

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Latar Belakang Penelitian .....</b>	<b>4</b>
<b>1.3 Perumusan Masalah .....</b>	<b>15</b>
<b>1.4 Tujuan Penelitian .....</b>	<b>16</b>
<b>1.5 Manfaat Penelitian .....</b>	<b>16</b>
<b>1.6 Sistematika Penulisan .....</b>	<b>17</b>
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>19</b>
<b>2.1 Kajian Teori .....</b>	<b>19</b>
<b>2.1.1 Usaha Mikro Kecil dan Menengah .....</b>	<b>19</b>
<b>1. Usaha Mikro .....</b>	<b>20</b>
<b>2. Usaha Kecil .....</b>	<b>20</b>
<b>3. Usaha Menengah .....</b>	<b>20</b>
<b>2.1.2 Manajemen Strategi .....</b>	<b>21</b>
<b>2.1.3 Segmenting, Targeting, Positioning (STP) .....</b>	<b>26</b>
<b>2.1.4 Bauran Pemasaran (Marketing mix) .....</b>	<b>27</b>
<b>2.1.5 Analisis Porter's Five Forces .....</b>	<b>29</b>
<b>2.1.6 Analisis Lingkungan .....</b>	<b>30</b>
<b>2.1.7 Analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunities, Threat) .....</b>	<b>33</b>
<b>2.1.8 Matriks SWOT .....</b>	<b>34</b>
<b>2.1.9 Matriks Internal Eksternal (IE Matrix) .....</b>	<b>36</b>

2.1.10 Matriks <i>Quantitative Strategic (QSPM)</i> .....	39
<b>2.2 Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>40</b>
<b>2.3 Kerangka Pemikiran .....</b>	<b>50</b>
<b>Keterangan: .....</b>	<b>51</b>
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>52</b>
<b>3.1 Jenis Penelitian .....</b>	<b>52</b>
<b>3.2 Operasional Variabel / Panduan Wawancara .....</b>	<b>52</b>
<b>3.3 Situasi Sosial.....</b>	<b>62</b>
3.3.1 Tempat Penelitian .....	62
3.3.2 Aktivitas Penelitian .....	62
3.3.3 Aktor .....	62
<b>3.4 Tahapan Penelitian .....</b>	<b>64</b>
1. Survei Pendahuluan .....	64
2. Identifikasi Masalah .....	64
3. Studi Literatur .....	64
4. Identifikasi Variabel Penelitian .....	64
5. Penentuan Responden .....	65
6. Uji Validitas .....	65
7. Analisis Data .....	65
<b>3.5 Pengumpulan Data dan Sumber Data .....</b>	<b>65</b>
3.5.1 Pengumpulan Data .....	65
3.5.2 Sumber Data .....	67
<b>3.6 Uji Validitas .....</b>	<b>67</b>
3.6.1 Uji Keabsahan Data .....	67
<b>3.7 Teknik Analisis Data .....</b>	<b>69</b>
<b>3.7.1 Penyusunan Strategi.....</b>	<b>69</b>
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>75</b>
<b>4.1 Karakteristik Objek Penelitian .....</b>	<b>75</b>
<b>4.2 Uji Keabsahan Data .....</b>	<b>75</b>
<b>4.3 Hasil Penelitian .....</b>	<b>76</b>
4.3.1 Analisis Kondisi Faktor Internal (Kekuatan dan Kelemahan) .....	76

4.3.2 Analisis Kondisi Faktor Eksternal (Peluang dan Ancaman) .....	80
4.3.3 Analisis SWOT ( <i>Strength, Weakness, Opportunities, Threat</i> ) .....	84
4.3.4 Alternatif Strategi Bisnis untuk Guzzini dengan Menggunakan Matriks IE dan Matriks SWOT .....	85
4.3.5 Strategi Bisnis Prioritas Untuk Guzzini dengan Menggunakan Metode QSPM .....	92
<b>4.4 Pembahasan .....</b>	<b>95</b>
4.4.1 Analisis Kondisi Faktor Internal (Kekuatan/S dan Kelemahan/W) dan Tabel IFE Guzzini .....	95
4.4.2 Analisis Kondisi Faktor Eksternal (Peluang/O dan Ancaman/T) dan Tabel EFE Guzzini .....	96
4.4.3 Alternatif Strategi Bisnis untuk Diterapkan pada Guzzini dengan Menggunakan Matriks IE dan Matriks SWOT .....	97
4.4.4 Strategi Bisnis Prioritas untuk Diterapkan pada Guzzini dengan Menggunakan Metode QSPM .....	98
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>100</b>
<b>5.1 Kesimpulan .....</b>	<b>100</b>
<b>5.2 Saran .....</b>	<b>101</b>
<b>5.3 Kebaruan Penelitian .....</b>	<b>101</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>103</b>