



## DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR JUDUL .....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
LEMBAR PERNYATAAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
INTISARI .....	xvii
ABSTRACT .....	xviii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	4
1.3 Batasan Masalah .....	5
1.4 Tujuan Penelitian .....	6
1.5 Manfaat Penelitian .....	6
1.6 Sistematika Penulisan .....	7
BAB II TINJAUAN LITERATUR .....	10
2.1 Konsep Dasar Kewirausahaan .....	10



2.2	Konsep Dasar <i>Department Store</i> .....	11
2.3	Konsep Dasar Manajemen .....	11
2.4	Konsep Dasar Manajemen Strategi .....	12
2.4.1	Analisis Eksternal Perusahaan .....	12
2.4.2	Analisis Internal Perusahaan .....	14
2.4.3	Keunggulan Kompetitif .....	15
2.5	<i>Blue Ocean Strategy</i> .....	16
2.5.1	Inovasi Nilai .....	17
2.5.2	Kanvas Strategi .....	18
2.5.3	Kerangka Kerja Empat Langkah .....	19
2.6	Alat Analisis .....	21
2.6.1	Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (EFE) .....	22
2.6.2	Matriks Evaluasi Faktor Internal (IFE) .....	22
2.6.3	Matriks Profil Persaingan (CPM) .....	23
2.6.4	Matriks Internal Eksternal (IE) .....	25
2.6.5	Analisis SWOT ( <i>Strength, Weakness, Opportunity, Threat</i> ) .....	26
2.6.6	Cara Membuat Analisis SWOT .....	27
2.7	Matriks QSPM ( <i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i> ) ..	30
2.8	Kerangka Pemikiran .....	32
2.8.1	Evaluasi Strategi .....	32
2.8.2	Perumusan Strategi .....	34



<b>BAB III</b>	<b>METODA PENELITIAN .....</b>	<b>35</b>
3.1	Jenis Penelitian .....	35
3.2	Data Penelitian .....	35
3.3	Metode Pengumpulan Data .....	36
3.4	Subyek Penelitian .....	39
3.5	Teknik Pengolahan Data .....	41
3.6	Rancangan Implikasi Hasil Penelitian .....	43
<b>BAB IV</b>	<b>ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>45</b>
4.1	Latar Belakang Perusahaan .....	45
4.1.1	Sejarah Perusahaan .....	47
4.1.2	Visi dan Misi Perusahaan .....	48
4.1.3	Struktur Organisasi Centro Lifestyle Department Store Cabang Mall of Indonesia .....	49
4.2	Analisa Strategi Perusahaan .....	51
4.2.1	Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal Centro Lifestyle Department Store Cabang Mall of Indonesia .....	52
4.2.1.1	Kekuatan Internal Centro Lifestyle Department Store Cabang Mall of Indonesia .....	53
4.2.1.2	Kekuatan Eksternal Centro Lifestyle Department Store Cabang Mall of	



Indonesia .....	55
4.2.1.3 Faktor Penentu Keberhasilan dalam CPM Pada Centro Lifestyle Department Store Cabang Mall of Indonesia .....	67
4.2.1.4 Faktor Hasil Kuesioner Pembobotan Faktor Eksternal, Profil Kompetitif dan Faktor Internal Centro Lifestyle Department Store Cabang Mall of Indonesia .....	68
4.2.1.5 Hasil Kuesioner Penentuan Peringkat Faktor Eksternal, Profil Kompetitif dan Faktor Internal Centro Lifestyle Department Store Cabang Mall of Indonesia .....	69
4.2.1.6 Penentuan Bobot dengan Metode AHP Menggunakan Software Expert Choice untuk Faktor Eksternal, Profil Kompetitif dan Faktor Internal Centro Lifestyle Department Store Cabang Mall of Indonesia .....	71
4.2.1.7 Tahap Masukan ( <i>Input Stage</i> ) .....	75
4.2.2 Tahap Pencocokan ( <i>Matching Stage</i> ) .....	80
4.2.2.1 Matriks Internal Eksternal (IE) Centro Lifestyle Department Store Cabang Mall of Indonesia .....	80

	<b>4.2.2.2 Matriks SWOT Centro Lifestyle Department Store Cabang Mall of Indonesia .....</b>	<b>83</b>
	<b>4.2.3 Tahap Keputusan (Matriks QSPM) .....</b>	<b>89</b>
<b>4.3</b>	<b>Analisa <i>Blue Ocean Strategy</i> .....</b>	<b>93</b>
	<b>4.3.1 Analisa Kanvas Strategi .....</b>	<b>94</b>
	<b>4.3.2 Analisa Kerangka Kerja Empat Langkah .....</b>	<b>96</b>
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>99</b>
	<b>5.1 Kesimpulan .....</b>	<b>99</b>
	<b>5.2 Saran .....</b>	<b>103</b>