

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI</b> .....	<b>ii</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
1.4.1 Manfaat Praktis .....	8
1.4.2 Manfaat Teoritis.....	8
1.5 Tinjauan Pustaka.....	8
1.5.1 Tinjauan Teoritis.....	8
1.5.1.1 Pengertian Strategi.....	8
1.5.1.2 Tingkat Strategi .....	10
1.5.1.3 Tahapan Manajemen Strategi .....	14
1.5.1.4 Tipe-Tipe Strategi.....	15
1.5.1.5 Pengertian Pemasaran.....	19
1.5.1.6 Strategi Pemasaran .....	20

1.5.1.7 STP ( <i>Segmenting, Targeting, Positioning</i> ).....	20
1.5.1.8 Strategi dalam Bauran Pemasaran .....	21
1.5.1.9 Model Lima Kekuatan Porter .....	40
1.5.1.10 Analisis Lingkungan Industri .....	42
1.5.1.11 Lingkungan Industri Mikro dan Makro .....	47
1.5.1.12 Analisis SWOT.....	49
1.5.1.13 Tahap Formulasi Strategi .....	53
1.5.2 Tinjauan Empirik .....	55
1.6 Kerangka Pemikiran.....	57
1.7 Definisi Konsep dan Definisi Operasional.....	58
1.7.1 Definisi Konsep .....	58
1.7.2 Definisi Operasional .....	60
1.8 Metode Penelitian .....	63
1.8.1 Tipe Penelitian .....	63
1.8.2 Ruang Lingkup Penelitian.....	64
1.8.3 Lokasi Penelitian.....	64
1.8.4 Sumber Data.....	64
1.8.4.1 Data Primer.....	64
1.8.4.2 Data Sekunder .....	64
1.8.5 Teknik Pengumpulan Data.....	65
1.8.5.1 Wawancara .....	65
1.8.5.2 Kuesioner.....	65
1.8.6 Subyek Penelitian (Informan) .....	65
1.8.7 Uji Instrumen .....	66
1.8.7.1 Triangulasi Sumber .....	66
1.8.7.2 Triangulasi Teknik.....	66
1.8.7.3 Triangulasi Waktu .....	66
1.8.8 Teknik Analisis Data.....	67
1.8.8.1 Teknik Pemasukan ( <i>The Input Stage</i> ) .....	67
1.8.8.2 Teknik Pencocokan ( <i>The Matching Stage</i> ).....	72
1.8.8.3 Teknik Keputusan ( <i>The Decision Stage</i> ).....	75

<b>BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN .....</b>	<b>78</b>
2.1 Sejarah Berdirinya CV. Yumeda Pangan Sejahtera.....	78
2.2 Visi dan Misi CV. Yumeda Pangan Sejahtera .....	79
2.3 Lokasi CV. Yumeda Pangan Sejahtera.....	79
2.4 Struktur Organisasi CV. Yumeda Pangan Sejahtera.....	80
2.4.1 Jumlah Tenaga Kerja .....	80
2.4.2 Tugas Karyawan .....	80
2.4.3 Jam Kerja Karyawan.....	82
2.5 Deskripsi Produk.....	82
 <b>BAB III HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	 <b>84</b>
3.1 Hasil Kuesioner.....	86
3.1.1 Faktor Internal.....	86
3.1.2 Faktor Eksternal .....	87
3.2 Tahap Input .....	88
3.2.1 Matriks IFE .....	88
3.2.2 Matriks EFE .....	89
3.3 Matriks <i>Grand Strategy</i> .....	90
3.4 Analisis Deskriptif .....	92
3.4.1 Deskriptif Faktor Kekuatan.....	92
3.4.1.1 <i>Branding</i> .....	92
3.4.1.2 Keberagaman Produk.....	93
3.4.1.3 Kualitas Produk.....	95
3.4.1.4 Jaminan dan Garansi .....	96
3.4.1.5 <i>Packaging</i> .....	97
3.4.1.6 Daftar Harga.....	98
3.4.1.7 <i>Public Relation</i> .....	100
3.4.1.8 Manajemen Persediaan.....	101
3.4.2 Deskriptif Faktor Kelemahan.....	102
3.4.2.1 Desain Kemasan.....	102
3.4.2.2 Periklanan.....	104

