

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Pertanyaan Penelitian	6
1.4. Tujuan Penelitian.....	6
1.5. Manfaat Penelitian.....	7
1.6. Lingkup Penelitian	7
1.7. Sistematika Penulisan.....	7
BAB II LANDASAN TEORI	9
2.1. Strategi Pengembangan Pasar	9
2.2. OLI Model.....	11
2.3. Analisis Lingkungan	13



2.3.1.	Analisis Lingkungan Internal.....	13
2.3.2.	Analisis Lingkungan Eksternal	14
2.4.	IE Matrik	15
2.5.	Strategi Pengembangan Pasar Geografis.....	17
2.6.	Strategi Masuk Pasar	20
2.7.	Matrik QSPM (<i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i>)	28
2.8.	Rerangka Penelitian.....	30
BAB III METODE PENELITIAN.....		32
3.1.	Desain Penelitian.....	32
3.2.	Sumber dan Metode Pengumpulan Data	33
3.3.	Instrumen Penelitian.....	34
3.4.	Metode Analisis Data	35
3.4.1.	Analisis Matrik IFE (<i>Internal Factor Evaluation</i>).....	36
3.4.2.	Analisis Matrik EFE (<i>External Factor Evaluation</i>).....	38
3.4.3.	Analisis IE Matrik.....	40
3.4.4.	Analisis QSPM.....	41
3.5.	Objek Penelitian	43
3.5.1.	Sejarah Perusahaan	44
3.5.2.	Visi Misi Perusahaan	44
3.5.3.	Budaya Organisasi	45
3.6.	Tahapan Pelaksanaan Penelitian	45
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....		48
4.1	Analisis OLI	48
4.1.1	Keunggulan Kepemilikan (<i>Ownership Advantage</i>).....	48
4.1.2	Keunggulan Lokasi (<i>Location Advantage</i>).....	50



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN PASAR CV. NATURAFIT THIBBUNNABAWI
UMAR ABDUL AZIZ, Rangga Almahendra, Dr., S.T., M.M.,
Universitas Gadjah Mada, 2022 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

4.1.3 Keunggulan Internalisasi (<i>Internalization Advantage</i>).....	54
4.2 Analisis Internal	55
4.3 Analisis Eksternal.....	66
4.4 IE Matrik	76
4.5 Analisis Matrik QSPM Penentuan lokasi.....	77
4.6 Analisis Matrik QSPM Strategi Masuk Pasar	81
BAB V SIMPULAN	90
5.1. Simpulan.....	90
5.2. Implikasi.....	91
5.3. Limitasi.....	92
5.4. Rekomendasi	92
DAFTAR PUSTAKA.....	94
LAMPIRAN.....	98
Lampiran 1 IFE & EFE	98
Lampiran 2 QSPM Penentuan Lokasi	100
Lampiran 3 QSPM Strategi Masuk Pasar	104
Lampiran 4 Kuisioner IFE, EFE dan QSPM.....	108
Lampiran 5 Transkrip Wawancara.....	117