

DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
UCAPAN TRIMKASIH	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.4.1 Manfaat Praktis	10
1.4.2 Manfaat Teoritis	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Pengertian Apotek	11
2.1.2 Definisi Lingkup Manajemen Strategi	12
2.1.3 Tingkatan Strategi Dalam Perusahaan	16
2.1.4 <i>Strategic Intent</i>	19
2.1.5 <i>Strategic Mission</i>	19
2.1.6 Pihak-pihak yang berkepentingan	20
2.1.7 Ruang Lingkup Lingkungan Eksternal.....	20
2.1.8 Manfaat dari Manajemen Strategik	22
2.1.9 Visi dan Misi Perusahaan	26
2.1.10 Sifat Audit Internal.....	39
2.1.11 Manajemen.....	44

2.1.12	Pemasaran	50
2.1.13	Distribusi.....	52
2.1.14	Keuangan/ Akuntansi	54
2.1.15	Produksi dan Operasi.....	55
2.1.16	Penelitian dan Pengembangan	56
2.1.17	Sistim Imformasi Manajemen (SIM)	58
2.1.18	Matriks Evaluasi Faktor Internal (IFE) Matrix	60
2.1.19	Sifat Audit Eksternal	61
2.1.20	Strategi Dalam Tindakan	81
2.1.21	Jenis-jenis Strategi.....	82
2.1.22	Model Kerangka Kerja Perumusan Strategi	98
2.2	Penelitian Terdahulu	114
2.3	Penjelasan Alur Kerangka Pemikiran	117
2.3.1	Identifikasi Profil visi dan misi.....	117
2.3.2	Lingkungan eksternal	117
2.3.3	Lingkungan Internal	118
2.3.4	Analisis lingkungan.....	119
2.3.5	Analisis strategi.....	120
2.3.6	Keputusan Strategi	120
2.4	Kerangka Pemikiran.....	121
BAB III METODE PENELITIAN		
3.1	Rancangan Penelitian	122
3.2	Responden	123
3.3	Variabel dan Kualifikasi Variabel	124
3.3.1	Identifikasi Variabel Eksternal	124
3.3.2	Identifikasi Variabel Internal	126
3.5	Jenis Data Penelitian	128
3.5	Prosedur Pengambilan Data.....	128
3.6	Model dan Teknik Analisis Data	130
3.6.1	Model Analisis Data Pendekatan Teori Fred R.David	130
3.6.2	Teknik Analisis Data.....	130

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian Gambaran Umum Apotek Fatimah Husada	138
4.1.1 Sejarah Apotek Fatimah Husada.....	138
4.1.2 Visi dan Misi Apotek Fatimah Husada	139
4.1.3 Struktur Organisasi Apotek Fatimah Husada	139
4.1.4 Kegiatan Operasional di Apotek Fatimah Husada.....	141
4.1.5 Hal-hal yang Disampaikan Dalam Pelayanan Informasi Obat di Apotek.....	144
4.1.6 Kendala Yang Dialami Saat Pelayanan	145
4.2 Pembahasan Matriks	146
4.2.1 Pembahasan Matriks EFE.....	146
4.2.2 Pembahasan Matriks IFE.....	156
4.2.3 Pembahasan Matriks CPM	168
4.2.4 Pembahasan Matriks IE.....	172
4.2.5 Pembahasan Matriks SWOT.....	174
4.2.6 Hasil Analisis Matriks QSPM	195

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	200
5.2 Saran.....	202

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Rekapitulasi Apotek di Indonesia (2018-2019).....	4
Gambar 1.2 Perbandingan jumlah pelanggan Apotek Fatimah Husada selama 10 tahun terakhir.	6
Gambar 1.3 Kekuatan Internal Kunci	39
Gambar 2.2 Hubungan Kekuatan Eksternal Penting dan Perusahaan	62
Gambar 2.3 Model Lima Kekuatan Konseptual.....	70
Gambar 2.4 Model Kerangka Kerja Perumusan Strategi.....	99
Gambar 2.5 Matriks Boston Consulting Group (BCG)	110
Gambar 3.1 Identifikasi Matriks IE	135

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Klasifikasi Strategi Utama	13
Tabel 2.2 Komponen Analisis Eksternal.....	21
Tabel 2.3 Keuntungan Bagi Perusahaan yang Melakukan Rencana Strategik	26
Tabel 3.1 Identifikasi Variabel Eksternal.....	124
Tabel 3.2 Identifikasi Variabel Internal	126
Tabel 4.1 Struktur Organisasi Apotek Fatimah Husada	140
Tabel 4.2 Analisis Matriks EFE	152
Tabel 4.3 Pemberian Nilai Tertimbang (Skor) pada EFE Matriks	154
Tabel 4.4 Analisis Matriks IFE	163
Tabel 4.5 Pemberian Nilai Tertimbang (Skor) pada IFE Matriks	165
Tabel 4.6 Pemberian Nilai Tertimbang (Skor) pada Matriks CPM	170
Tabel 4.7 Pemberian Nilai Tertimbang (Skor) pada Matriks IE	173
Tabel 4.8 Pemberian Nilai Tertimbang (Skor) pada Matriks SWOT	178
Tabel 4.9 Pemberian Nilai Tertimbang (Skor) pada Matriks QSPM	182
Tabel 4.10 Pemberian Nilai Tertimbang (Skor) pada Matriks QSPM	188