

DAFTAR ISI

PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
ABSTRAK.....	xii
INTISARI.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Permasalahan.....	5
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
1.6 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian.....	7
1.7 Sistematika Pembahasan.....	8
BAB II LANDASAN TEORI.....	10
2.1 Pengertian Strategi Bisnis.....	10
2.1.1 Pengertian Strategi.....	10
2.1.2 Komponen Model Strategis.....	11
2.1.3 Strategi <i>Partnership</i>	12
2.2 Analisa dan Pemilihan Strategi.....	12
2.2.1 Tahap Masukan.....	13



2.2.1.1	Analisis Lingkungan Eksternal.....	14
2.2.1.2	Analisis Kekuatan dan Kelemahan.....	23
2.2.1.3	Analisis Lingkungan Internal.....	24
2.2.2	Tahap Pencocokan.....	26
2.2.2.1	Matriks SWOT/TOWS.....	27
2.2.2.2	Matriks SPACE.....	29
2.2.2.3	Matriks IE (Internal-Eksternal).....	33
2.2.2.4	Matriks <i>Grand Strategy</i>	35
2.2.3	Tahap Keputusan Perumusan Strategi dengan QSPM.....	37
2.2.4	Penetrasi Pasar.....	41
BAB III	METODE PENELITIAN.....	42
3.1	Rancangan Penelitian.....	42
3.2	Populasi, Sampel, dan Pengumpulan Data.....	42
3.3	Instrumen Penelitian.....	43
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	43
3.5	Metode Analisis Data.....	44
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	46
4.1	Profil Perusahaan.....	46
4.2	Analisa dan Pembahasan.....	48
4.2.1	Tahap Pemasukan.....	49
4.2.1.1	Analisis Lingkungan Eksternal.....	50



4.2.1.2	Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (EFE).....	54
4.2.1.3	Analisis Lingkungan Internal dengan Matriks IFE.....	59
4.2.2	Tahap Pencocokan (<i>Matching Stage</i>).....	62
4.2.2.1	Matriks SWOT (<i>Strength-Weaknesses-Opportunities-Threats</i>)... ..	63
4.2.2.3	Matriks SPACE (<i>Strategic Position and Action Evaluation</i>).....	69
4.2.3	Tahap Pengambilan Keputusan.....	74
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN.....	79
5.1	Simpulan.....	79
5.2	Saran.....	80
	DAFTAR PUSTAKA.....	82



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

analisis strategi penetrasi pasar rumah makan yogya chicken di jawa tengah
LIONI THESIANA WULANDARI, yulia arisnani widyaningsih

Universitas Gadjah Mada, 2015 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perkembangan usaha restoran atau rumah makan berskala menengah dan besar menurut provinsi tahun 2007-2010

Tabel 1.2 Presentasi pengeluaran rata-rata per kapita sebulan menurut kelompok barang Indonesia 2009-2011

Tabel 2.1 Daftar analisis potensi kekuatan dan kelemahan

Tabel 2.2 TOWS matrix

Tabel 2.3 Matriks IE

Tabel 2.4 Matriks QSPM

Tabel 4.1 Analisis persaingan dalam industri

Tabel 4.2 Analisis potensi masuknya pesaing baru dalam industri rumah makan di Jawa Tengah

Tabel 4.3 Analisis potensi pengembangan produk pengganti

Tabel 4.4 Analisis kekuatan tawar-menawar konsumen

Tabel 4.5 Matriks EFE Yogya Chicken

Tabel 4.6 Matriks IFE Yogya Chicken

Tabel 4.7 Matriks SWOT Yogya Chicken

Tabel 4.8 Matriks SPACE Yogya Chicken



Tabel 4.9 Hasil analisa QSPM Yogya Chicken

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka formulasi analisa pemilihan strategi

Gambar 2.2 Porter's five forces model

Gambar 2.3 Kerangka formulasi tahap pencocokan

Gambar 2.4 Matriks SPACE

Gambar 2.5 Matriks Grand Strategy

Gambar 4.1 Bagan organisasi Yogya Chicken

Gambar 4.2 Kerangka berfikir dalam perumusan strategi

Gambar 4.3 Matriks SPACE Yogya Chicken