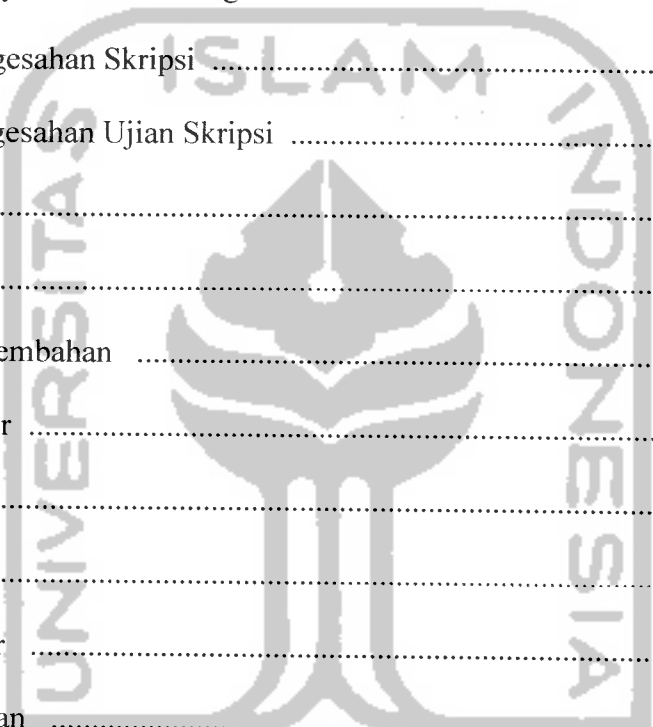


DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	i
Halaman Sampul Depan Skripsi	ii
Halaman Judul Skripsi	iii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme	iv
Halaman Pengesahan Skripsi	v
Halaman Pengesahan Ujian Skripsi	vi
Abstrak	vii
Motto	viii
Halaman Persembahan	ix
Kata Pengantar	x
Daftar Isi	xiii
Daftar Tabel	xviii
Daftar Gambar	xix
Daftar Lampiran	xx
	
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Batasan Masalah	5
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	6

1.6 Hipotesis	7
1.7 Metode Penelitian	8
1.7.1 Lokasi Penelitian	8
1.7.2 Variabel Penelitian	8
1.7.2.1 Variabel Internal	8
1.7.2.2 Variabel Eksternal	10
1.7.3 Data dan Metode Pengumpulan Data	11
1.7.3.1 Sumber Data	11
1.7.3.2 Metode Pengumpulan Data	12
1.7.3.3 Sensus	13
1.7.4 Metode Analisis Data	13
1.7.4.1 Analisis Deskriptif	13
1.7.4.2 Analisis SWOT	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA	17
2.1 Pengertian dan Konsep Strategi	17
2.2 Manajemen Strategi	20
2.3 Pengertian Manajemen Strategi	21
2.4 Manfaat Manajemen Strategi	22
2.5 Pengertian dan Konsep Strategi Pemasaran	23
2.6 Analisis Faktor-faktor Strategi Pemasaran	26
2.6.1 Faktor Lingkungan	26
2.6.2 Faktor Pasar	29

2.6.3 Persaingan	29
2.6.4 Analisis Kemampuan Internal	30
2.6.6 Perilaku Konsumen	30
2.7. Analisis SWOT	31
2.8. Matrik SWOT	35
BAB III METODE PENELITIAN	37
3.1 Lokasi Penelitian	37
3.1.1 Sejarah Berdirinya CV. Bhumi Cipta Mandiri	37
3.1.3 Proses Produksi	45
3.1.4 Jam Kerja	47
3.1.5 Sistem Penggajian	47
3.1.6 Pemasaran	48
3.1.7 Promosi	48
3.1.7.1 Program Promosi	49
3.1.7.2 Variabel Promosi	50
3.1.8 Pengembangan Desain dan Sampel Produk	53
3.2 Variabel Penelitian	54
3.3 Definisi Operasional Variabel Penelitian	54
3.4 Data dan Metode Pengumpulan Data.....	61
3.4.1 Sumber Data	61
3.4.2 Metode Pengumpulan Data	62
3.5 Sensus	63

