

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iii
MOTTO	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian.....	3
1.3.1 Tujuan Penelitian	3
1.3.2 Manfaat Penelitian	4
1.4 Landasan Teori	4
1.4.1 Pengertian Strategi	4
1.4.2 Pengertian Manajemen Strategi	6
1.4.3 Manfaat dan Tujuan Manajemen Strategi.....	6
1.4.4 Macam-Macam Strategi Generik.....	7
1.4.5 Tingkatan Strategi.....	10
1.4.6 Model Kekuatan Kompetitif	12
1.4.7 Analisis Lingkungan Bisnis	15
1.4.8 Tahapan Tahapan Manajemen Strategi.....	19
1.4.9 Tahapan Penentuan Strategi.....	20
1.5 Tinjauan Empiris	32
1.6 Kerangka Pemikiran	34
1.7 Definisi Konsep dan Definisi Operasional	35
1.7.1 Definisi Konsep	35
1.8 Metode Penelitian.....	40
1.8.1 Metode dan alat Pengolahan Data	43

BAB II.....	46
GAMBARAN OBJEK PENELITIAN.....	46
2.1 Profil Hageya Planner.....	46
2.2 Nilai Perusahaan.....	47
2.3 Lokasi Perusahaan.....	47
2.4 Jasa yang Ditawarkan.....	47
BAB III.....	48
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	48
3.1 Analisis Faktor Internal Hageya Planner.....	50
3.1.1 Analisis Deskriptif Faktor Kekuatan (<i>Strength</i>).....	50
3.1.2 Analisis Faktor Kelemahan Hageya Planner (<i>Weakness</i>).....	55
3.2 Analisis Faktor Eksternal Hageya Planner.....	59
3.2.1 Analisis Deskriptif Faktor Peluang (<i>Opportunities</i>).....	60
3.2.1 Analisis Deskriptif Faktor Ancaman (<i>Threats</i>).....	64
3.3 Tahap Input.....	69
3.3.1 Matriks IFE (<i>Internal Faktor Evaluation</i>).....	69
3.3.2 Matriks EFE (<i>External Faktor Evaluation</i>).....	70
3.4 Tahap Pencocokan (Matriks SWOT).....	72
3.5 Tahap Keputusan (Matriks QSPM).....	76
3.6 Pembahasan.....	77
BAB IV.....	79
PENUTUP.....	79
5.1 Kesimpulan.....	79
5.2 Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA.....	81
LAMPIRAN.....	83

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Rekomendasi Wedding Organizer Terbaik Di Jogja.	2
Tabel 1.2 Tinjauan Empiris.....	32
Tabel 3.1 Hasil Pembobotan Faktor Internal	49
Tabel 3.2 Hasil Pembobotan Faktor Eksternal.....	49
Tabel 3.3 Hageya Planner Memiliki Kantor Operasional yang Jelas	50
Tabel 3.4 Hageya Planner Memiliki Jaminan Ketepatan Waktu dalam Menyelesaikan Tugas.....	51
Tabel 3.5 Hageya Planner Memiliki Jaminan Rasa Aman dan Nyaman Bagi Konsumen dari Awal Hingga Akhir Acara Pernikahan.....	52
Tabel 3.6 Hageya Planner Memiliki Pedoman Aturan Kerja yang Jelas.....	53
Tabel 3.7 Hageya Planner Konsisten Mengadakan Evaluasi Berkala	54
Tabel 3.8 Hubungan Antar Karyawan Tidak Terjalin dengan Baik	55
Tabel 3.9 Hageya Planner Menerapkan <i>Reward</i> dan <i>Punishment</i>	56
Tabel 3.10 Belum Menemukan <i>Team-Leader</i> yang Konsisten.....	57
Tabel 3.11 Luas Tempat Penyimpanan Dekorasi Tidak Mendukung dengan Banyaknya Properti.....	58
Tabel 3.12 Promosi yang Dilakukan Hageya Planner Belum Optimal.....	59
Tabel 3.13 Hageya Planner Memiliki Koneksi yang Luas dengan Banyak Vendor	60
Tabel 3.14 Bertambahnya Populasi Usia Menikah.....	61
Tabel 3.15 Hageya Planner Memiliki Citra Merek yang Baik.....	62
Tabel 3.16 Kesadaran Masyarakat Akan Pentingnya <i>Wedding Planner</i>	63
Tabel 3.17 Hageya Planner Memiliki Harga Bersaing Dibanding Pesaingnya	64
Tabel 3.18 Hageya Planner Sulit Mencari SDM yang Berkualitas.....	65
Tabel 3.19 Banyaknya Kompetitor yang Lebih Dulu Beroperasi.....	66
Tabel 3.20 Perubahan Tren dan Informasi Adat Pernikahan	66
Tabel 3.21 Munculnya Pesaing Baru dengan Konsep Serupa	67
Tabel 3.22 Sulitnya Mencari Pelanggan yang Ditargetkan.....	68
Tabel 3.23 Matriks IFE	70
Tabel 3.24 Matriks EFE	71
Tabel 3.25 Matriks SWOT	72
Tabel 3.26 Matriks QSPM	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Lima Model Kekuatan Kompetitif	13
Gambar 1.2 Tahapan Penentuan Strategi Fred R.David	21
Gambar 1.3 Gambaran Matriks EFE.....	21
Gambar 1.4 Gambaran Matriks IFE.....	23
Gambar 1.5 Gambaran Matriks SWOT	27
Gambar 1. 6 kerangka Pemikiran.....	34
Gambar 1.7 Tringulasi dengan Teknik Pengumpulan Data	42