

DAFTAR ISI

JUDUL SKRIPSI	i
PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA.....	v
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Batasan Masalah.....	5
1.5 Peneliti Terdahulu.....	5
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Pengertian Strategi.....	7
2.2 Tujuan Strategi.....	8
2.3 Pemasaran.....	8
2.4 Strategi Pemasaran.....	9
2.5 Bauran Pemasaran.....	10
2.5.1 Produk	10
2.5.2 Tempat.....	10
2.5.3 Promosi	11
2.5.4 Harga.....	11

2.6 Tahapan Perencanaan Strategis	12
2.6.1 Tahap Masukkan	12
2.6.2 Tahap Analisis/ Pencocokan	18
2.6.3 Tahap Pengambilan Keputusan	22
2.7 Jenis-Jenis Restoran	24
2.8 Faktor-Faktor Keberhasilan dalam Bisnis Restoran	26
2.9 <i>Segmentation, Targetting, and Positioning</i>	26
2.10 Uji Validitas.....	30
2.11 Uji Reliabilitas.....	31

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Studi Lapangan	33
3.2 Studi Pustaka	33
3.3 Rumusan Masalah	33
3.4 Tujuan Penelitian	33
3.5 Pengumpulan Data	34
3.6 Pengolahan Data	34
3.7 Implementasi	34
3.8 Analisis	34
3.9 Simpulan dan Saran	34

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

4.1 Pengumpulan Data	36
4.1.1 Profil Perusahaan	36
4.1.2 Proses Bisnis UMKM Ayam Geprek Djeng Siti	37
4.1.3 Hasil Produksi	38
4.1.4 Data Faktor Internal Perusahaan	39
4.1.5 Data Faktor Eksternal Perusahaan	40
4.2 Pengolahan Data	40
4.2.1 Uji Validitas	41
4.2.2 Uji Reliabilitas	41
4.2.3 Lingkungan Internal Perusahaan	42
4.2.4 Lingkungan Eksternal Perusahaan	42

4.2.5	Strategi Pemasaran yang Tepat Berdasarkan SWOT	43
4.2.5.1	Kekuatan (<i>Strenght</i>)	43
4.2.5.2	Kelemahan (<i>Weakness</i>)	44
4.2.5.3	Peluang (<i>Opportunities</i>)	45
4.2.5.4	Ancaman (<i>Threats</i>)	46
4.2.6	Prioritas Strategi Pemasaran yang Sesuai dengan Kondisi Perusahaan Berdasarkan Matriks QSPM	48
4.2.7	Implementasi Produk	49
4.2.8	Produktivitas	53
4.2.8.1	Produktivitas Sebelum Implementasi	52
4.2.8.2	Produktivitas Setelah Implementasi	53

BAB V ANALISIS

5.1	Lingkungan Internal Perusahaan	56
5.1.1	<i>Segmentation, Targetting, and Positioning</i>	56
5.1.2	Bauran Pemasaran	58
5.2	Lingkungan Eksternal Perusahaan	62
5.2.1	Lingkungan Jauh	62
5.2.2	Lingkungan Industri	64
5.3	Analisis Matriks SWOT	66
5.3.1	Strategi S-O	66
5.3.2	Strategi W-O	67
5.3.3	Strategi S-T	68
5.3.4	Strategi W-T	69
5.4	Tahap Keputusan	69
5.5	Produktivitas Sebelum dan Sesudah Perbaikan	71

BAB VI SIMPULAN DAN SARAN

5.1	Simpulan	73
5.2	Saran	74

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Langkah-Langkah Menentukan Kebijakan Penetapan Harga	12
Gambar 2.2 Langkah-Langkah dalam Pemasaran Terarah	28
Gambar 3.1 <i>Flowchart</i> Metodologi Penelitian	34
Gambar 4.1 Struktur Organisasi UMKM Ayam Geprek Djeng Siti.....	35
Gambar 4.2 Denah Lokasi UMKM Ayam Geprek Djeng Siti	36

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Penelitian Terdahulu	5
Tabel 2.1	Proses Penyusunan Perencanaan Strategis	12
Tabel 2.2	Contoh Matriks EFAS (<i>External Factor Analysis Summary</i>)	14
Tabel 2.3	Contoh Matriks IFAS (<i>Internal Factor Analysis Summary</i>) ..	16
Tabel 2.4	Penilaian Bobot Pada Analisis EFAS dan IFAS	17
Tabel 2.5	Kriteria Penilaian Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman	17
Tabel 2.6	Matriks QSPM (<i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i>).....	20
Tabel 2.7	Matriks SWOT (<i>Strenghts, Weakness, Opportunities, Threats</i>)	22
Tabel 2.8	QSPM (<i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i>).....	24
Tabel 4.1	Jam Kerja UMKM Ayam Geprek Djeng Siti.....	38
Tabel 4.2	Jam Kerja Masing-Masing Pekerja.....	38
Tabel 4.3	Jumlah Produk yang Dijual pada UMKM Ayam Geprek Djeng Siti Periode Oktober 2017.....	38
Tabel 4.4	Kuesioner Responden Data Faktor Internal.....	39
Tabel 4.5	Kuesioner Responden Data Faktor Eksternal	40
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Data	41
Tabel 4.7	Hasil Uji Reliabilitas Data.....	42
Tabel 4.8	Bobot Faktor Internal Perusahaan	42
Tabel 4.9	Bobot Faktor Eksternal Perusahaan.....	43
Tabel 4.10	Analisis Matriks SWOT pada UMKM Ayam Geprek Djeng Siti	47
Tabel 4.11	Nilai <i>Attractive Score</i> (AS) untuk Masing-Masing Alternatif Strategi.....	48
Tabel 4.12	Perbandingan Kemasan Produk	51
Tabel 4.13	<i>Input</i> dan <i>Output</i> Biaya Produksi UMKM Ayam Geprek Djeng Siti per Hari Sebelum Implementasi.....	53
Tabel 4.14	<i>Input</i> dan <i>Output</i> Biaya Produksi UMKM Ayam Geprek	

Djeng Siti per Hari Setelah Implementasi	53
Tabel 4.15 Daftar Harga Produk yang Dijual UMKM Ayam Geprek	
Djeng Siti.....	54