

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Lembar Pengesahan	ii
Lembar Pernyataan	iii
Kata Pengantar	iv
Daftar Isi	vi
Daftar Tabel	viii
Daftar Gambar	ix
Intisari	x
Abstract	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Pertanyaan Penelitian	7
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	8
1.6 Sistematika Penulisan	8
BAB II LANDASAN TEORI	10
2.1 Pengertian Strategi	10
2.2 Perencanaan Strategi	11
2.3 Penyusunan Strategi Bisnis	16
2.4 Analisis Lingkungan Eksternal	17
2.4.1 Analisis Lingkungan Makro	17
2.4.2 Analisis Lingkungan Industri	19
2.5 Analisis SWOT	26
2.6 Pengertian Ritel	27
BAB III METODE PENELITIAN	30
3.1 Desain Penelitian	30
3.2 Jenis Data	31
3.3 Metode Analisis Data	32
3.3.1 Metode Deskriptif Kualitatif	32
3.3.2 Analisis Matriks Evaluasi Faktor Internal dan Eksternal	33

3.3.3 Analisis SWOT	41
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	46
4.1 Profil Kasus	46
4.1.1 Sejarah Perusahaan	46
4.1.2 Filosofi, Visi, dan Misi Perusahaan	48
4.2 Deskriptif Kualitatif.....	49
4.3 Analisis Lingkungan Makro	51
4.3.1 Analisis Lingkungan Politik	52
4.3.2 Analisis Lingkungan Hukum.....	53
4.3.3 Analisis Lingkungan Ekologi	55
4.3.4 Analisis Lingkungan Teknologi	57
4.3.5 Analisis Lingkungan Sosial Budaya.....	59
4.3.6 Analisis Lingkungan Ekonomi	62
4.4 Analisis Lingkungan Industri	64
4.4.1 Ancaman Pendatang Baru.....	66
4.4.2 Persaingan Antar Perusahaan Dalam Industri	66
4.4.3 Ancaman Produk Substitusi	68
4.4.4 Kekuatan Tawar Pembeli.....	69
4.4.5 Kekuatan Tawar Pemasok	70
4.5 Analisis SWOT.....	72
4.5.1 Kekuatan.....	72
4.5.2 Kelemahan	75
4.5.3 Peluang	76
4.5.4 Ancaman.....	78
4.6 Analisis Matriks Evaluasi Faktor Internal dan Eksternal	79
4.7 Analisis Matriks SWOT	85
4.8 Analisis Grand Strategy	86
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	89
5.1 Kesimpulan.....	89
5.2 Saran	91
Daftar Pustaka	93

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pertumbuhan Penjualan Riil Industri Ritel Pakaian Tahun 2012-2017	5
Tabel 3.1 Contoh Matriks Evaluasi Faktor Internal Toko Komputer Ritel	35
Tabel 3.2 Contoh Matriks Evaluasi Faktor Eksternal Bioskop Lokal	39
Tabel 3.3 Matriks SWOT	44
Tabel 4.1 Pertumbuhan Penjualan Riil Industri Ritel Pakaian dan Pertumbuhan Penjualan Matahari Department Store	50
Tabel 4.2 Sebaran Gerai Matahari Department Store	53
Tabel 4.3 Sumber Pertumbuhan Ekonomi Menurut Lapangan Usaha Tahun 2015-2017	63
Tabel 4.4 Department Store dengan Jumlah Gerai Terbanyak di Indonesia Tahun 2017	73
Tabel 4.5 Rekapitulasi Pembobotan Faktor Internal	79
Tabel 4.6 Matriks IFE	81
Tabel 4.7 Rekapitulasi Pembobotan Faktor Eksternal	82
Tabel 4.8 Matriks EFE	84
Tabel 4.9 Matriks SWOT	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perkembangan Omset Ritel Modern Tahun 2004-2008.....	2
Gambar 1.2 Pertumbuhan Penjualan Barang Dagangan Tahun 2013-2017	6
Gambar 2.1 Pembuatan Strategi dan Proses Pelaksanaan Strategi	12
Gambar 2.2 Formulasi Strategi Bisnis	16
Gambar 2.3 Kekuatan yang Mendorong Kompetisi Industri	20
Gambar 3.1 Faktor Internal	34
Gambar 3.2 Faktor Eksternal	38
Gambar 3.3 Analisis SWOT	42
Gambar 3.4 Matriks Grand Strategy	45
Gambar 4.1 Pertumbuhan Konsumsi Rumah Tangga Menurut Jenis Pengeluaran	51
Gambar 4.2 Pengguna Internet di Indonesia (1998-2017)	58
Gambar 4.3 Perkiraan Jumlah Penduduk Indonesia Menurut Kelompok Umur Tahun 2018.....	60
Gambar 4.4 Jumlah Kelas Menengah 2012 dan Proyeksi Kelas Menengah Indonesia 2020.....	61
Gambar 4.5 Matriks Grand Strategy PT Matahari Department Store Tbk	87