

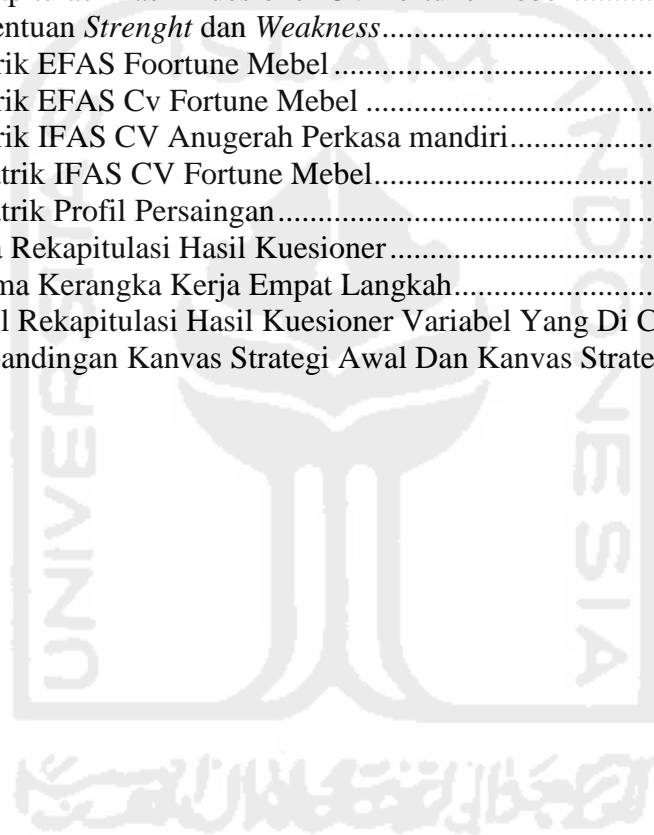
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGAKUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI.....	iv
SURAT KETERANGAN PENELITIAN.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
MOTTO	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Batasan Masalah	4
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Manfaat Penelitian	5
1.6 Sistematika Penulisan	6
BAB II LANDASAN TEORI.....	8
2.1 Pemasaran	8
2.1.1 Konsep Pemasaran	9
2.1.2 Strategi Pemasaran.....	11
2.1.3 Segmentasi Pasar	12
2.1.4 Strategi Persaingan	13
2.1.5 Analisis SWOT	15
2.1.6 Analisis SWOT Sebagai Alat Formulasi Strategi.....	15
2.2 Manajemen Strategis.....	17
2.2.1 Konsep Strategis	19
2.2.2 Model Manajemen Strategis	19
2.2.3 tahap-tahap manajemen Strategi	20
2.2.4 Keuntungan Manajemen Strategis	22
2.3 <i>Blue Ocean Strategy (BOS)</i>	22
2.3.1 Prinsip <i>Blue Ocean Strategy</i>	24
2.4 Kerangka Kerja Empat Langkah.....	25
2.4 Telaah pustaka	27
2.4 Ringkasan Telaah Pustaka	30
BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1 Objek Penelitian.....	33
3.2 Identifikasi masalah	33
3.3 Pengumpulan Data.....	33
3.4 Pengolahan dan Analisis Data	34
3.5 Teknik Pengolahan Data.....	34
3.6 Analisis Hasil	35
3.7 Kesimpulan dan Saran	35
3.8 Diagram Alir Penelitian	36

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA.....	37
4.1 Profil Perusahaan	37
4.2 Pengumpulan Data.....	37
4.2.1 Faktor <i>Internal</i>	37
4.2.2 Faktor <i>Eksternal</i>	38
4.3 Pengolahan Data	39
4.3.1 Uji Kecukupan Data	41
4.3.2 Uji <i>Validasi</i> Data	42
4.3.3 Uji <i>Reliabelitas</i>	43
4.3.4 Rekapulasi Hasil Kuesioner.....	43
4.3.5 Penentuan Nilai <i>Strengths</i> Dan <i>Weakness</i>	44
4.4 <i>Eksternal</i> Faktor Analisis Strategi (Efas)	45
4.5 <i>Internal</i> Faktor Analisis Strategi (Fas)	47
4.6 Matrik Faktor Persaingan.....	48
BAB V DAN PEMBAHASAN	50
5.1 Analisis matrik EFAS	50
5.2 Analisis matrik IFAS	50
5.3 Pendekatan Kuantitatif.....	51
5.4 Analisis Profil Persaingan.....	53
5.5 Analisis Data Kuesioner	53
5.1 Analisis <i>Blue Ocean Strategy</i>	54
5.6.1 Kanvas Strategi Awal	54
5.6.2 Kerangka Kerja Empat Langkah.....	56
5.6.3 skema kerangka kerja empat langkah	60
5.6.4 Kanvas Strategi Baru	61
5.6.5 Perbandingan Kanvas Strategi Awal dengan Kanvas Strategi Baru.....	62
5.6.6 Fokus strategi.....	69
5.6.7 Gerakkan mejauh (<i>Divergensi</i>).....	69
5.6.8 Motto yang memikat.....	71
BAB VI PENUTUP	72
6.1 Kesimpulan	72
6.2 Saran	73
DAFTAR PUSTAKA	75
DAFTAR LAMPIRAN.....	76

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Matrik SWOT	16
Tabel 2.2 Perbedaan <i>Red Ocean Strategy</i> dengan <i>Blue Ocean Strategy</i>	22
Tabel 2.3 Prinsip Perumusan <i>Blue Ocean Strategy</i>	24
Tabel 2.4 Telaah Pustaka	24
Tabel 4.1 Uji Validasi CV Anugerah Perkasa Mandiri	42
Tabel 4.2 Uji Validasi CV Fortune Mebel.....	42
Tabel 4.3 Uji <i>Reabilitas</i>	43
Tabel 4.4 Rekapitulas Hasil Kuesioner CV Anugerah Perkasa Mandiri	44
Tabel 4.5 Rekapitulasi Hasil Kuesioner CV Fortune Mebel	44
Tabel 4.6 Penentuan <i>Strenght</i> dan <i>Weakness</i>	44
Tabel 4.7 Matrik EFAS Foortune Mebel	46
Tabel 4.8 Matrik EFAS Cv Fortune Mebel	46
Tabel 4.9 Matrik IFAS CV Anugerah Perkasa mandiri.....	47
Tabel 4.10 Matrik IFAS CV Fortune Mebel.....	48
Tabel 4.11 Matrik Profil Persaingan.....	49
Tabel 5.1 Data Rekapitulasi Hasil Kuesioner	54
Tabel 5.2 Skema Kerangka Kerja Empat Langkah.....	60
Tabel 5.3 Hasil Rekapitulasi Hasil Kuesioner Variabel Yang Di Ciptakatkan	60
Tabel 5.4 Perbandingan Kanvas Strategi Awal Dan Kanvas Strategi Baru	63



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Manajemen Strategis	20
Gambar 2.2 Kerangka Kerja Empat Langkah.....	25
Gambar 3.1 Diagram Alir	29
Gambar 5.1 Posisi Perusahaan Pada Diagram SWOT	52
Gambar 5.2 Kanvas Strategi Awal	48
Gambar 5.3 Kanvas Strategi Baru	61
Gambar 5.4 Perbandingan Kanvas Strategi Awal Dan Kanvas Strategi Baru.....	62
Gambar 5.5 Kurva Kondisi Atribut Awal.....	70
Gambar 5.6 Kurva Gerakan <i>Divergensi</i>	71