3.6 Alat Analisis	63
3.6.1 Analisis Deskriptif	64
3.6.2 Analisis SWOT	64
3.6.2.1 Variabel Internal	64
3.6.2.2 Variabel Eksternal	66
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	76
4.1 Analisis Data	76
4.1.1 Pengumpulan Data	76
4.1.2 Analisis SWOT	76
4.1.2.1 Tahap Pertama	76
4.1.2.2 Penjelasan terhadap Variabel Internal	79
4.1.2.3 Penjelasan terhadap Variabel Eksternal	86
4.1.2.4 Tahap Kedua dan Ketiga	89
4.1.2.5 Penjelasan Pemberian Bobot terhadap Variabel Internal	92
4.1.2.6 Penjelasan Pemberian Bobot Terhadap Variabel Eksternal	97
4.1.2.7 Tahap Keempat	100
4.2 Interpretasi dan Formulasi Strategi	102
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	113
5.1 Kesimpulan	113
5.2 Saran	114

DAFTAR PUSTAKA	xxi
LAMPIRAN	xxii

3
3
3
4
4.
4.
4.
4.5
4.6

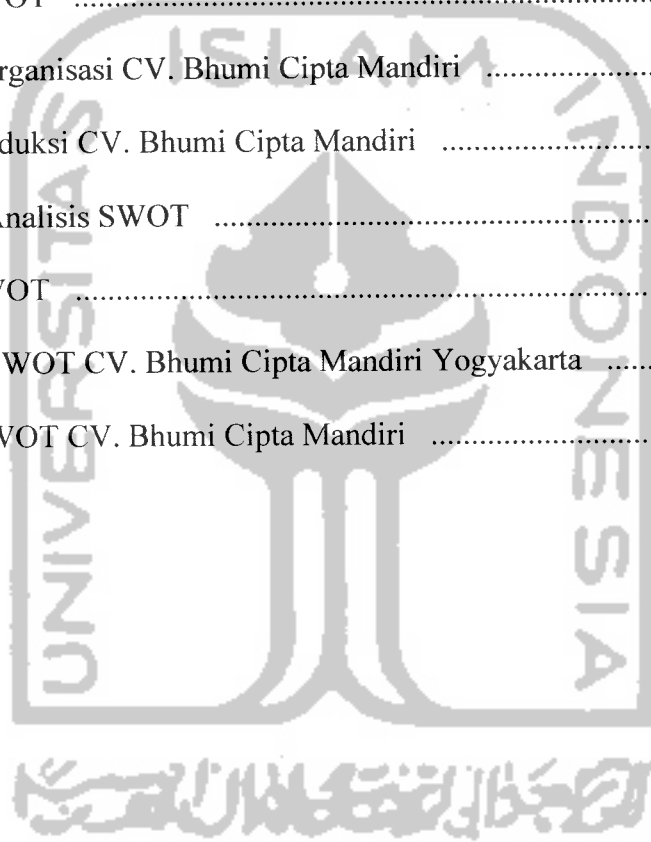


DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Faktor Strategis Internal	9
1.2 Faktor Strategis Eksternal	11
3.1 Jam Kerja Karyawan CV. Bhumi Cipta Mandiri	47
3.2 Faktor Strategis Internal	66
3.3 Faktor Strategis Eksternal	68
4.1 Rekapitulasi Jawaban Responden Pada Faktor Internal	78
4.2 Analisis Faktor Strategis Internal	79
4.3 Rekapitulasi Jawaban Responden Pada Faktor Eksternal	85
4.4 Analisis Strategis Faktor Eksternal	86
4.5 Penilaian Bobot Variabel Internal dan Eksternal	91
4.6 Pembobotan Nilai Relatif Kepentingan Masing-masing Variabel pada Faktor Internal dan Eksternal	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1.1 Diagram Analisis SWOT	14
1.2 Matrik SWOT	16
2.1 Rencana Kerja Analisis SWOT	32
2.2 Matrik SWOT	36
3.1 Struktur Organisasi CV. Bhumi Cipta Mandiri	44
3.2 Proses Produksi CV. Bhumi Cipta Mandiri	45
3.3 Diagram Analisis SWOT	68
3.4 Matrik SWOT	71
4.1 Diagram SWOT CV. Bhumi Cipta Mandiri Yogyakarta	102
4.2 Matrik SWOT CV. Bhumi Cipta Mandiri	109



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Kuesioner Penelitian	116
2. Surat Keterangan Penelitian	120

