

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA TULIS SKRIPSI	ii
MOTTO.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAKSI	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Manfaat Teoritis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	10
1.5 Tinjauan Pustaka	10
1.5.1 Landasan Teori	10
1.5.2 Landasan Empiris.....	28
1.6 Kerangka Pemikiran.....	47
1.7 Definisi Konsep dan Definisi Operasional.....	48
1.7.1 Definisi Konsep.....	48
1.7.2 Definisi Operasional	50
1.8 Metode Penelitian	57
1.8.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian	57
1.8.2 Ruang Lingkup Penelitian.....	57
1.8.3 Lokasi Penelitian.....	58
1.8.4 Objek Penelitian.....	58

1.8.5	Subjek Penelitian.....	58
1.8.8	Sumber Data.....	59
1.9	Teknik Pengumpulan Data	59
1.10	Uji Instrumen	61
1.11	Tenik Analisis Data	63
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....		74
2.1	Sejarah Singkat Nusa Batik.....	74
2.2	Struktur Organisasi Nusaa Batik.....	75
2.3	Produk Nusaa Batik	75
BAB III ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN		76
3.1	Karakteristik Informan.....	77
3.2	Hasil Uji Triangulasi.....	77
3.3	Identifikasi Lingkungan Internal dan Eksternal.....	79
3.3.1	Faktor Kunci Lingkungan Internal.....	80
3.3.2	Faktor Kunci Lingkungan Eksternal	88
3.4	Hasil Rumusan Strategi.....	96
3.4.1	Tahap Input	96
3.4.2	Tahap Pencocokan.....	100
3.4.3	Tahap Keputusan.....	106
3.5	Pembahasan.....	113
BAB IV PENUTUP		120
4.1	Kesimpulan	120
4.2	Saran	121
DAFTAR PUSTAKA		122
LAMPIRAN.....		127

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Jumlah UMKM di Yogyakarta Periode 2019-2023.....	3
Tabel 1. 2 Data Jumlah Penjualan Nusaa Batik Periode 2020-2023	6
Tabel 1. 3 Data Jumlah Produksi Nusaa Batik Bulan Oktober 2023-	7
Tabel 1. 4 Kajian Empiris.....	41
Tabel 1. 5 Definisi Operasional.....	53
Tabel 3. 1 Uji Triangulasi.....	78
Tabel 3. 2 Faktor Kunci Internal	80
Tabel 3. 3 Memiliki citra merk yang baik	81
Tabel 3. 4 Harga yang sesuai dengan kualitas produk	81
Tabel 3. 5 Memiliki kualitas produk yang tinggi	82
Tabel 3. 6 Pelayanan yang baik.....	82
Tabel 3. 7 Perizinan yang lengkap	83
Tabel 3. 8 Terdapat produk yang menggunakan pewarna alami.....	84
Tabel 3. 9 Motif dengan edisi terbatas	84
Tabel 3. 10 Promosi belum optimal	85
Tabel 3. 11 Kurangnya inovasi produk	85
Tabel 3. 12 Manajemen kurang tersistem	86
Tabel 3. 13 Menurunnya motivasi kerja karyawan	87
Tabel 3. 14 Belum memiliki outlet.....	87
Tabel 3. 15 Modal terbatas	88
Tabel 3. 16 Kurang aktif dalam mengelola sosial media	88
Tabel 3. 17 Tabel Faktor Kunci Eksternal	89
Tabel 3. 18 <i>Word of mouth</i> oleh pelanggan.....	90
Tabel 3. 19 Meningkatnya teknologi internet	90
Tabel 3. 20 Terdaftar pada aplikasi belanja online	91
Tabel 3. 21 Memiliki mitra/supplier tetap.....	92
Tabel 3. 22 Yogyakarta sebagai kota wisata	92
Tabel 3. 23 Dukungan pemerintah terhadap UMKM.....	93
Tabel 3. 24 Munculnya pesaing baru	93
Tabel 3. 25 Banyak pilihan dan jenis batik yang lebih murah	94
Tabel 3. 26 Selera masyarakat pada batik yang cenderung berubah.....	95
Tabel 3. 27 Kenaikan harga bahan baku	95
Tabel 3. 28 Terdapat pesaing yang kuat.....	96
Tabel 3. 29 Matriks IFE Nusaa Batik.....	96
Tabel 3. 30 Matriks EFE	99
Tabel 3. 31 Matriks SWOT	102
Tabel 3. 32 Hasil Perhitungan Matriks QSPM Alternatif Strategi	108

Tabel 3. 33 Prioritas Strategi Alternatif Nusaa Batik.....	111
Tabel 3. 34 Fakkor Lingkungan Internal Nusaa Batik.....	113
Tabel 3. 35 Fakkor Lingkungan Eksternal Nusaa Batik	114

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kerangka Pemikiran.....	47
Gambar 1. 2 Matriks EFE	65
Gambar 1. 3 Matriks IFE	67
Gambar 1. 4 Matriks SWOT	68
Gambar 1. 5 Diagram Analisis SWOT	70
Gambar 1. 6 Matriks QSPM	73
Gambar 2. 1 Struktur Organisasi Nusaa Batik	75
Gambar 3. 1 Diagram SWOT Nusaa Batik.....	101