

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	i
<b>LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	ii
<b>ABSTRAK</b> .....	iii
<b>ABSTRACT</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>I. BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
I.1 Latar Belakang .....	1
I.2 Rumusan Masalah .....	5
I.3 Tujuan Penelitian .....	6
I.4 Manfaat Penelitian .....	6
I.5 Batasan Masalah .....	6
I.6 Sistematika Penulisan .....	7
<b>II. BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	8
II.1 Strategi Bisnis .....	8
II.2 Perumusan Strategi Pemasaran .....	9
II.2.1 Pengertian Pemasaran .....	9
II.2.2 Unsur – Unsur Utama Pemasaran .....	10
II.3 Lima Kekuatan Porter .....	11
II.4 Perumusan Strategi .....	12
II.4.1 Pengertian Manajemen Strategi .....	12
II.4.2 Karakteristik Manajemen Strategis .....	13
II.4.3 Proses Manajemen Strategis .....	13
II.5 Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal .....	14
II.5.1 Analisis Lingkungan Eksternal .....	14
II.5.2 Analisis Lingkungan Internal .....	16
II.5.3 Matriks Internal Eksternal (IE) .....	17
II.6 Analisis SWOT .....	19
II.7 Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) .....	21

II.8 Posisi Penelitian .....	22
II.9 Perbandingan Metode.....	23
II.10 Alasan Pemilihan Metode .....	27
<b>III. BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>29</b>
III.1 Model Konseptual .....	29
III.2 Sistematika Pemecahan Masalah .....	31
III.2.1 Tahap Pendahuluan.....	33
III.2.1.1 Perumusan Masalah dan Metodologi Penelitian .....	34
III.2.1.2 Penentuan Tujuan Penelitian.....	34
III.2.1.3 Pembuatan Metode Konseptual .....	34
III.2.1.4 Membuat Batasan Masalah .....	34
III.2.1.5 Identifikasi Kebutuhan Data .....	35
III.2.2. Tahap Pengumpulan data .....	35
III.2.2.1 Data Primer .....	35
III.2.2.2 Data Sekunder .....	36
III.2.2.3 Pembuatan Kuisisioner .....	37
III.2.2.4 Penyebaran Kuisisioner .....	37
III.2.3 Pengumpulan dan Pengolahan Data.....	37
III.2.3.1 Matrik IFAS .....	37
III.2.3.2 Matrik EFAS .....	38
III.2.3.3 Identifikasi Matrik IE dan SWOT.....	38
III.2.3.4 Identifikasi Matrik QSPM.....	38
III.2.3.5 Tahap Analisis dan Rekomendasi .....	38
III.2.4 Hasi Pembahasan .....	39
<b>IV. BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA .....</b>	<b>40</b>
IV.1 Profil Perusahaan .....	40
IV.1.1 Logo Perusahaan.....	40
IV.1.2 Produk Perusahaan.....	40
IV.2 Pengumpulan Data .....	41
IV.2.1 Kondisi Internal Perusahaan .....	41
IV.2.2 Kondisi Eksternal Perusahaan .....	44
IV.2.3 Penyusunan Kuisisioner IFAS dan EFAS .....	47

IV.3 Pengolahan Data .....	47
IV.3.1 Penentuan Bobot IFAS dan EFAS.....	47
IV.3.2 Penentuan Rating IFAS dan EFAS.....	47
IV.3.3 Faktor Internal Perusahaan .....	48
IV.3.3.1 Kekuatan ( <i>Strenght</i> ).....	49
IV.3.3.2 Kelemahan ( <i>Weakness</i> ).....	49
IV.3.3.3 IFAS.....	50
IV.3.4 Faktor Eksternal Perusahaan.....	50
IV.3.4.1 Peluang .....	51
IV.3.4.2 Ancaman .....	52
IV.3.4.3 EFAS.....	52
IV.3.5 Matriks IE .....	53
IV.3.6 Matriks SWOT.....	54
IV.3.7 Pemilihan Prioritas Strategi .....	55
<b>V. BAB V Analisis dan Usulan.....</b>	<b>57</b>
V.1 Analisis Faktor Internal.....	57
V.1.1 Faktor Kekuatan Internal .....	57
V.1.2 Faktor Kelemahan Internal.....	59
V.2 Analisis Faktor Eksternal .....	61
V.2.1 Faktor Peluang Eksternal .....	61
V.2.2 Faktor Ancaman Eksternal.....	64
V.3 Analisis Matriks Internal – Eksternal (IE) .....	66
V.4 Analisis Matriks SWOT.....	66
V.4.1 Strategi S - O.....	67
V.4.2 Strategi W - O .....	67
V.4.3 Stratefgi S - T.....	68
V.4.4 Strategi W - T.....	69
V.5 Analisis QSPM.....	69
<b>BAB VI Kesimpulan dan Saran.....</b>	<b>72</b>
VI.1 Kesimpulan.....	72
VI.2 Saran.....	73
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>74</b>

<b>Lampiran I</b> .....	76
<b>LAMPIRAN II</b> .....	88
<b>LAMPIRAN III</b> .....	97