

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
Bab I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Indikasi Masalah	6
I.3 Perumusan Masalah	6
I.4 Tujuan Tugas Akhir	7
I.5 Batasan Tugas Akhir	7
I.6 Manfaat Tugas Akhir	7
I.7 Sistematika Tugas Akhir	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
II.1 Perumusan Strategi	9
II.1.1 Pengertian Manajemen Strategi	9
II.1.2 Proses Manajemen Strategis	9
II.1.3 Lima kekuatan Porter	9
II.2 Strategi Bisnis	11
II.3 Perumusan Strategi Pemasaran	11
II.3.1 Pengertian Pemasaran	11
II.3.2 Unsur unsur utama pemasaran	12
II.4 Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal	13
II.4.1 Analisis Lingkungan Internal	13
II.4.2 Analisis Lingkungan Eksternal	14

II.4.3	Matriks Internal Eksternal (IE).....	14
II.5	Analisis SWOT (<i>Strenghts, Weakness, Oppurtunities, Threats</i>).....	15
II.6	Penyusunan Kuesioner	17
II.6.1	Pengolahan Kuesioner.....	18
II.7	Matriks SWOT	18
II.8	<i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i> (QSPM)	21
II.9	Alasan Pemilihan Kerangka Kerja/Teori/Pendekatan	22
II.10	Tugas Akhir Sebelumnya	24
II.11	Alasan Pemilihan Metode	25
BAB III	METODE PENYELESAIAN MASALAH	27
III.1	Kerangka Pemecahan Masalah / Pengembangan Model Konseptual.....	27
III.2	Sistematika Pemecahan Masalah.....	30
III.3	Pendahuluan	33
III.3.1	Perumusan Masalah dan Metodologi Tugas Akhir	33
III.3.2	Penentuan Tujuan Tugas Akhir.....	33
III.3.3	Pembuatan metode Konseptual	33
III.3.4	Membuat Batasan Masalah	34
III.4	Pengumpulan Data	34
III.4.1	Data Primer	34
III.4.2	Data Sekunder	35
III.4.3	Pembuatan Kuisioner	36
III.4.4	Penyebaran Kuisioner	36
III.5	Pengolahan Data atau Proses Pengembangan Produk / Artifak	36
III.5.1	Matriks EFAS.....	36
III.5.3	Identifikasi Matrik IE	37
III.5.4	Identifikasi Matrik SWOT	37
III.5.5	Identifikasi Matrik QSPM.....	37
III.6	Metode Evaluasi.....	37
III.7	Hasil Pembahasan	37
BAB IV	PERANCANGAN SISTEM TERINTEGRASI	38
IV.1	Profil Perusahaan	38
IV.1.2	Produk Perusahaan.....	39
IV.1.3	Struktur Organisasi	39
IV.2	Pengumpulan Data	40
IV.2.1	Kondisi Internal Perusahaan	40

IV.2.2 Faktor Internal.....	43
IV.3 Pengumpulan data.....	43
IV. 3.1 Kondisi Eksternal Perusahaan.....	43
IV.3.2 Analisis Lingkungan Mikro	45
IV.3.3 Faktor Eksternal	47
IV.4 Pengolahan Data	47
IV.4.1 Menentukan Bobot IFAS dan EFAS.....	47
IV.4.2 Menentukan Rating IFAS dan EFAS	48
IV.4.3 Internal Strategic Factor Analysis (IFAS).....	48
IV.4.4 External Strategic Factor Analysis (EFAS)	49
IV.4.5 Matriks IE	50
IV.4.6 Matriks SWOT.....	51
IV.4.7 Pemilihan Strategi Alternatif Menggunakan QSPM.....	54
IV.5 Perancangan Sistem Integrasi	56
BAB V ANALISIS DAN EVALUASI HASIL PERANCANGAN	58
V.1 Analisis Faktor Internal	58
V.1.1 Faktor Kekuatan Internal.....	58
V.1.2 Faktor Kelemahan Internal.....	59
V.2 Analisis Faktor Eksternal	59
V.2.1 Faktor Peluang Eksternal.....	60
V.2.2 Faktor Ancaman Eksternal	61
V.3 Analisis Matriks Internal – Eksternal (IE).....	61
V.4 Analisa SWOT	62
V.4.1 Strategi S-O	62
V.4.3 Strategi S-T.....	63
V.4.4 Strategi W-T	63
V.4.5 Strategi Alternatif Terpilih Menggunakan QSPM	64
V.5 Analisis Validitas Perancangan Strategi Pemasaran	65
V.6 Analisis Verifikasi Perancangan Strategi Pemasaran.....	66
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	68
VI.1 Kesimpulan	68
VI.2 Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	70