

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERNYATAAN.....	ii
LEMBAR PENELITIAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN DOSEN PENGUJI.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
MOTTO	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Batasan Masalah.....	5
1.6 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II.....	7
KAJIAN LITERATUR.....	7
2.1 Kajian Deduktif.....	7
2.1.1 Definisi Manajemen Strategis.....	7
2.1.2 Perencanaan Strategis	8
2.1.3 Tahap-Tahap Perencanaan Strategis	9
2.1.4 Pengertian Pemasaran	10
2.1.5 Unsur Strategi Persaingan.....	10

2.1.6	Unsur Taktik Pemasaran	11
2.1.7	Unsur Nilai Pemasaran	11
2.1.8	Analisis SWOT	12
2.1.9	Analisis SWOT Sebagai Alat Formulasi Strategi dan Ancaman.....	13
2.1.10	Pengertian <i>Blue Ocean Strategy</i>	17
2.1.11	Prinsip-prinsip dalam <i>Blue Ocean Strategy</i>	18
2.1.12	Konsep <i>Blue Ocean Strategy</i>	18
2.1.13	Persaingan Pasar	24
2.1.14	Pengertian Manajemen Strategi Bisnis	24
2.1.15	Penerapan Strategi Bisnis	25
2.2	Kajian Induktif	26
BAB III		29
METODE PENELITIAN		29
3.1	Objek Penelitian	29
3.2	Jenis Data	29
3.3	Metode Pengumpulan Data	30
3.4	Pengolahan dan Analisis Data	31
3.4.1	Teknik Pengolahan Data	32
3.4.2	Analisis Hasil	32
3.4.3	Kesimpulan dan Saran	33
3.5	Diagram Alir Penelitian	34
3.6	Hasil Penelitian	35
BAB IV		36
PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA		36
4.1	PENGUMPULAN DATA	36
4.1.1	Gambaran Perusahaan.....	36
4.1.2	Faktor Internal.....	37
4.1.3	Faktor Eksternal.....	37
4.2	Pengolahan Data.....	40
4.2.1	Uji Kecukupan Data.....	41
4.2.2	Uji Validitas	42
4.2.3	Uji Realibilitas	44

4.2.4 Rekapitulasi Hasil Kuesioner.....	45
4.2.5 Penentuan Nilai <i>Strengths</i> dan <i>Weaknesses</i>	45
4.3 Eksternal <i>Factor Analysis Strategy</i> (EFAS)	46
4.4 Internal Faktor Analisis Strategi (IFAS).....	49
4.5 Matriks Faktor Persaingan	51
BAB V	53
PEMBAHASAN.....	53
5.1 Analisis Matrik EFAS	53
5.2 Analisis Matrik IFAS	54
5.3 Pendekatan Kuantitatif	54
5.4 Analisis Matrik Profil Persaingan.....	56
5.5 Analisis Data Kuesioner.....	56
5.6 Analisis <i>Blue Ocean Strategy</i>	57
5.6.1 Kanvas Strategi Awal	57
5.6.2 Kerangka Kerja Empat Langkah.....	60
5.6.3 Skema Kerangka Kerja	64
5.6.4 Kanvas Strategi Baru	65
5.6.5 Perbandingan Kanvas Strategi Awal Dengan Kanvas Strategi Baru.....	66
5.6.6 Fokus Strategi	74
5.6.7 Gerakan Menjauh (Divergensi)	74
5.6.8 Motto yang Memikat	75
BAB VI.....	76
PENUTUP.....	76
6.1 Kesimpulan	76
6.2 Saran.....	77
DAFTAR PUSTAKA	78

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Matriks SWOT.....	13
Tabel 2.2 Perbedaan Red Ocean Strategy dan <i>Blue Ocean Strategy</i>	17
Tabel 2.3 Enam Prinsip Dalam <i>Blue Ocean Strategy</i>	18
Tabel 4.1 Uji Validitas Rumah Makan Andalas	43
Tabel 4.2 Uji Validitas Rumah Makan Ambo	43
Tabel 4.3 Uji Reabilitas Rumah Makan Andaas dan Rumah Makan Ambo	44
Tabel 4.4 Rekapitulasi hasil kuisisioner Rumah Makan Andalas	45
Tabel 4.5 Rekapitulasi hasil kuisisioner Rumah Makan Ambo	45
Tabel 4.6 Penentuan <i>Strength</i> dan <i>Weaknesses</i>	46
Tabel 4.7 Matriks EFAS Rumah Makan Andalas	47
Tabel 4.8 Matriks EFAS Rumah Makan Ambo	48
Tabel 4.9 Matriks IFAS Rumah Makan Andalas	49
Tabel 4.10 Matriks IFAS Rumah Makan Ambo.....	50
Tabel 4.11 Matriks Profil Persaingan	52
Tabel 5.1 Data Rekapitulasi Hasil Kuesioner	57
Tabel 5.2 Skema Hapuskan-Kurangi-Tingkatkan-Ciptakan.....	64
Tabel 5.3 Hasil Rekapitulasi Kuesioner Faktor yang Diciptakan.....	64
Tabel 5.5 Perbandingan Kanvas Strategi Awal dan Kanvas Strategi Baru	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Analisis SWOT.....	16
Gambar 2.2 Kerangka Kerja Empat Langkah.....	23
Gambar 3.1 <i>Flowchart</i> Penelitian.....	34
Gambar 4.1 Lokasi Rumah Makan.....	36
Gambar 5.1 Posisi Perusahaan Pada Diagam SWOT.....	55
Gambar 5.2 Kanvas Strategi Awal.....	58
Gambar 5.3 Kanvas Strategi Baru.....	65
Gambar 5.4 Perbandingan Strategi Awal dan Baru.....	66