3.4.2.3	<i>Personal Selling</i> .....	105
3.4.2.4	<i>Direct Marketing</i> .....	106
3.4.2.5	Promosi Penjualan.....	107
3.4.2.6	Saluran Distribusi.....	108
3.4.2.7	Lokasi <i>Store</i> .....	109
3.4.2.8	Transportasi dan Logistik.....	110
3.4.3	Deskriptif Faktor Peluang .....	111
3.4.3.1	Jumlah Pemasok Bahan Baku .....	111
3.4.3.2	Harga Bahan Baku .....	112
3.4.3.3	Ketersediaan Bahan Baku .....	114
3.4.3.4	Jumlah Pembeli .....	115
3.4.3.5	Daya Beli Masyarakat .....	116
3.4.3.6	Harga Pesaing.....	117
3.4.4	Deskriptif Faktor Ancaman.....	118
3.4.4.1	Jumlah Pesaing.....	118
3.4.4.2	Produk Pesaing.....	119
3.4.4.3	Kualitas Barang Substitusi .....	120
3.4.4.4	Harga Barang Substitusi.....	122
3.4.4.5	Munculnya Pendaatang Baru Potensial Produk Gelato .....	123
3.4.4.6	Harga Pendaatang Baru Potensial.....	124
3.5	Data Rekapitulasi Analisis Deskriptif Faktor Internal dan Eksternal .....	126
3.6	Tahap Pencocokan .....	128
3.6.1	Matriks SWOT .....	128
3.7	Tahap Keputusan .....	132
3.7.1	Alternatif Strategi.....	132
3.7.1.1	Strategi Produk dengan Pengembangan Produk .....	132
3.7.1.2	Strategi Promosi dengan Bauran Promosi.....	133
3.7.1.3	Strategi Distribusi Memperluas Saluran Distribusi.....	133
3.7.2	Matriks QSPM .....	134
3.8	Pembahasan.....	140

<b>BAB IV PENUTUP .....</b>	<b>142</b>
4.1 Kesimpulan .....	142
4.2 Saran .....	143
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>145</b>

## DAFTAR TABEL

1.1 Industri Es Krim dan Gelato di Yogyakarta.....	2
1.2 Omzet Penjualan CV. Yumeda Pangan Sejahtera Tahun 2017-2019 .....	6
1.3 Matriks SWOT .....	51
1.4 Penelitian Terdahulu .....	55
1.5 Matriks IFE .....	69
1.6 Matriks EFE .....	72
1.7 Matriks SWOT .....	73
1.8 Matriks Perencanaan Strategis Kuantitatif (QSPM) .....	76
3.1 Matriks IFE .....	88
3.2 Matriks EFE .....	89
3.3 <i>Branding</i> yang Kuat .....	92
3.4 Keberagaman Produk .....	94
3.5 Kualitas Produk.....	95
3.6 Jaminan dan Garansi .....	96
3.7 <i>Packaging</i> .....	97
3.8 Daftar Harga.....	99
3.9 <i>Public Relation</i> .....	100
3.10 Manajemen Persediaan.....	101
3.11 Desain Kemasan.....	103
3.12 Periklanan.....	104
3.13 <i>Personal Selling</i> .....	105

3.14 <i>Direct Marketing</i> .....	106
3.15 Promosi Penjualan.....	107
3.16 Saluran Distribusi.....	108
3.17 Lokasi <i>Store</i> .....	109
3.18 Transportasi dan Logistik.....	110
3.19 Jumlah Pemasok Bahan Baku .....	111
3.20 Harga Bahan Baku .....	113
3.21 Ketersediaan Bahan Baku .....	114
3.22 Jumlah Pembeli .....	115
3.23 Daya Beli Masyarakat .....	116
3.24 Harga Pesaing.....	117
3.25 Jumlah Pesaing.....	118
3.26 Produk Pesaing.....	119
3.27 Kualitas Barang Substitusi .....	121
3.28 Harga Barang Substitusi.....	122
3.29 Pemandang Baru Potensial Produk Gelato .....	123
3.30 Harga Pemandang Baru Potensial.....	124
3.31 Rekapitulasi Analisis Deskriptif Faktor Internal .....	126
3.32 Rekapitulasi Analisis Deskriptif Faktor Eksternal.....	127
3.33 Matriks SWOT CV. Yumeda Pangan Sejahtera .....	129
3.34 Matriks QSPM .....	135
3.35 Strategi Bauran Promosi .....	138

## DAFTAR GAMBAR

1.1 Tahapan Manajemen Strategis .....	14
1.2 Model Lima Kekuatan Porter.....	40
1.3 Diagram Analisis SWOT .....	52
1.4 Kerangka Kerja Analisis Formulasi Strategi .....	53
1.5 Kerangka Pemikiran.....	57
1.6 Matriks <i>Grand Strategy</i> .....	75
2.1 Struktur Organisasi CV. Yumeda Pangan Sejahtera.....	80
3.1 Matriks <i>Grand Strategy</i> CV. Yumeda Pangan Sejahtera.....	92