

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
<i>ABSTRACT</i>	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR ISTILAH	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Rumusan Masalah	13
I.3 Tujuan Tugas Akhir	13
I.4 Manfaat Tugas Akhir.....	13
I.5 Batasan dan Asumsi Tugas Akhir.....	13
I.6 Sistematika Penulisan	14
BAB II LANDASAN TEORI	16
II.1 Literatur Terkait	16
II.1.1 Strategi Pemasaran	16
II.1.2 Manajemen Strategik	16
II.1.3 Analisis Lingkungan Internal	17
II.1.4 Analisis Lingkungan Eksternal	24
II.1.5 Analytical Hierarchy Process	27

II.1.6 Formulasi Strategi	29
II.1.7 Matriks IFE dan Matriks EFE.....	31
II.1.8 Analisis SWOT.....	33
II.1.9 Matriks QSPM	34
II.2 Pemilihan Metode Penelitian/ Kerangka Kerja.....	36
II.2.1 Penelitian Terkait Strategi Pemasaran.....	36
II.2.2 Analisis Perbandingan Metode.....	39
BAB III SISTEMATIKA PENYELESAIAN MASALAH.....	42
III.1 Sistematika Penyelesaian Masalah	42
III.1.1 Tahap Pendahuluan	44
III.1.2 Deskripsi Mekanisme Pengumpulan Data.....	45
III.1.3 Tahap Penginputan Strategi	46
III.1.4 Tahap Perancangan Strategi.....	47
III.1.5 Tahap Keputusan.....	48
III.1.6 Verifikasi Berdasarkan Spesifikasi Perancangan	49
III.1.7 Tahap Validasi, Analisis Hasil, dan Implikasi.....	49
III.1.8 Tahap Kesimpulan dan Saran.....	50
III.2 Desain Sistem Terintegrasi	50
BAB IV PENYELESAIAN MASALAH.....	51
IV.1 Deskripsi Data.....	51
IV.1.1 Profil Perusahaan.....	51
IV.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	52
IV.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan.....	52
IV.1.4 Produk dan Layanan Perusahaan.....	53
IV.1.5 Audit Internal Perusahaan	54
IV.1.6 Audit Eksternal Perusahaan	60

IV.2 Spesifikasi Perancangan	73
IV.3 Proses Perhitungan Skor Faktor Internal dan Eksternal	75
IV.3.1 Penentuan Faktor Internal Azzahra Transportama	75
IV.3.2 Penentuan Faktor Eksternal Azzahra Transportama.....	80
IV.3.3 Pemberian Bobot dan Rating.....	81
IV.3.4 Perhitungan Skor Pembobotan	86
IV.4 Proses Perancangan Strategi	91
IV.4.1 Penyusunan Matriks IE	91
IV.4.2 Penyusunan Matriks SWOT.....	92
IV.5 Tahapan Keputusan.....	94
IV.5.1 Pemilihan Strategi menggunakan QSPM.....	94
IV.5.2 Roadmap Strategi	105
IV.5.3 Rancangan Sistem Terintegrasi	106
IV.5.4 Verifikasi Berdasarkan Spesifikasi Perancangan	110
BAB V VALIDASI, ANALISIS HASIL, DAN IMPLIKASI.....	115
V.1 Validasi Hasil Rancangan.....	115
V.2 Analisis Faktor Internal dan Eksternal	117
V.2.1 Analisis Faktor Internal	117
V.2.2 Analisis Faktor Eksternal.....	135
V.3 Analisis Rencana Implementasi Hasil Rancangan dan Tahapan Strategi .	149
V.3.1 Tahap Perbaikan dan Bangun Kekuatan (<i>Build</i>).....	149
V.3.2 Tahap Pertumbuhan (<i>Growing</i>)	159
V.4 Analisis Sensitivitas	174
V.5 Analisis Rencana Antisipasi.....	179
V.6 Implikasi.....	181
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	184

VI.1 Kesimpulan	184
VI.2 Saran.....	186
VI.2.1 Saran untuk Perusahaan.....	186
VI.2.2 Saran untuk Peneliti Selanjutnya.....	186
DAFTAR PUSTAKA	188