

DAFTAR ISI

Lembar Judul	i
Lembar Pengesahan	ii
Lembar Pernyataan.....	iii
Kata Pengantar	iv
Daftar Isi	vi
Intisari	xii
<i>Abstract</i>	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar belakang.....	1
1.2. Perumusan Masalah	12
1.3. Pertanyaan Penelitian	13
1.4. Tujuan Penelitian	13
1.5. Manfaat Penelitian.....	14
1.6. Lingkup Penelitian	14
1.7. Sistematika Penulisan	15
BAB II LANDASAN TEORI	16
2.1. Landasan Teori	16

2.1.1.	Tingkat-tingkat Strategi	18
2.1.2.	Proses Manajemen Strategis	19
2.1.3.	Kerangka Kerja Strategis Korporasi	21
2.2.	Model Manajemen Strategik	22
2.3.	Generic Strategy.....	25
2.4.	Strategi Kerjasama Tingkat Perusahaan.....	27
2.4.1.	Aliansi Strategis Komplementer.....	29
2.4.2.	Strategi Menghadapi Kompetisi.....	30
2.4.3.	Strategi Pengurang Ketidakpastian.....	30
2.4.4.	Strategi Pengurang Kompetisi	30
2.5	Waralaba.....	31
2.5.1.	Ukuran Usaha Waralaba.....	31
2.5.2.	Reputasi Usaha Waralaba.....	31
2.5.3.	Pertumbuhan Jaringan Usaha Waralaba....	32
2.6	Analisis SWOT.....	34
2.7	IE Matrix.....	40
2.8	Key Succes Factors.....	42
BAB III	METODA PENELITIAN	44
3.1.	Desain Penelitian	44
3.2.	Metoda Pengumpulan Data.....	45

3.3.	Instrumen Penelitian	45
3.4.	Metoda Analisis Data.....	48
3.5.	Profil Kasus.....	49
3.5.1.	Milestone Alfamart.....	51
3.5.2.	Visi Perusahaan.....	52
3.5.3.	Misi Perusahaan.....	53
3.5.4.	Nilai-nilai.....	53
3.5.5.	Rangkaian Tanggung Jawab Perusahaan.....	53
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	57
4.1.	Deskripsi Data.....	57
4.1.1.	Analisis SWOT.....	57
4.1.2.	Data Masukan.....	57
4.2.	Pembahasan	62
4.2.1.	Analisis EI Matrix.....	62
4.2.2.	Analisis Key Success Factor.....	68
BAB V	SIMPULAN.....	70
5.1.	Simpulan	70
5.2.	Saran.....	71
	DAFTAR PUSTAKA.....	90

LAMPIRAN.....	80
1 Kuesioner.....	81

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.	Segmentasi Market Alfamart.....	7
Tabel 1.2.	Brand Awareness Industri Retail Pasar Swalayan Modern...	9
Tabel 2.1.	Contoh Analisis SWOT	39
Tabel 4.1.	Faktor SWOT Alfamart.....	59
Tabel 4.2.	EFE Matrix Alfamart.....	64
Tabel 4.3.	IFE Matrix Alfamart.....	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.	Market Segmentation and Targeting Alfamart	8
Gambar 2.1.	Model Manajemen Strategik.....	24
Gambar 2.2.	Perumusan Strategi SWOT.....	35
Gambar 2.3.	Contoh Matrix IE.....	42
Gambar 4.1.	External-Internal Matrix Alfamart.....	66
Gambar 4.2.	Internal-Eksternal Matriks.....	67
Gambar 4.3.	Key Success Factors Alfamart.....	68