



## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>x</b>
<b>INTISARI</b> .....	<b>xi</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang</b> .....	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....	<b>7</b>
<b>1.3 Pertanyaan Penelitian</b> .....	<b>8</b>
<b>1.4 Tujuan Penelitian</b> .....	<b>9</b>
<b>1.5 Ringkasan Metodologi</b> .....	<b>9</b>
<b>1.6 Ringkasan Hasil</b> .....	<b>10</b>
<b>1.7 Manfaat Penelitian</b> .....	<b>11</b>
<b>1.8 Lingkup Penelitian</b> .....	<b>12</b>
<b>1.9 Sistematika Penulisan</b> .....	<b>13</b>
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....	<b>15</b>
<b>2.1 Kajian Literatur</b> .....	<b>15</b>
<b>2.1.1 Strategi Pengembangan Usaha</b> .....	<b>15</b>
<b>2.1.2 Analisis Lingkungan Internal</b> .....	<b>16</b>
<b>2.1.2.1 Analisis Value, Rarity, Inimitability, &amp; Organization (VRIO)</b> .....	<b>16</b>
<b>2.1.3 Analisis Lingkungan Eksternal</b> .....	<b>18</b>
<b>2.1.3.1 Analisis PESTEL</b> .....	<b>19</b>
<b>2.1.3.2 Analisis Five Force Framework</b> .....	<b>23</b>
<b>2.1.4 Analisis SWOT</b> .....	<b>26</b>
<b>2.2 Kajian Penelitian Terdahulu</b> .....	<b>29</b>
<b>2.3 Kerangka Penelitian</b> .....	<b>32</b>
<b>BAB III METODA PENELITIAN</b> .....	<b>33</b>
<b>3.1 Desain Penelitian</b> .....	<b>33</b>
<b>3.2 Metoda Pengumpulan Data</b> .....	<b>34</b>
<b>3.2.1 Data Primer</b> .....	<b>34</b>



3.2.2	Data Sekunder.....	36
<b>3.3</b>	<b>Instrumen Penelitian.....</b>	<b>36</b>
3.3.1	Matriks Pertanyaan Wawancara.....	36
3.3.2	Matriks <i>Internal Factors Evaluation (IFE)</i> dan <i>External Factors Evaluation (EFE)</i> .....	37
<b>3.4</b>	<b>Metoda Analisis Data .....</b>	<b>37</b>
3.4.1	Analisis Matriks IFE dan EFE .....	37
3.4.1.1	Matriks IFE .....	38
3.4.1.2	Matriks EFE.....	40
3.4.2	Matriks IE .....	42
3.4.3	Matriks SWOT .....	43
<b>3.5</b>	<b>Objek Penelitian .....</b>	<b>45</b>
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>47</b>
<b>4. 1</b>	<b>Profil Perusahaan.....</b>	<b>47</b>
4.1.1	Visi & Misi Perusahaan .....	48
4.1.2.	Kegiatan Usaha .....	49
4.1.3.	<i>Unique Selling Points (USP)</i> Hanania Group.....	50
<b>4. 2</b>	<b>Analisis Eksternal Perusahaan .....</b>	<b>51</b>
4.2.1.	PESTEL.....	51
4.2.2.	<i>Five Force Framework</i> .....	59
<b>4. 3</b>	<b>Analisis Internal Perusahaan .....</b>	<b>64</b>
4.3.1.	VRIO.....	64
<b>4. 4</b>	<b>Faktor Utama yang Mempengaruhi Perkembangan Industri Umrah....</b>	<b>73</b>
4.4.1	Sumber Daya Manusia .....	73
4.4.2	Sumber dan Kemampuan Modal.....	73
4.4.3	Inovasi Produk.....	74
4.4.4	<i>Customer Relationship Management (CRM)</i> .....	75
<b>4. 5.</b>	<b>Analisis SWOT .....</b>	<b>76</b>
4.5.1	<i>Strengths (Kekuatan)</i> .....	76
4.4.1	<i>Weaknesses (Kelemahan)</i> .....	83
4.4.2	<i>Opportunities (Peluang)</i> .....	86
4.4.3	<i>Threats (Ancaman)</i> .....	92
<b>4. 6.</b>	<b>Analisis Matriks IFE, EFE, dan IE .....</b>	<b>101</b>
4.6.1	Matriks IFE.....	101
4.6.2	Matriks EFE.....	104
4.6.3	Matriks IE .....	107
<b>4. 7.</b>	<b>Matriks SWOT .....</b>	<b>109</b>
<b>BAB V</b>	<b>SIMPULAN .....</b>	<b>125</b>
<b>5. 1.</b>	<b>Simpulan .....</b>	<b>125</b>
<b>5. 2.</b>	<b>Implikasi.....</b>	<b>127</b>
<b>5. 3.</b>	<b>Keterbatasan.....</b>	<b>128</b>
<b>5. 4.</b>	<b>Saran.....</b>	<b>129</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	<b>.....</b>	<b>130</b>