

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| Halaman Judul | i |
| Halaman Pengesahan Dosen Pembimbing | ii |
| Halaman Pengesahan Dosen Penguji | iii |
| Halaman Pernyataan Keaslian | iv |
| Halaman Motto Dan Persembahan | v |
| Kata Pengantar | vii |
| Daftar Isi | ix |
| Daftar Tabel | xii |
| Daftar Gambar | xv |
| Daftar Lampiran | xvi |
| Abstraksi | xvii |

BAB I PENDAHULUAN

| | |
|---------------------------------|---|
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 6 |
| 1.3 Pembatasan Masalah | 6 |
| 1.4 Tujuan Penelitian | 7 |
| 1.5 Sistematika penulisan | 7 |

BAB II LANDASAN TEORI

| | |
|--|----|
| 2.1 Strategi Pemasaran | 8 |
| 2.2 Pemilihan Strategi Pemasaran | 9 |
| 2.3 Mengembangkan Strategi Pemasaran dan Bauran Pemasaran | 10 |
| 2.4 Matriks SWOT | 11 |
| 2.5 Matriks IE | 14 |
| 2.6 <i>Analytical Network Process</i> (ANP) | 16 |
| 2.6.1 Karakteristik Metode <i>Analytic Network Process</i> (ANP) | 16 |
| 2.6.2 Kelebihan dan Kekurangan <i>Analytic Network Process</i> (ANP) | 23 |

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

| | |
|--|----|
| 3.1 Obyek Penelitian | 25 |
| 3.1.1 Studi Literatur | 25 |
| 3.1.2 Studi Lapangan | 25 |
| 3.1.3 Rumusan Masalah | 25 |
| 3.1.4 Tujuan Penelitian | 26 |
| 3.1.5 Pengumpulan Data | 26 |
| 3.1.6 Pengolahan Data | 26 |
| 3.1.7 Analisa dan Pembahasan..... | 26 |
| 3.1.8 Kesimpulan Dan Rekomendasi | 26 |
| 3.2 Tahap Penelitian..... | 27 |

