

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTACK</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xi</b>

### **BAB I PENDAHULUAN**

<b>A. Latar Belakang</b> .....	<b>1</b>
<b>B. Tujuan Penelitian</b> .....	<b>6</b>
<b>C. Manfaat Penelitian</b> .....	<b>6</b>
<b>D. Landasan Teori</b> .....	<b>7</b>
1. Peramalan.....	7
2. Manajemen Strategi .....	11
3. Konsep Strategi Pemasaran.....	11
4. Perumusan Strategi .....	13
a. Tahap Input .....	13
b. Tahap Pencocokan.....	28
c. Tahap Pengambilan Keputusan.....	29
<b>E. Penelitian Terdahulu</b> .....	<b>36</b>
<b>F. Kerangka Pemikiran</b> .....	<b>38</b>
<b>G. Batasan Penelitian</b> .....	<b>39</b>
<b>H. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel</b> .....	<b>39</b>
<b>I. Metode Penelitian</b> .....	<b>44</b>
1. Metode Dasar Penelitian .....	44
2. Metode Pelaksanaan Penelitian.....	44
3. Jenis dan Sumber Data.....	45
4. Metode Pengumpulan Data.....	46
5. Metode Penentuan Responden.....	48
<b>J. Pengujian Instrumen Penelitian</b> .....	<b>48</b>
<b>K. Teknik Analisis Data</b> .....	<b>52</b>

### **BAB II GAMBARAN UMUM CV. SAHABAT TERNAK**

<b>A. Profil Perusahaan</b> .....	<b>59</b>
<b>B. Lokasi CV. Sahabat Ternak</b> .....	<b>60</b>
<b>C. Visi dan Misi CV. Sahabat Ternak</b> .....	<b>61</b>

<b>D. Struktur Organisasi CV. Sahabat Ternak .....</b>	<b>61</b>
<b>E. Jenis Produk CV. Sahabat Ternak .....</b>	<b>63</b>
<b>F. Bahan Baku Produksi CV. Sahabat Ternak .....</b>	<b>64</b>
<b>G. Proses Produksi Susuka CV. Sahabat Ternak.....</b>	<b>64</b>

### **BAB III HASIL PENELITIAN**

<b>A. Analisis Peramalan .....</b>	<b>66</b>
<b>B. Analisis Lingkungan Internal .....</b>	<b>70</b>
<b>C. Analisis Lingkungan Eksternal .....</b>	<b>74</b>
<b>D. Matrik IFE .....</b>	<b>76</b>
<b>E. Matrik EFE .....</b>	<b>77</b>
<b>F. Matrik IE .....</b>	<b>79</b>
<b>G. Analisis Alternatif Strategi Menggunakan AHP (<i>Analytic Hierarchy Process</i>) .....</b>	<b>80</b>
1. Prioritas Visi Pemasaran CV. Sahabat Ternak Berdasarkan Fokus Posisi Usaha Tumbuh Dan Membangun .....	81
2. Prioritas 7P Berdasarkan Visi Menciptakan Lapangan Kerja.....	83
3. Prioritas 7P Berdasarkan Visi Menjaga Kelestarian Lingkungan.....	84
4. Prioritas 7P Berdasarkan Visi Memanfaatkan SDA .....	85
5. Alternatif Strategi Yang Tepat Untuk Disarankan Kepada CV. Sahabat Ternak .....	86

### **BAB IV PEMBAHASAN` .....**

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

<b>A. Kesimpulan .....</b>	<b>98</b>
<b>B. Saran .....</b>	<b>99</b>

### **DAFTAR PUSTAKA .....**

### **LAMPIRAN**