

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Visi dan Misi Perusahaan.....	4
1.2 Latar Belakang Penelitian	5
1.3 Rumusan Masalah.....	9
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian	9
1.6 Sistematika Penelitian Tugas Akhir.....	10
BAB II.....	11
TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Teori-Teori dan Penelitian Terdahulu.....	11
2.1.1 Manajemen Strategi	11
2.1.2 Teori <i>Market-Based View</i> (MBV)	13
2.1.3 Pengembangan Bisnis	15
2.1.4 Strategi Formulasi.....	15
2.1.5 Penelitian Terdahulu	27
2.2 Kerangka Pemikiran.....	31
BAB III	34
METODE PENELITIAN.....	34
3.1 Jenis Penelitian.....	34
3.2 Operasional Variabel	35
3.3 Tahapan Penelitian.....	39
3.4 Situasi Sosial.....	40
3.5 Pengumpulan Data dan Sumber Data	42
3.6 Uji Validitas	43
3.7 Teknik Analisis Data.....	44

3.7.1	IFE Matrix (<i>Internal Factors Evaluation Matrix</i>).....	44
3.7.2	EFE Matrix (<i>External Factors Evaluation Matrix</i>).....	45
3.7.3	AHP (<i>Analytic Hierarchy Process</i>).....	46
3.7.4	IE Matrix (<i>Internal-External Matrix</i>).....	50
3.7.5	SPACE Matrix (<i>Strategic Position and Action Evaluation Matrix</i>).....	50
3.7.6	QSPM Matrix (<i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i>).....	51
BAB IV		55
HASIL DAN PEMBAHASAN.....		55
4.1	Karakteristik Narasumber	55
4.2	Hasil Analisis Lingkungan.....	57
4.2.1	Analisis Lingkungan Internal.....	57
4.2.2	Analisis Lingkungan Eksternal.....	61
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian	65
4.3.1	Matriks IFE (<i>Internal Factor Evalutaion Matrix</i>)	65
4.3.2	Matriks EFE (<i>External Factor Evaluation Matrix</i>)	71
4.3.3	Matriks IE (<i>Internal-External Matrix</i>).....	77
4.3.4	Matriks SPACE (<i>Strategic Position and Action Evaluation Matrix</i>)	80
4.3.5	Matriks QSPM (<i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i>)	84
BAB V		87
KESIMPULAN DAN SARAN.....		87
5.1	Kesimpulan.....	87
5.2	Saran.....	91
DAFTAR PUSTAKA		95