbedaan variasi keuntungan pemasaran yang diterima masing-masing pemasar Tianshi di kota Yogyakarta. Variasi tingkat keuntungan pemasaran di kota Yogyakarta didominasi oleh kelompok pemasar yang memiliki tingkat keuntungan rendah daripada kelompok yang memiliki tingkat keuntungan sedang dan tinggi. Proses pergerakan barang dan uang secara tidak langsung yang berkelanjutan melalui pola pemasaran pendek dapat menggerakkan roda perekonomian wilayah kota Yogyakarta dan sekitarnya. Konsep ini lebih dikenal dengan nama network marketing.*



Tinjauan geografi ekonomi pada bisnis tienshi di kota Yogyakarta dan sekitarnya  
Hada Arkanda, Dr. Luthfi Muta'ali, M.T.  
Universitas Gadjah Mada, 2007 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

UNIVERSITAS  
GADJAH MADA

## THE STUDY OF ECONOMY GEOGRAPHY BUSINESS TIENS AT YOGYAKARTA CITY AND SURROUNDINGS

*By*

Hada Arkanda  
02/161615/GE/05333

### ABSTRACT

*Personal Franchise is very important activity which part of economy lokal, regional, and national. Oftentime becoming problem for Tiens distributor to choose space or regional market. This target research study the problem's healthy product marketing Tiens at Yogyakarta city and surroundings including characteristis of Tiens distributor, variation of marketing advantage, and factor influence variation of marketing advantage so that is later can result economy practical study implication input to regional development policy.*

*This research use the method survei and unit research is Tiens marketer at Yogyakarta city which are taken by quota sampling method. Sample taken with meet and make interview. This research take for 50 Tiens distributor who buy it in stokis 73, at Yogyakarta city and surroundings randomly. Analysis method use descriptive statistic and comparative statistic. Descriptive statistic uses for answer hypothesis 1 and 2, while comparative statistic uses for improve hypothesis 3.*

*The function marketing personal franchise Tiens is sales another healthy product into another region make produce income by Tiens marketer or benefit from consumers where is belongs include local, regional and nasional region. The result is difference variation marketing advantage accept by each marketer Tiens at Yogyakarta city. Variation marketing advantage at Yogyakarta city dominate by low variation marketing advantage marketer group than medium and high variation marketing advantage marketer group. Moving thing and money proses indirect for continuly into short market pattern can make move economic wheel at Yogyakarta city and surroundings. This concept always be know with name network marketing.*