

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
SURAT KETERANGAN PENELITIAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING	iv
HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PENGUJI.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN MOTTO	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	3
1.3. Batasan Masalah	4
1.4. Tujuan Penelitian.....	4
1.5. Manfaat Penelitian	4
1.6. Sistematika Penulisan	5
BAB II LANDASAN TEORI.....	7
2.1. Kajian Deduktif.....	7
2.1.1. Konsep Manajemen Strategi	7
2.1.2. Proses Manajemen Strategi	7
2.1.3. Model Manajemen Strategis.....	8
2.1.4. Karakteristik Manajemen Strategi.....	10
2.1.5. Manfaat Manajemen Strategi	10
2.1.6. S.W.O.T.....	11
2.1.7. <i>Blue Ocean Strategy</i> (BOS)	13
2.1.8. Tiga Kriteria Strategi yang Baik	17
2.2. Kajian Induktif.....	18

BAB III METODE PENELITIAN	20
3.1. Objek Penelitian.....	20
3.2. Sumber Data	20
3.3. Metode Pengumpulan Data.....	20
3.4. Pengolahan dan Analisis Data	21
3.5. Teknik Pengolahan Data.....	21
3.6. Analisis dan Pembahasan.....	22
3.7. Kesimpulan dan Saran	22
3.8. Alur Penelitian	23
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA.....	25
4.1. Faktor Internal.....	25
4.1.1. Profil Perusahaan.....	25
4.1.2. Visi dan Misi Perusahaan.....	26
4.1.3. Nilai Perusahaan.....	27
4.1.4. Struktur Organisasi Perusahaan.....	27
4.1.5. Data Operasional	28
4.1.6. Produk	29
4.2. Faktor Eksternal	29
4.2.1. Ekonomi	29
4.2.2. Teknologi.....	30
4.2.3. Konsumen.....	30
4.2.4. Pesaing.....	30
4.3. Data Tanggapan Konsumen.....	31
4.3.1. Variabel yang digunakan dalam kuisisioner	31
4.4. Pengolahan Hasil Data Kuisisioner.....	32
4.4.1. Uji Kecukupan Data	32
4.4.2. Uji Validasi Data	34
4.4.3. Uji Reliabilitas.....	36
4.4.4. Rekapitulasi hasil kuisisioner.....	37
4.4.5. Penentuan nilai <i>Strengths</i> dan <i>Weaknesses</i>	37
4.5. Eksternal Faktor Analisis Strategi (EFAS).....	38
4.6. Internal Faktor Analisis Strategi (IFAS).....	39
4.7. Pendekatan Kuantitatif.....	40

4.8 Analisis Blue Ocean Strategy.....	42
4.8.1 Kanvas Strategi Awal	42
4.8.2 Kerangka Kerja Empat Langkah.....	43
4.8.3 Skema Kerangka Kerja Empat Langkah.....	46
4.8.4 Kanvas Strategi Baru	47
4.8.5 Perbandingan kanvas strategi awal dan baru	48
BAB V PEMBAHASAN	49
5.1. Analisis Matrik EFAS	49
5.2. Analisis Matrik IFAS	49
5.3. Analisis S.W.O.T.	49
5.4. Analisis <i>Blue Ocean Strategy</i>	50
5.4.1. Analisis Kerangka Kerja Empat Langkah	50
5.4.2. Analisis Perbandingan Kanvas Strategi Baru dan Lama	51
5.4.3. Tiga Kriteria Strategi yang Baik.....	51
BAB VI PENUTUP	53
6.1. Kesimpulan	53
6.2. Saran	53
DAFTAR PUSTAKA	54
LAMPIRAN	57



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Perbandingan <i>Red Ocean</i> dengan <i>Blue Ocean</i>	15
Tabel 4.1. Uji Validitas Kafe Balarea Kopi.....	35
Tabel 4.2. Uji Validitas Kafe Route	35
Tabel 4.3. Uji Reliabilitas	37
Tabel 4.4. Rekapitulasi Hasil Kuesioner Kafe Balarea Kopi	37
Tabel 4.5. Rekapitulasi Hasil Kuesioner Kafe Route	37
Tabel 4.6. Penentuan Nilai <i>Strengths</i> dan <i>Weaknesses</i> dari Hasil Kuesioner.....	38
Tabel 4.7. Matriks EFAS	39
Tabel 4.8. Matrik IFAS.....	40



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Model Manajemen Strategis 9

Gambar 2.2. Analisis S.W.O.T. 13

Gambar 2.3. Kanvas Strategi Perusahaan Southwest Airlines 16

Gambar 2.4. Kerangka Kerja Empat Langkah..... 16

Gambar 3.1. Alur Penelitian 24

Gambar 4.1. Logo Kafe Balarea Kopi 25

Gambar 4.2. Struktur Organisasi 27

Gambar 4.3. Produk 29

