

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	
LEMBAR PERNYATAAN	
KATA PENGANTAR.....	i
UCAPAN TERIMAKASIH.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>..1</b>
1.1 Latar Belakang .....	..1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian .....	..7
1.3 Tujuan Penelitian .....	..8
1.4 Manfaat Penelitian .....	..8
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....</b>	<b>..9</b>
2.1 Kajian Pustaka.....	..9
2.1.1 Pengertian Pariwisata .....	..9
2.1.2 Pengertian Industri Pariwisata.....	10
2.1.3 Prasarana dan Sarana Pariwisata .....	10
2.2 Konsep Manajemen Strategi .....	12
2.2.1 Definisi Manajemen .....	12
2.2.2 Definisi Strategi.....	12
2.2.3 Definisi Manajemen Strategi.....	13
2.2.4 Tujuan Manajemen Strategi .....	13
2.2.5 Manfaat Manajemen Strategi .....	14
2.2.6 Model Manajemen Strategi .....	14
2.2.7 Proses Manajemen Strategi .....	15
2.2.8 Jenis-Jenis Strategi .....	16
2.3 Trend Industri Makanan di Kereta Api .....	18
2.3.1 Sejarah Industri Makanan di Kereta Api dan Perkembangannya.....	18
2.4 Konsep Analisis SWOT .....	20
2.4.1 Analisis SWOT.....	21
2.4.2 Analisis Lingkungan Eksternal-Internal.....	24
2.5 Pemilihan Alternatif Strategi.....	28
2.5.1 Matriks IFAS-EFAS.....	28
2.5.2 Matriks Perencanaan Strategis Kuantitatif.....	28
2.5.3 Matriks Strategic Position and Action Evaluation (SPACE).....	29

2.5.4 Matriks Analisis SWOT .....	30
2.5.5 Matriks Internal Eksternal (IE).....	31
2.6 Penelitian Terdahulu .....	32
2.7 Kerangka Pemikiran.....	34
2.8 Hipotesis.....	36
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>38</b>
3.1 Objek Penelitian .....	38
3.2 Metode Penelitian .....	38
3.3 Operasional Variabel.....	39
3.4 Teknik Sampling .....	41
3.5 Jenis dan Sumber Data .....	42
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.7 Metode Pengolahan Data dan Analisis Data.....	44
3.7.1 Tahapan Analisis SWOT .....	44
3.7.2 Analisis EFAS dan IFAS.....	45
3.7.3 Menyusun Matriks Analisis SWOT.....	47
3.7.4 Matriks Perencanaan Strategi Kompetitif (QSPM).....	49
<b>BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>51</b>
4.1 Profil Perusahaan .....	51
4.2 Karakteristik Responden .....	57
4.2.1 Gambaran Umum Responden .....	57
4.3 Analisis Data dan Pembahasan .....	63
4.3.1 Analisis SWOT.....	63
4.3.2 Variabel Faktor Internal .....	63
4.3.3 Variabel Faktor Eksternal.....	77
4.3.4 Analisis Lingkungan Eksternal-Internal Restoran Kereta Api PT. Reska Multi Usaha Area 2 Bandung .....	84
4.3.5 Formulasi Alternatif Strategi.....	86
4.3.4 Posisi Kuadran SWOT .....	92
4.3.5 Analisis Matriks SWOT .....	93
4.3.6 Pemilihan Prioritas Strategi dengan Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM).....	99
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>103</b>
5.1 SIMPULAN .....	103
5.2 SARAN .....	104
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>107</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Rekapitulasi Data Kunjungan Wisatawan yang Datang ke Kota Bandung Periode Tahun 2010-2015.....	2
Tabel 1.2 Tabel Daftar Nama Produk pada Restoran Kereta Api PT. Reska Multi Usaha Area 2 Bandung.....	3
Tabel 1.3 Daftar Nama Kereta Api di Daop 2 Bandung.....	4
Tabel 1.4 Tabel Penjualan Produk Restoran Kereta Api PT. Reska Multi Usaha Area 2 Bandung Periode Januari–Desember 2016.....	5
Tabel 2.1 PEST .....	25
Tabel 2.2 Matriks QSPM .....	29
Tabel 2.3 Matriks SWOT Faktor–Faktor IFAS dan EFAS.....	30
Tabel 2.4 Penelitian Terdahulu .....	32
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	39
Tabel 3.2 Matrik EFAS .....	46
Tabel 3.3 Matriks IFAS .....	47
Tabel 3.4 Matriks Perencanaan Strategis Kuantitatif (QSPM).....	50
Tabel 4.1 Kantor Cabang PT. Reska Multi Usaha.....	51
Tabel 4.2 Lambang dan Makna Logo PT. Reska Multi Usaha Area 2 Bandung	53
Tabel 4.3 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	57
Tabel 4.4 Karakteristik Responden berdasarkan Usia .....	58
Tabel 4.5 Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan.....	58
Tabel 4.6 Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan.....	59
Tabel 4.7 Karakteristik Responden berdasarkan Penghasilan .....	60
Tabel 4.8 Pengalaman Responden pada Gerbong Kereta Api .....	61
Tabel 4.9 Pengalaman Responden pada Kelas Kereta Api .....	62
Tabel 4.10 Sumber Mengetahui Restoran Kereta Api bagi Responden.....	62
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Terhadap Restoran Kereta Api PT. Reska Multi Usaha Area 2 Bandung Menjadi Penyedia Resmi Makanan dan Minuman Bagi Penumpang Kereta Api .....	64

