

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	ii
LEMBAR KETERANGAN SELESAI PENELITIAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING	iv
LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN MOTTO	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
ABSTRAK	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Batasan Masalah.....	3
1.4 Tujuan Penelitian.....	3
1.5 Manfaat Penelitian.....	3
1.6 Sistematika Penulisan.....	3
BAB II KAJIAN PUSTAKA	5
2.1 Penelitian Terdahulu.....	5
2.2 Manajemen Strategi.....	6
2.2.1 Tahapan Manajemen Strategi	7
2.2.2 Konsep Strategi	8
2.2.3 Manfaat Manajemen Strategi.....	8
2.3 Pemasaran	9
2.3.1 Konsep Pemasaran.....	10
2.3.2 Strategi Pemasaran	11

2.3.3 Segmentasi Pasar	12
2.4 Analisis SWOT	14
2.5 <i>Blue Ocean Strategy</i>	15
2.6 Prinsip <i>Blue Ocean Strategy</i>	15
2.7 Kanvas Strategi.....	16
2.8 Kerangka Kerja Empat Langkah	18
BAB III METODE PENELITIAN.....	20
3.1 Objek Penelitian	20
3.2 Pengumpulan Data.....	20
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA	25
4.1 Tinjauan Singkat Perusahaan	25
4.1.1 Visi dan Misi Perusahaan	25
4.1.2 Produk dan Sumber Pemasok.....	25
4.2 Faktor Internal	26
4.3 Faktor External	27
4.4 Pengumpulan Data.....	28
4.5 Pengolahan Data	30
4.5.1 Data Tanggapan Responden.....	30
4.5.2 Uji Kecukupan Data	30
4.5.3 Uji Validitas.....	31
4.5.4 Uji Reabilitas	33
4.5.5 Rekapitulasi Hasil Kuisisioner.....	33
4.5.6 Penentuan Nilai <i>Strength</i> dan <i>Weakness</i>	34
4.6 Eksternal Faktor Analisis Strategi (EFAS).....	35
4.7 Internal Faktor Analisis Strategi (IFAS)	36
4.8 Matrik Faktor Persaingan	38
BAB V PEMBAHASAN.....	40
5.1 Analisis Matrik EFAS	40
5.2 Analisis Matrik IFAS	40
5.3 Pendekatan Kuantitatif	41
5.4 Analisis Matrik Profil Persaingan	42

5.5	Analisis Data Kuisisioner.....	42
5.6	Analisis <i>Blue Ocean Strategy</i>	43
5.6.1	Kanvas Strategi Awal.....	43
5.6.2	Kerangka Kerja Empat Langkah.....	45
5.6.3	Skema Kerangka Kerja Empat Langkah.....	49
5.6.4	Kanvas Strategi Baru.....	50
5.6.5	Perbandingan Kanvas Strategi Awal dengan Kanvas Strategi Baru.....	51
5.6.6	Fokus Strategi.....	61
5.6.7	Gerakan Menjauh (<i>Divergensi</i>).....	61
5.6.8	Motto yang memikat.....	62
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....		64
6.1	Kesimpulan.....	64
6.2	Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA		



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Variabel Segmentasi Utama untuk Pasar Konsumen	13
Tabel 2.2	Perbedaan Red Ocean Strategy dengan Blue Ocean Strategy	15
Tabel 4.1	Data Tanggapan Responden	30
Tabel 4.2	Uji Validitas <i>Snack</i> Fikki	31
Tabel 4.3	Uji Validitas <i>Snack</i> Nayla	32
Tabel 4.4	Uji Reabilitas <i>Snack</i> Fikki dan <i>Snack</i> Nayla.....	33
Tabel 4.5	Rekapitulasi Hasil Kuisisioner <i>Snack</i> Fikki.....	34
Tabel 4.6	Rekapitulasi Hasil Kuisisioner <i>Snack</i> Nayla	34
Tabel 4.7	Penentuan Strength dan Weakness	34
Tabel 4.8	Matriks EFAS (peluang) <i>Snack</i> Fikki	35
Tabel 4.9	Matriks EFAS (ancaman) <i>Snack</i> Fikki.....	36
Tabel 4.10	Matriks EFAS (peluang) <i>Snack</i> Nayla	36
Tabel 4.11	Matriks EFAS (ancaman) <i>Snack</i> Nayla.....	36
Tabel 4.12	Matriks IFAS (kekuatan) <i>Snack</i> Fikki.....	37
Tabel 4.13	Matriks IFAS (kelemahan) <i>Snack</i> Fikki.....	37
Tabel 4.14	Matriks IFAS (kekuatan) <i>Snack</i> Nayla	37
Tabel 4.15	Matriks IFAS (kelemahan) <i>Snack</i> Nayla.....	38
Tabel 4.16	Matriks Profil Persaingan	39
Tabel 5.1	Rekapitulasi Hasil Kuisisioner <i>Snack</i> Fikki	44
Tabel 5.2	Rekapitulasi Hasil Kuisisioner <i>Snack</i> Nayla.....	44
Tabel 5.3	Skema Kerangka Kerja Empat Langkah	49
Tabel 5.4	Hasil Rekapitulasi kuisisioner variabel yang diciptakan	49
Tabel 5.5	Perbandingan kanvas strategi awal dan strategi baru	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>Skema Prinsip Blue Ocean Strategy</i>	17
Gambar 2.2 Kerangka kerja empat langkah	18
Gambar 3.1 Diagram Alur Penelitian	24
Gambar 5.1 Posisi Perusahaan Pada Diagram SWOT	41
Gambar 5.2 Kanvas Strategi Awal	44
Gambar 5.3 Kanvas Strategi Baru	50
Gambar 5.4 Perbandingan Kanvas Strategi Awal dan Kanvas Strategi Baru	51
Gambar 5.5 Kurva Kondisi Awal	62
Gambar 5.6 Kurva Gerakan Divergensi	62

