



## DAFTAR ISI

Lembar Pengesahan	i
Abstrak	ii
Intisari	iii
Kata Pengantar	iv
Daftar Isi	vi
Daftar Gambar	ix
Daftar Tabel	x
<b>BAB I</b>	<b>PENDAHULUAN</b>
1.1.	Latar Belakang Masalah 1
1.2.	Permasalahan 4
1.3.	Tujuan Penelitian 4
1.4.	Manfaat Penelitian 4
1.5.	Sistematika Penulisan 5
<b>BAB II</b>	<b>LANDASAN TEORI</b>
2.1.	Pengertian Strategi Bersaing 7
2.2.	Five forces Model (Model Lima Kekuatan) dari Porter 9
2.2.1	Ancaman Pendetang Baru 11
2.2.2	Ancaman dari Produk Pengganti (substitute products) 11
2.2.3	Kekuatan Tawar-menawar pembeli 12
2.2.4	Kekuatan tawar-menawar pemasok 13
2.2.5	Tingkat rivalitas diantara para pesaing yang ada 13
2.3.	Analisis Lingkungan 14
2.3.1.	Lingkungan Eksternal 14
2.3.1.1	Lingkungan Makro 15
2.3.1.2	Lingkungan Industri 15



2.3.2	Lingkungan Internal	16
2.4.	Analisis SWOT	17
2.5.	Strategi Generik	18
2.5.1.	Cost Leadership (kepemimpinan biaya)	
2.5.2.	Diferensiasi	
2.5.3.	Fokus	
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	
3.1.	Desain Penelitian	20
3.2.	Metode Pengumpulan Data	20
3.2.1.	Data Primer	20
3.2.1.1	Interview (wawancara)	20
3.2.1.2	Kuesioner	21
3.2.2.	Data Sekunder	21
3.3.	Metode Analisis	22
3.3.1.	Analisis Lingkungan Eksternal	22
3.3.1.1	Analisis Lingkungan Makro	23
3.3.1.2	Analisis Lingkungan Industri	23
3.3.2.	Analisis Lingkungan Internal	23
3.3.3.	Analisis Posisi Perusahaan	23
BAB IV	GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	25
4.1.	Sejarah Perusahaan	25
4.1.1.	Tahap Perencanaan Pembangunan Hotel Graha Santika Semarang	25
4.1.2.	Operasional Hotel Graha Santika Semarang	26
4.1.3.	Persidangan Grand Opening	26
4.2.	Lokasi Hotel Graha Santika Semarang	27
4.3.	Fasilitas-fasilitas Hotel Graha Santika Semarang	27

<b>BAB V</b>	<b>ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b>	<b>29</b>
5.1.	Analisis Lingkungan Eksternal	29
5.1.1.	Analisis Lingkungan Makro	29
5.1.1.1	Lingkungan Ekonomi	29
5.1.1.2	Lingkungan Politik Dalam Negeri	30
5.1.1.3	Lingkungan Sosial Budaya	31
5.1.1.4	Faktor Teknologi Informasi	32
5.1.2.	Analisis Lingkungan Industri	33
5.1.2.1	Persaingan diantara Perusahaan yang ada	34
5.1.2.2	Kekuatan Tawar-menawar Pembeli	35
5.1.2.3	Kekuatan tawar-menawar Pemasok	36
5.1.2.4	Ancaman Pendatang Baru Potensial	36
5.1.2.5	Ancaman Produk Pengganti	38
5.2.	Analisis Lingkungan Internal	
5.2.1.	Penjualan	39
5.2.2	Pemasaran	40
5.2.3	Sumber Daya Keuangan	40
5.2.4	Sumber Daya Manusia	41
5.3.	Analisis SWOT	41
5.3.1.	Kekuatan Hotel Graha santika Semarang	42
5.3.2	Kelemahan Hotel Graha Santika Semarang	45
5.3.3	Ancaman Hotel graham santika Semarang	47
5.3.4	Peluang Hotel Graha santika Semarang	51
5.3.5	Hasil Analisis SWOT	53
5.4.	Strategi Generik Hotel graham Santika Semarang	54
<b>BAB VI</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b>	<b>55</b>
6.1.	Kesimpulan	55
6.2.	Saran	57

Daftar Pustaka

Lampiran