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

| | |
|--|----|
| 4.1 Pengumpulan Data | 29 |
| 4.1.1. Data Umum Perusahaan | 29 |
| 4.1.2. Struktur Organisasi CV. Lestari Sentosa..... | 31 |
| 4.1.3. Data Hasil Wawancara Perusahaan | 32 |
| 4.1.4. Marketing Mix 4P (Produk, Price, Promotion, dan Place)..... | 33 |
| 4.1.4.1 Aspek Produk..... | 33 |
| 4.1.4.2 Aspek Harga..... | 34 |
| 4.1.4.3 Aspek Promosi | 35 |
| 4.1.4.4 Aspek Distribusi..... | 36 |
| 4.1.5 Strategi Pemasaran | 37 |
| 4.1.6. Identifikasi Faktor Internal Perusahaan..... | 37 |
| 4.1.7. Identifikasi Faktor Eksternal Perusahaan | 38 |
| 4.2 Pengolahan Data | 38 |
| 4.2.1 Analisa Faktor Internal dan Eksternal | 38 |
| 4.2.1.1 Analisa Faktor Internal..... | 39 |
| 4.2.1.2 Analisa Faktor Eksternal | 42 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 1.1 Data <i>History</i> Penjualan Tahu Bakso ibu Pudji CV.Lestari Sentosa dari Tahun 2012- 2015..... | 3 |
| Tabel 2.1 Contoh Matriks SWOT | 12 |
| Tabel 2.2 Matriks Faktor Strategi internal (IFAS) | 13 |
| Tabel 2.3 Matriks Faktor Strategi internal (EFAS) | 13 |
| Tabel 2.4 <i>Check List</i> Hubungan Saling Ketergantungan Antar Kriteria | 18 |
| Tabel 2.5 Skala Perbandingan <i>Fundamental</i> | 19 |
| Tabel 2.6 Pembangkit random (RI) | 21 |
| Tabel 2.7 Supermatriks..... | 21 |
| Tabel 4.1 Variable SWOT Aspek Produk | 33 |
| Tabel 4.2 Variable SWOT Aspek Harga..... | 34 |
| Tabel 4.3 Variable SWOT Aspek Promosi | 35 |
| Tabel 4.4 Variable SWOT Aspek Distribusi | 36 |
| Tabel 4.5 Identifikasi Kekuatan dan Kelemahan Perusahaan | 39 |
| Tabel 4.6 Identifikasi Peluang dan Ancaman Perusahaan..... | 42 |
| Tabel 4.7 Hasil Matriks IFAS..... | 47 |
| Tabel 4.8 Hasil Matriks EFAS..... | 49 |
| Tabel 4.9 Matriks SWOT..... | 51 |
| Tabel 4.10 Hasil kuesioner hubungan antar Kriteria | 55 |
| Tabel 4.11 Matriks Perbandingan Berpasangan hubungan antar Kriteria | 59 |
| Tabel 4.12 Matriks Perhitungan Perbandingan Berpasangan Antar Kriteria..... | 59 |
| Tabel 4.13 Pembangkit random (RI) Perbandingan Berpasangan hubungan antar Kriteria | 61 |
| Tabel 4.14 Matriks Perbandingan Berpasangan Mempertimbangkan Saling Ketergantungan C1 (Brand Pelopor Tahu Bakso) Sebagai Kriteria Kontrol..... | 62 |
| Tabel 4.15 Perhitungan bobot prioritas Perbandingan Berpasangan Mempertimbangkan Saling Ketergantungan C1 (Brand Pelopor Tahu Bakso) Sebagai Kriteria Kontrol | 63 |
| Tabel 4.16 Pembangkit random (RI) C1 (Brand Pelopor Tahu Bakso) Sebagai Kriteria Kontrol..... | 64 |

| | |
|--|----|
| Tabel 4.17 Matriks Perbandingan Berpasangan Mempertimbangkan Saling Ketergantungan C2 (Bahan baku berkualitas) Sebagai Kriteria Kontrol | 65 |
| Tabel 4.18 Matriks Bobot Relatif Perbandingan Berpasangan Mempertimbangkan Saling Ketergantungan C2 (Bahan baku berkualitas) Sebagai Kriteria Kontrol | 65 |
| Tabel 4.19 Matriks Perbandingan Berpasangan Mempertimbangkan Saling Ketergantungan C3 (Mempunyai pabrik tahu sendiri) Sebagai Kriteria Kontrol | 65 |
| Tabel 4.20 Matriks Bobot Relatif Perbandingan Berpasangan Mempertimbangkan Saling Ketergantungan C3 (Mempunyai pabrik tahu sendiri) Sebagai Kriteria Kontrol ... | 65 |
| Tabel 4.21 Matriks Perbandingan Berpasangan Mempertimbangkan Saling Ketergantungan C4 (Kunjungan wisata) Sebagai Kriteria Kontrol..... | 66 |
| Tabel 4.22 Matriks Bobot Relatif Perbandingan Berpasangan Mempertimbangkan Saling Ketergantungan C4 (Kunjungan wisata) Sebagai Kriteria Kontrol..... | 66 |
| Tabel 4.23 Matriks Perbandingan Berpasangan Mempertimbangkan Saling Ketergantungan C5 (Kesadaran konsumen akan harga dan kualitas produk) Sebagai Kriteria Kontrol..... | 66 |
| Tabel 4.24 Matriks Perbandingan Berpasangan Mempertimbangkan Saling Ketergantungan C5 (Kesadaran konsumen akan harga dan kualitas produk) Sebagai Kriteria Kontrol..... | 66 |
| Tabel 4.25 Matriks <i>Consistency Ratio</i> Perbandingan Berpasangan Mempertimbangkan Saling Ketergantungan masing-masing Kriteria Kontrol antar Kriteria | 67 |
| Tabel 4.26 Matriks Perbandingan Berpasangan Antar Strategi Mempertimbangkan Kriteria C1 (Brand Pelopor Tahu Bakso) | 67 |
| Tabel 4.27 Matriks Bobot Relatif Perbandingan Berpasangan antar strategi Pada Kriteria C1(Brand Pelopor Tahu Bakso)..... | 68 |
| Tabel 4.28 Pembangkit random (RI) Perbandingan Berpasangan Antar Strategi Mempertimbangkan Subkriteria C1 (Brand Pelopor Tahu Bakso) | 69 |
| Tabel 4.29 Matriks Perbandingan Berpasangan Antar Strategi Mempertimbangkan Kriteria C2 (Bahan Baku Berkualitas)..... | 69 |
| Tabel 4.30 Matriks Bobot Relatif Perbandingan Berpasangan Antar Strategi Mempertimbangkan Kriteria C2 (Bahan Baku Berkualitas) | 69 |
| Tabel 4.31 Matriks Perbandingan Berpasangan Antar Strategi Mempertimbangkan Kriteria C3 (Mempunyai pabrik tahu sendiri) | 70 |

