

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN DATA	ii
SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING	iv
LEMBAR PENGESAHAN DOSEN PENGUJI.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN MOTTO	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Batasan Masalah.....	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
1.6 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II KAJIAN LITERATUR	8
2.1 Kajian Deduktif.....	8
2.1.1 Konsep Strategi	8
2.1.1.1 Langkah Membuat Rancangan Strategi	8
2.1.1.2 Level Strategi	9
2.1.1.3 Tipe Strategi.....	9
2.1.2 Konsep Manajemen Strategi	10
2.1.3 Proses Manajemen Strategi	11
2.1.4 Model Manajemen Strategi	12
2.1.5 Karakteristik Manajemen Strategi.....	13
2.1.6 Strategi Pemasaran	13

2.1.7 Analisis SWOT.....	15
2.1.8 Analisis <i>General Electric</i>	17
2.2 Kajian Induktif	20
BAB III METODE PENELITIAN.....	22
3.1 Objek Penelitian	22
3.2 Jenis Data dan Sumber Data.....	22
3.3 Metode Pengumpulan Data	26
3.4 Metode Analisis Data	26
3.5 Metode Analisis SWOT	27
3.6 Analisis Matriks GE	30
3.7 Alat Yang Digunakan.....	31
3.8 Alur Penelitian.....	32
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA.....	35
4.1 Faktor Internal	35
4.1.1 Profil Perusahaan.....	35
4.1.1.1 Visi dan Misi Perusahaan.....	36
4.1.2 Nilai Perusahaan.....	37
4.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan.....	37
4.1.4 Jam Kerja.....	39
4.1.5 Data Operasional	40
4.2 Faktor Eksternal	42
4.3 Segmentasi Pasar.....	44
4.4 Pengolahan Data.....	44
BAB V PEMBAHASAN.....	57
5.1 Analisa Variabel EFAS	57
5.2 Analisa Matrik EFAS	59
5.3 Analisa Matrik Profil Pesaing	61
5.4 Analisa Data Hasil Kuisisioner	62
5.5 Analisis SWOT.....	63
5.6 Analisa General Electric (GE).....	64
5.7 Analisis Strategi Pemasaran Berdasarkan SWOT.....	68
5.8 Analisis Investasi Berdasarkan Matriks GE.....	70
BAB VI PENUTUP.....	71

6.1 Kesimpulan..... 71

6.2 Saran..... 72

DAFTAR PUSTAKA..... 73

LAMPIRAN 75



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu.....	20
Tabel 4.1 Daftar Harga Minuman.....	40
Tabel 4.2 Daftar Harga Makanan	41
Tabel 4.3 Daftar Harga Menu Paket	41
Tabel 4.4 Daftar Harga Sambel	42
Tabel 4.5 R-Hitung Waroeng Sambel Layah.....	49
Tabel 4.6 R-Hitung Waroeng Ayam Suroboyo	49
Tabel 4.7 Hasil Mengambil Keputusan	51
Tabel 4.8 Hasil Kuisisioner dari Sambel Layah	51
Tabel 4.9 Hasil Kuisisioner dari Ayam Suroboyo.....	51
Tabel 4.10 Nilai <i>Strenght</i> dan <i>Weakness</i>	52
Tabel 4.11 Faktor Analisis EFAS	52
Tabel 4.12 Faktor Analisis IFAS	53
Tabel 4.13 Matrik Profil Persaingan.....	54
Tabel 4.14 Hasil Pengolahan Data GE	55
Tabel 4.15 Daya Saing.....	55
Tabel 4.16 Analisis Hasil GE	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Manajemen Strategi.....	12
Gambar 2.2 Analisis SWOT.....	16
Gambar 2.2 Sembilan Sel dalam Matriks GE.....	19
Gambar 3.1 Alur Penelitian	32
Gambar 4.1 Logo Sambel Layah	35
Gambar 4.2 Struktur Organisasi	37
Gambar 4.3 Posisi Matriks GE Rumah Makan Sambel Layah.....	56
Gambar 5.1 Hasil SWOT	63

