

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	
LEMBAR PERNYATAAN	
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR GRAFIK	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Pustaka.....	6
2.1.1 Pengertian Pariwisata	6
2.1.2 Pengertian Katering.....	7
2.1.3 Konsep Manajemen.....	8
2.1.4 Konsep Strategi	8
2.1.5 Manajemen Strategis	9
2.1.6 Konsep Manajemen Strategis.....	10
2.1.7 Proses Manajemen Strategis	10
2.1.8 Pemilihan Strategi Alternatif	17
2.1.9 Pengembangan Usaha	19
2.1.10 Tingkatan dalam Pengembangan Usaha	20
2.1.11 Unsur-unsur dalam Mengembangkan Usaha	21
2.1.12 Aspek yang Diperhatikan dalam Mengembangkan Usaha ...	22
2.1.13 Kategori Produk Baru	23
2.1.14 analisa Masalah dan Solusi dalam Mengembangkan Usaha.	24
2.2 Analisis Strategi	26
2.2.1 Pengertian Analisis SWOT	26
2.2.2 Analisis SWOT Sebagai Strategi Pengembangan Bisnis.....	27
2.3 Kerangka Pemikiran Operasional	31

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	32
3.2 Teknik Pengumpulan Data	32
3.2.1 Operasional Variabel.....	33
3.3 Metode Penentuan Sampel.....	35
3.4 Metode Pengolahan Data dan Analisis Data	35
3.4.1 Tahap Input	35
3.4.2 Tahap Pencocokan	42
3.4.3 Tahap Keputusan.....	46

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian	48
4.1.1 Sejarah Gama Catering	48
4.1.2 Visi dan Misi Gama Catering.....	48
4.2 Pembahasan Analisis Lingkungan	49
4.2.1 Lingkungan Internal	49
4.2.1.1 Manajemen dan Sumber Daya manusia.....	49
4.2.1.2 Pemasaran	50
4.2.1.1 Produk (<i>Product</i>)	50
4.2.1.2 Harga (<i>Price</i>)	51
4.2.1.3 Distribusi (<i>Distribution</i>)	51
4.2.1.4 Promosi (<i>Promotion</i>)	51
4.2.2 Lingkungan Eksternal	52
4.2.2.1 Lingkungan Makro (umum).....	52
4.2.2.1.1 Ekonomi	52
4.2.2.1.2 Politik dan Kebijakan Pemerintah.....	55
4.2.2.1.3 Lingkungan Sosial.....	57
4.2.2.1.4 Teknologi	58
4.2.2.2 Lingkungan Industri.....	59
4.2.2.2.1 Ancaman Pendatang Baru	59
4.2.2.2.2 Ancaman Produk Pengganti (Substitusi)	61
4.2.2.2.3 Kekuatan Daya Tawar Pemasok	61
4.2.2.2.4 Kekuatan Daya Tawar Pembeli.....	62
4.2.2.2.5 Persaingan Usaha Sejenis.....	63
4.3 Formulasi Alternatif Strategi.....	63
4.3.1 Analisis Matriks IFE dan EFE	63
4.3.1.1 Analisis Matriks IFE	63
4.3.1.2 Analisis Matriks EFE	65
4.3.2 Analisis Matriks IE	66
4.3.3 Analisis SWOT	67

4.3.4 Penentuan Urutan Prioritas Strategi Menggunakan QSPM	72
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	76
5.1 Kesimpulan	76
5.2 Saran	77

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

RIWAYAT PENULIS

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman di Indonesia Tahun 2009-2013	2
Tabel 1.2	Omzet Gama Catering Tahun 2012-2014.....	3
Tabel 3.1	Operasional Variabel	34
Tabel 3.2	Tabel Matriks IFE.....	37
Tabel 3.3	Tabel Matriks EFE.....	38
Tabel 3.4	Penilaian Bobot Faktor Strategis Internal.....	39
Tabel 3.5	Penilaian Bobot Faktor Strategis Eksternal	39
Tabel 3.6	Matriks IFE.....	41
Tabel 3.7	Matriks EFE.....	41
Tabel 3.8	Penentuan Urutan Prioritas Strategi Menggunakan QSPM.....	47
Tabel 4.1	Indikator Makro Ekonomi Kota Bandung	54
Tabel 4.2	Harga Gas Elpiji Tahun 2007-2014.....	56
Tabel 4.3	Harga Bahan Bakar Minyak Tahun 2008-2014.....	57
Tabel 4.4	Pertumbuhan Penduduk Kota Bandung Tahun 2007-2012	58
Tabel 4.5	Pasar Tradisional PD. Pasar Bermartabat Kota Bandung.....	62
Tabel 4.6	Matriks IFE	64
Tabel 4.7	Matriks EFE.....	65
Tabel 4.8	Matriks IE	67
Tabel 4.9	Analisis Matriks SWOT	69
Tabel 4.10	Tabel Strategi Alternatif	71
Tabel 4.11	Prioritas Alternatif Strategi QSPM pada Gama Catering	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Diagram Analisis SWOT.....	28
Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran	31
Gambar 3.1	Matriks IE.....	43
Gambar 3.2	Matriks SWOT	45

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1	Laju Perkembangan Ekonomi (LPE) Kota Bandung Tahun 2008-2012 dan Perbandingan dengan Tingkat Nasional	53
------------	---	----