| | |
|---|----|
| Tabel 4.32 Matriks Bobot Relatif Perbandingan Berpasangan Antar Strategi Mempertimbangkan Kriteria C3 (Mempunyai pabrik tahu sendiri)..... | 70 |
| Tabel 4.33 Matriks Perbandingan Berpasangan Antar Strategi Mempertimbangkan Kriteria C4 (Kunjungan wisata) | 70 |
| Tabel 4.34 Matriks Bobot Relatif Perbandingan Berpasangan Antar Strategi Mempertimbangkan Kriteria C4 (Kunjungan wisata) | 70 |
| Tabel 4.35 Matriks Perbandingan Berpasangan Antar Strategi Mempertimbangkan Kriteria C5 (Kesadaran konsumen akan harga dan kualitas produk)..... | 71 |
| Tabel 4.36 Matriks Bobot Relatif Perbandingan Berpasangan Antar Strategi Mempertimbangkan Kriteria C5 (Kesadaran konsumen akan harga dan kualitas produk)..... | 71 |
| Tabel 4.37 Matriks bobot Alternatif strategi | 71 |
| Tabel 4.38 Supermatriks | 72 |
| Tabel 4.39 Indeks keinginan Menghitung (Di) strategi yang terpilih | 72 |
| Tabel 4.40 Alternatif Strategi Pemasaran CV. Lestari Sentosa | 74 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 2.1 <i>Matriks IE</i> | 15 |
| Gambar 3.1 <i>Flow Chart</i> Metodologi Penelitian | 27 |
| Gambar 4.1 Struktur Organisasi CV.Lestari Sentosa | 31 |
| Gambar 4.2 Hierarki Analisa SWOT | 45 |
| Gambar 4.3 Posisi Perusahaan CV. Lestari Sentosa | 50 |
| Gambar 4.4 Kuadran Matriks SWOT | 52 |
| Gambar 4.5 Interaksi <i>Feedback</i> dan <i>outer dependency</i> kriteria | 57 |
| Gambar 4.6 Model ANP..... | 58 |

DAFTAR LAMPIRAN

1. Wawancara Penelitian Terbuka
2. Wawancara Penelitian Terbuka 2
3. Kuesioner Penelitian Penentuan Rating EFAS Dan IFAS
4. Rekap Kuesioner Penelitian Penentuan Rating EFAS Dan IFAS
5. Kuesioner I Penelitian Hubungan Kriteria
6. Kuesioner II Perbandingan Berpasangan Antar Kriteria, Kriteria Kontrol, Dan Alternatif Strategi
7. CR Formulasi Matematika ANP