Tabel 4.12	Tanggapan Responden Terhadap Variasi Menu Restoran Kereta Api PT. Reska Multi Usaha Area 2 Bandung .....	66
Tabel 4.13	Tanggapan Responden Terhadap Produk Makanan dan Minuman Restoran Kereta Api PT. Reska Multi Usaha Area 2 Bandung yang Diminati oleh Masyarakat Luas .....	67
Tabel 4.14	Tanggapan Responden Terhadap Restoran Kereta Api PT. Reska Multi Usaha Area 2 Bandung Selalu dalam Keadaan Bersih .....	68
Tabel 4.15	Tanggapan Responden Terhadap Harga Makanan dan Minuman Restoran Kereta Api PT. Reska Multi Usaha Area 2 Bandung yang Terjangkau.....	69
Tabel 4.16	Tanggapan Responden Terhadap Pelayanan Karyawan Restoran Kereta Api PT. Reska Multi Usaha Area 2 Bandung.....	70
Tabel 4.17	Tanggapan Responden Terhadap Hygiene Makanan dan Minuman Restoran Kereta Api PT. Reska Multi Usaha Area 2 Bandung yang Terjaga.....	71
Tabel 4.18	Tanggapan Responden Terhadap Menu Makanan dan Minuman Restoran Kereta Api PT. Reska Multi Usaha Area 2 Bandung Memiliki Cita Rasa dan Aroma yang Tidak Stabil .....	72
Tabel 4.19	Tanggapan Responden Terhadap Restoran Kereta Api PT. Reska Multi Usaha Area 2 Bandung Gencar Menggunakan Media Sosial dalam Promosinya .....	73
Tabel 4.20	Tanggapan Responden Terhadap Keadaan Interior Restoran Kereta Api PT. Reska Multi Usaha Area 2 Bandung Kurang Menarik.....	75
Tabel 4.21	Tanggapan Responden Terhadap Lokasi Gerbong Restoran Kereta Api PT. Reska Multi Usaha Area 2 Bandung Kurang Terjangkau .	75
Tabel 4.22	Tanggapan Responden Terhadap Kurang Menariknya Tampilan Menu Pada Restoran Kereta Api PT. Reska Multi Usaha Area 2 Bandung .....	76
Tabel 4.23	Tanggapan Responden Terhadap Pangsa Pasar Restoran Kereta Api PT. Reska Multi Usaha Area 2 Bandung untuk Semua Kalangan..	78

Tabel 4.24 Tanggapan Responden Terhadap Pramugari dan Pramugara Restoran Kereta Api PT. Reska Multi Usaha Area 2 Bandung Gencar Melakukan Promosi di Dalam Gerbong .....	79
Tabel 4.25 Tanggapan Responden Terhadap Produk Makanan dan Minuman Restoran Kereta Api PT. Reska Multi Usaha Area 2 Bandung yang Diminati oleh Masyarakat Luas .....	81
Tabel 4.26 Tanggapan Responden Terhadap Lebih Baik Membeli Makanan dan Minuman di Sekitaran Stasiun ketika Kereta Api Berhenti .....	82
Tabel 4.27 Matriks IFAS.....	87
Tabel 4.28 Matriks EFAS .....	89
Tabel 4.29 Matriks SWOT Restoran Kereta Api PT. Reska Multi Usaha Area 2 Bandung. ....	94
Tabel 4.30 Prioritas Alternatif QSPM pada Restoran Kereta Api PT. Reska Multi Usaha Area 2 Bandung.....	98

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Penjualan Produk Restoran Kereta Api PT. Reska Multi Usaha Area 2 Bandung Periode Tahun 2014-2106 .....	6
Gambar 2.1 Awal Mula Usaha <i>Ekiben</i> .....	19
Gambar 2.2 Perkembangan Usaha <i>Ekiben</i> Saat Ini .....	20
Gambar 2.3 Diagram Posisi SWOT.....	22
Gambar 2.4 Model Lima Kekuatan dari Kompetisi.....	26
Gambar 2.5 Diagram Cartesius SPACE Matriks.....	29
Gambar 2.6 Kerangka Pemikiran Strategi Pengembangan Bisnis Menggunakan Analisis SWOT pada Restoran Kereta Api PT. Reska Multi Usaha Area 2 Bandung dalam Meningkatkan Volume Penjualan.....	36
Gambar 3.1 Triangulasi Penelitian.....	44
Gambar 3.2 Matriks Internal–Eksternal.....	48
Gambar 3.3 Matriks Kuadran SWOT .....	49
Gambar 4.1 Logo PT. Reska Multi Usaha .....	52
Gambar 4.2 Struktur Organisasi PT. Reska Multi Usaha Area 2 Bandung .....	53
Gambar 4.3 Brosur Restoran Kereta Api PT. Reska Multi Usaha.....	55
Gambar 4.4 Matriks IE Restoran Kereta Api PT. Reska Usaha Area 2 Bandung .....	91
Gambar 4.5 Diagram Kartesius.....	93