

## DAFTAR ISI

Lembar Pengesahan .....	i
Pernyataan Tentang Keaslian Karya Ilmiah.....	ii
Abstrak .....	iii
<i>Abstrac</i> .....	iv
Kata Pengantar .....	v
Daftar Isi.....	viii
Daftar Tabel .....	xiii
Daftar Gambar.....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS .....	8
2.1 Kajian Pustaka.....	8
2.1.1 Pengertian Pariwisata .....	8
2.2 Wisata Kuliner .....	9
2.2.1 Franchise .....	10
2.2.2 Jenis-jenis Franchise .....	11
2.3 Konsep Manajemen Strategi .....	11
2.3.1 Model Manajemen Strategi .....	13
2.3.2 Proses Manajemen Strategi .....	14

2.4 Konsep Pengembangan .....	17
2.4.1 Konsep Strategi Bisnis .....	17
2.4.2 Level Strategi .....	19
2.4.3 Tipe-tipe Strategi .....	19
2.4.4 Formulasi Strategi .....	20
2.4.5 Visi, Misi dan Tujuan Perusahaan .....	20
2.5 Konsep Analisis SWOT sebagai Formulasi Strategi .....	22
2.5.1 Pengertian Analisis SWOT .....	22
2.5.2 Cara Membuat Analisis SWOT .....	24
2.5.3 Matrik Analisis SWOT .....	26
2.5.4 Matrik Internal-Eksternal (IE) .....	27
2.6 Analisis Lingkungan Internal-Eksternal .....	28
2.6.1 Analisis Lingkungan Internal .....	28
2.6.2 Analisis Lingkungan Eksternal .....	30
2.7 Pemilihan Alternatif Strategi.....	35
2.7.1 Matriks IFAS-EFAS .....	35
2.7.2 Matriks Perencanaan Strategi Kuantitatif .....	36
2.8 Volume Penjualan .....	37
2.8.1 Pengertian Volume Penjualan .....	37
2.8.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Volume Penjualan .....	38
2.8.3 Peranan Strategi Pengembangan Terhadap Volume Penjualan .....	39
2.9 Kerangka Pemikiran Operasional .....	39
2.10 Hipotesis .....	42
BAB III METODE PENELITIAN .....	43

3.1 Objek Penelitian .....	43
3.2 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling .....	43
3.2.1 Populasi .....	43
3.2.2 Sampel .....	44
3.2.3 Teknik Sampling .....	44
3.3 Definisi Operasional Variabel .....	45
3.4 Teknik dan Alat Pengumpulan Data .....	47
3.5 Teknik Analisis Data.....	48
3.5.1 Tahap Input ( <i>Input Strage</i> ).....	49
3.5.2 Tahap Pencocokan .....	54
3.5.3 Tahap Keputusan.....	57
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>59</b>
4.1 Profil Bisnis .....	59
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	60
4.1.3 Struktur Organisasi Pisang Ijo Ala'din .....	60
4.1.4 Karakteristik Responden .....	62
4.1.4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	62
4.1.4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	62
4.1.4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	63
4.1.5 Gambaran Umum Variabel Penelitian .....	64
4.2 Variabel Faktor Internal .....	64
4.2.1 Variabel Kualitas Produk .....	64
4.2.2 Variabel Variasi Produk .....	72
4.2.3 Variabel Kemasan .....	73

4.2.4	Variabel Kesesuaian Harga .....	77
4.2.5	Variabel Informasi Dalam Media Promosi .....	78
4.2.6	Variabel Lokasi .....	79
4.2.7	Sumber Daya Manusia .....	80
4.2.8	Makanan Tradisional .....	80
4.2.9	Supply Bahan Baku .....	81
4.3	Variabel Faktor Eksternal .....	81
4.3.1	Variabel <i>Brand Image</i> .....	81
4.3.2	Variabel Faktor Cuaca .....	82
4.3.3	Segment Pasar .....	83
4.3.4	Pengembangan <i>Franchise</i> .....	84
4.3.5	Dukungan Pemerintah .....	84
4.3.6	Teknologi .....	85
4.3.7	Persaingan Antar <i>Franchise</i> Sejenis .....	85
4.4	Analisis SWOT .....	86
4.4.1	Faktor Lingkungan Internal .....	86
4.4.2	Faktor Lingkungan Eksternal .....	90
4.5	Formulasi Alternatif Strategi .....	93
4.5.1	Analisis Matriks IFAS-EFAS .....	94
4.5.1.1	Analisis Matriks IFAS .....	94
4.5.1.2	Analisis Matriks EFAS .....	96
4.5.1.3	Analisis Matriks IE .....	98
4.5.1.4	Analisis Matriks SWOT .....	100
4.5.2	Pemilihan Prioritas Strategi dengan <i>Quantitative Strategics Planning Matrix</i> (QSPM) .....	105

BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....	109
5.1 Simpulan .....	109
5.2 Saran.....	111
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

### DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Pendapatan Pisang Ijo Ala'din Bulan Juni 2013 November 2013 .....	3
Tabel 1.2	Franchise Pesaing Pisang Ijo Ala'din .....	4
Tabel 2.1	Matriks SWOT Faktor-faktor IFAS dan EFAS .....	26
Tabel 2.2	PEST .....	32
Tabel 2.3	Matrik QSPM .....	36
Tabel 3.1	Operasional Variabel.....	45
Tabel 3.2	Matrik IFAS .....	59
Tabel 3.3	Matrik EFAS .....	52
Tabel 3.4	Matrik IE .....	55
Tabel 3.5	Matrik QSPM .....	58
Tabel 4.1	Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	62
Tabel 4.2	Gambaran Responden Berdasarkan Usia .....	63
Tabel 4.3	Gambaran Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	63
Tabel 4.4	Cita Rasa Produk Pisang Ijo Ala'din .....	65
Tabel 4.5	Penyajian/penampilan produk Pisang Ijo Ala'din .....	66
Tabel 4.6	Aroma Produk Pisang Ijo Ala'din.....	67

Tabel 4.7	Suhu penyajian yang sesuai dengan kondisi(dingin) .....	68
Tabel 4.8	Kebersihan Produk Pisang Ijo Ala'din.....	69
Tabel 4.9	Rekapitulasi Skor Kualitas Produk Pisang Ijo Ala'din .....	69
Tabel 4.10	Kualitas Produk.....	71
Tabel 4.11	Variasi Produk.....	72
Tabel 4.12	Desain Kemasan.....	73
Tabel 4.13	Kenyamanan Kemasan.....	74
Tabel 4.14	Rekapitulasi Skor Kemasan Pisang Ijo Ala'din .....	75
Tabel 4.15	Kemasan Produk .....	76
Tabel 4.16	Kesesuaian Harga.....	77
Tabel 4.17	Informasi Media Promosi.....	78
Tabel 4.18	Lokasi Booth Pisang Ijo Ala'din Strategis.....	79
Tabel 4.19	Brand Image Pisang Ijo Ala'din.....	81
Tabel 4.20	Faktor Cuaca Mempengaruhi Pembelian .....	83
Tabel 4.21	Matriks IFAS ( <i>Internal Factors Analisis Summary</i> ) Pisang Ijo Ala'din.....	95
Tabel 4.22	Matriks EFAS ( <i>Eksternal Factors Analisis Summary</i> ) Pisang Ijo Ala'din.....	97
Tabel 4.23	Matriks SWOT Pisang Ijo Ala'din.....	100
Tabel 4.24	Prioritas Alternatif QSPM pada Pisang Ijo Ala'din.....	106

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Proses Manajemen Strategik .....	15
Gambar 2.2	Diagram Posisi SWOT .....	24
Gambar 2.3	Model Lima kekuatan dari kompetisi .....	35
Gambar 2.4	Kerangka Pemikiran.....	41
Gambar 3.1	Matrik Analisis SWOT .....	57
Gambar 4.1	Struktur Organisasi Pisang Ijo Ala'din .....	61
Gambar 4.2	Matriks Internal-Eksternal (IE) Pisang Ijo Ala'din.....	99

