

Daftar Isi

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
MOTTO	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA TULIS SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAKSI	vii
Daftar Isi.....	viii
Daftar Gambar.....	xii
Daftar Tabel	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	9
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian	10
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	10
1.3.2 Manfaat Penelitian.....	10
1.3.2.1 Manfaat Teoritis	10
1.3.2.2 Manfaat Praktis.....	11
1.4. Tinjauan Pustaka	11
1.4.1 Landasan Teoritis	11
1.4.1.1 Strategi.....	11
1.4.1.2 Manajemen Strategi.....	13
1.4.1.3 Manfaat Manajemen Strategi	13
1.4.1.4 Tingkatan Manajemen Strategi	15
1.4.1.5 Klasifikasi Strategi.	16

1.4.1.6 Tahapan Manajemen Strategi.....	33
1.4.1.7 Tahap-Tahap Dalam Perumusan Strategi.....	39
1.4.1.8 Analisis Lingkungan Internal	42
1.4.1.9 Analisis Lingkungan Eksternal	42
1.4.1.10 Alat Perumusan Strategi	48
1.4.2 Landasan Empiris.....	59
1.5. Kerangka Pemikiran.....	64
1.6. Definisi Konsep dan Definisi Operasional.....	66
1.6.1 Definisi Konsep.....	66
1.6.2 Definisi Operasional.....	67
1.7. Metode Penelitian.....	72
1.7.1 Jenis Penelitian.....	72
1.7.2 Objek Penelitian	73
1.7.3 Ruang Lingkup Penelitian.....	73
1.7.4 Sumber Data.....	73
1.7.4.1. Data Primer	73
1.7.5 Teknik Pengumpulan Data.....	74
1.7.5.1. Wawancara.....	74
1.7.5.2. Kuesioner	75
1.7.6 Uji Validitas	75
1.7.7 Uji Reliabilitas.....	76
1.7.8 Skala Pengukuran Likert	77
1.7.9 Teknik Analisis Data.....	78
BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....	87
2.1. Lokasi Perusahaan.....	87

2.2. Sejarah Pendirian Perusahaan	87
2.3. Visi dan Misi Perusahaan.....	87
2.3.1. Visi Srawung Resto dan Kopi	87
2.3.2. Misi Srawung Resto dan Kopi	88
2.4. Menu – Menu dan Fasilitas Restoran Srawung Resto dan Kopi.....	89
2.5. Struktur Organisasi Perusahaan	92
2.6. Standar Operasional Restoran Srawung Resto dan Kopi	93
BAB III ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	97
3.1. Hasil Analisis Lingkungan Internal dan Analisis Lingkungan Eksternal ..	98
3.1.1. Faktor Kunci Lingkungan Internal.....	98
3.1.2. Faktor Kunci Lingkungan Eksternal	99
3.2. Hasil Uji Instrumen	103
3.2.1. Uji Validitas	103
3.2.2. Uji Reliabilitas.....	104
3.2.3. Rekapitulasi Hasil Uji Instrumen	105
3.2.4. Analisis Statistik Deskriptif	107
3.2.4.1 Deskriptif Variabel Kekuatan.....	108
3.2.4.2 Deskriptif Variabel Kelemahan.....	112
3.2.4.3 Deskriptif Variabel Peluang	116
3.2.4.4 Deskriptif Variabel Ancaman.....	120
3.2.5. Data Rekapitulasi Analisis Statistik Deskriptif Faktor Strategi Internal dan Eksternal.	124
3.3. Hasil Perumusan Strategi dan Pembahasan	125
3.3.1. Tahap Input (<i>Input Stage</i>)	125
3.3.1.1 Penilaian Faktor Internal	127

3.3.1.2	Penilaian Faktor Eksternal.....	129
3.3.1.3	Evaluasi Faktor Internal dan Faktor Eksternal	130
3.3.2.	Tahap Pencocokan (<i>Matching Stage</i>).....	131
3.3.2.1	Analisis SWOT.....	131
3.3.2.2	Analisis General Electric (GE).....	136
3.3.3.	Tahap Keputusan (<i>Decision Stage</i>).....	141
3.3.3.1	Analisis Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)	141
3.3.3.2	Pemilihan Strategi	144
3.3.3.1	Keputusan Strategi	146
3.3.4.	Pembahasan.....	146
3.3.4.1.	Tahap Input	146
3.3.4.2.	Tahap Pencocokan	151
3.3.4.3.	Tahap Keputusan	154
BAB IV	PENUTUP	160
4.1.	Kesimpulan	160
4.2.	Saran.....	162
Daftar Pustaka	164
LAMPIRAN	167

