

ABSTRAK

Atmosphere Café yang terletak di Jalan Lengkong Besar no. 97 menyediakan berbagai jenis masakan, mulai dari masakan Indonesia, masakan Eropa, dan juga masakan Jepang. Dalam satu tahun terakhir ini telah terjadi penurunan penjualan kurang lebih sebesar 35%. Hal ini harus segera diatasi agar perusahaan dapat terus bertahan dan meningkatkan penjualannya. Untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat itulah maka dibutuhkan perumusan strategi pemasaran yang tepat dengan memperhatikan kemampuan yang dimiliki dan lingkungan eksternal yang mempengaruhi.

Tahapan yang digunakan untuk menentukan strategi pada penelitian ini terdiri dari 3 tahap, yaitu *input stage*, *matching stage*, dan *decision stage*. Data yang dibutuhkan pada tahap *input stage* diperoleh melalui wawancara dengan manajer operasional yang didasarkan pada pedoman wawancara, observasi, dan kuesioner kepada konsumen Atmosphere Café. Variabel penelitian pada kuesioner didasarkan pada konsep SWOT (*Strengths-Weaknesses-Opportunities-Threats*) dan 7P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Physical Evidence, dan Process*). Kuesioner ini disebar dengan teknik *purposive sampling* sebanyak 120 orang. Tahap *input stage* menggunakan metode Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation Matrix*) dan Matriks EFE (*External Factor Evaluation Matrix*). Dari matriks IFE dapat diketahui kekuatan dan kelemahan dari Atmosphere Café dan dengan matriks EFE dapat diketahui peluang dan ancaman dari Atmosphere Café.

Hasil dari Matriks IFE dan Matriks EFE itu digunakan sebagai input pada tahap *matching stage*. