

DAFTAR ISI

| | |
|----------------------------------------------------------------|-----|
| Abstrak | i |
| <i>Abstract</i> | ii |
| Kata Pengantar | iii |
| UcapanTerimaKasih | iv |
| Daftar Isi | vi |
| DaftarTabel | ix |
| DaftarGambar | x |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| 1.1 Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| 1.2 RumusanMasalah | 5 |
| 1.3 TujuanPenelitian | 5 |
| 1.4 ManfaatPenelitian | 6 |
| | |
| BAB II TINJAUAN TEORI, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS | |
| 2.1 KajianPustaka..... | 7 |
| 2.1.1 PengertianUMKM..... | 7 |
| 2.1.2 KonsepManajemenStrategi | 8 |
| 2.1.2.1 PengertianManajemen..... | 8 |
| 2.1.2.2 PengertianStrategi | 8 |
| 2.1.2.3 PengertianManajemenStrategi | 9 |
| 2.1.2.4 TujuanManajemenStrategi | 10 |
| 2.1.2.5 Model ManajemenStrategi | 11 |
| 2.1.2.6 Proses ManajemenStrategi | 12 |
| 2.1.2.7 PernyataanVisidanMisi | 15 |

| | |
|-------------------------------------------------------------------|----|
| 2.1.2.8 Jenis – jenis Strategi..... | 15 |
| 2.1.2.9 Manfaat Manajemen Strategi | 17 |
| 2.1.3 Analisis Lingkungan Eksternal dan Lingkungan Internal | 18 |
| 2.1.4 Volume Penjualan | 19 |
| 2.1.4.1 Pengertian Volume Penjualan | 19 |
| 2.1.4.2 Faktor yang Memengaruhi Volume Penjualan | 20 |
| 2.1.5 Konsep Analisis SWOT dan QSPM | 21 |
| 2.1.5.1 Analisis SWOT | 21 |
| 2.1.5.2 QSPM | 23 |
| 2.2 Penelitian Terdahulu | 24 |
| 2.3 Kerangka Pemikiran..... | 28 |

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

| | |
|-----------------------------------------------------------|----|
| 3.1 Objek Penelitian | 30 |
| 3.2 Metode Penelitian | 30 |
| 3.3 Operasional Variabel | 30 |
| 3.4 Jenis dan Sumber Data | 32 |
| 3.5 Teknik Pengumpulan Data | 33 |
| 3.6 Metode Pengolahan Data dan Analisis Data | 33 |
| 3.6.1 Tahapan Analisis SWOT | 34 |
| 3.6.2 Analisis EFAS dan IFAS | 34 |
| 3.6.3 Menyusun Matriks Analisis SWOT | 37 |
| 3.6.4 Matriks Perencanaan Strategi Kompetitif (QSPM)..... | 40 |

BAB IV PEMBAHASAN

| | |
|-------------------------------------------------|----|
| 4.1 Gambaran Umum Diva Cake and Cookies | 43 |
| 4.1.1 Sejarah Diva Cake and Cookies | 43 |
| 4.1.2 Visi dan Misi Diva Cake and Cookies | 44 |
| 4.1.3 Produk Diva Cake and Cookies | 44 |
| 4.2 Pembahasan Lingkungan Perusahaan | 45 |
| 4.2.1 Lingkungan Internal | 45 |

| | |
|----------------------------------------------|----|
| 4.2.2 Lingkungan Eksternal..... | 49 |
| 4.3 Formulasi Alternatif Strategi..... | 52 |
| 4.3.1 Analisis Matrik IFAS | 52 |
| 4.3.2 Analisis Matrik EFAS | 54 |
| 4.3.3 Analisis Matrik IE | 55 |
| 4.3.4 Analisis Matrik SWOT | 56 |
| 4.4 Penentuan Strategi Menggunakan QSPM..... | 64 |

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

| | |
|----------------------|----|
| 5.1 Kesimpulan | 67 |
| 5.2 Saran | 69 |

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

| | |
|-----------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 1.1 JumlahPengunjungkeObjekWisataKabupatenSumedang | 1 |
| Tabel 1.2 Data Penjualan Diva Cake and Cookies | 3 |
| Tabel 2.1 PeneltianTerdahulu | 25 |
| Tabel 3.1 OperasionalVariabel..... | 31 |
| Tabel 3.2 Matrik IFAS | 35 |
| Tabel 3.3 Matrik EFAS | 37 |
| Tabel 3.4 MatrikPerencanaanStrateiKualitatif (QSPM) | 41 |
| Tabel 4.1 Hasil IFAS Diva Cake and Cookies | 52 |
| Tabel 4.2 Hasil EFAS Diva Cake and Cookies | 54 |
| Tabel 4.3 Matriks SWOT Diva Cake and Cookies | 56 |
| Tabel 4.4 PenentuanStrategi QSPM di Diva Cake and Cookies | 64 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|-----------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 2.1 Model Manajemen Strategis..... | 11 |
| Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran..... | 29 |
| Gambar 3.1 Matriks Internal-Eksternal..... | 38 |
| Gambar 3.2 Matriks Kuadran SWOT | 39 |
| Gambar 3.3 Matriks Strategi Berdasarkan SWOT | 40 |
| Gambar 4.1 Matriks IE Hasil IFAS dan EFAS Diva Cake and Cookies | 55 |