Daftar Gambar

Gambar 1. 1 Pertumbuhan Ekonomi Triwulan I 2022 di DIY.....	2
Gambar 1. 2 Grafik Market Share Srawung Resto dan Kopi 2019-2021	4
Gambar 1. 3 Grafik Penjualan Srawung Resto dan Kopi 2019-2021	5
Gambar 1. 4 Tahapan Manajemen Strategi (Wheelen & Hunger, 2015).....	33
Gambar 1. 5 Tahapan Manajemen Strategi (Fred R. David, 2016)	37
Gambar 1. 6 Model Lima Kekuatan Porter (<i>Porter's Five Force</i>)	46
Gambar 1. 7 Matrik General Electric	56
Gambar 1. 8 Permodelan Strategi Matrik General Electric	57
Gambar 1. 9 Kerangka Pemikiran	64
Gambar 1. 10 Kuadran Matrik SWOT	68
Gambar 1. 11 Diagram SWOT	81
Gambar 1. 12 Matrik SWOT.....	83
Gambar 1. 13 Kuadran Matrik General Electric	84
Gambar 2. 1 Struktur Organisasi Srawung Resto	92
Gambar 3. 1 Diagram Matrik SWOT Srawung Resto dan Kopi.....	131
Gambar 3. 2 Hasil Matrik General Electric Srawung Resto dan Kopi	137

Daftar Tabel

Tabel 1. 1 Jumlah UMKM di DIY	3
Tabel 1. 2 Strategi Utama (Wheelen & Hunger, 2010).....	21
Tabel 1. 3 Strategi Utama (Fred R. David, 2016)	27
Tabel 1. 4 Contoh Tabel Matrik SWOT	51
Tabel 1. 5 Skala Likert	77
Tabel 1. 6 Contoh Tabel Matrik IFE.....	80
Tabel 1. 7 Contoh Tabel Matrik EFE.....	80
Tabel 1. 8 Contoh Tabel Matrik <i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i>	86
Tabel 3. 1 Faktor Kunci Internal Srawung Resto dan Kopi	99
Tabel 3. 2 Faktor Kunci Eksternal Srawung Resto dan Kopi	100
Tabel 3. 3 Hasil Wawancara Penentuan Bobot Faktor-Faktor Kunci Internal Srawung Resto dan Kopi	101
Tabel 3. 4 Hasil Wawancara Penentuan Bobot Faktor-Faktor Kunci Eksternal Srawung Resto dan Kopi	102
Tabel 3. 5 Hasil Uji Validitas.....	103
Tabel 3. 6 Hasil Uji Reliabilitas	104
Tabel 3. 7 Nama dan Citra Yang Baik	108
Tabel 3. 8 Kualitas Produk Yang Baik	109
Tabel 3. 9 Mempunyai Pelanggan Tetap	109
Tabel 3. 10 Fasilitas Yang Lengkap Baik <i>Online</i> atau <i>Offline</i>	110
Tabel 3. 11 Laporan Keuangan Dilakukan Dengan Baik	111
Tabel 3. 12 Desain Ruangan dan Suasana Yang Nyaman	111

Tabel 3. 13 Promosi Media Sosial Belum Maksimal.....	112
Tabel 3. 14 Perekrutan Karyawan Belum Stabil.....	113
Tabel 3. 15 Kemasan Kurang Menarik	113
Tabel 3. 16 Lokasi Jauh Untuk Dijangkau.....	114
Tabel 3. 17 Visi dan Misi Perusahaan Kurang Dipahami.....	115
Tabel 3. 18 Evaluasi Kerja Menggunakan System Kekeluargaan	115
Tabel 3. 19 Memiliki Supplier Tetap	116
Tabel 3. 20 Daerah Pemasaran Masih Luas	117
Tabel 3. 21 Gaya Hidup Wisatawan Untuk Mencicipi Kuliner Jogja	118
Tabel 3. 22 Bahan Makanan Yang Diolah Dari Hasil Panen Sendiri	119
Tabel 3. 23 Perkembangan Pada <i>Digital Marketing</i>	119
Tabel 3. 24 Daya Tawar Pemasok Tinggi.....	120
Tabel 3. 25 Potensi Munculnya Pesaing Baru	121
Tabel 3. 26 Perubahan Selera Pelanggan	121
Tabel 3. 27 Pesaing Dengan Harga Murah	122
Tabel 3. 28 Keadaan Ekonomi Yang Belum Stabil	123
Tabel 3. 29 Kebijakan pemerintah terkait pembatasan sosial.....	123
Tabel 3. 30 Data Rekap Faktor Internal dan Eksternal	124
Tabel 3. 31 Indikator Faktor-Faktor Kunci Srawung Resto dan Kopi.....	126
Tabel 3. 32 Matrik IFE Srawung Resto dan Kopi.....	128
Tabel 3. 33 Matrik EFE Srawung Resto dan Kopi	129
Tabel 3. 34 Matrik SWOT Srawung Resto dan Kopi	135
Tabel 3. 35 Matrik QSPM Srawung Resto dan Kopi	142

Tabel 3. 36 Pemilihan Strategi Bisnis	145
Tabel 3. 37 Faktor Internal Srawung Resto dan Kopi.....	147
Tabel 3. 38 Faktor Eksternal Srawung Resto dan Kopi.....	149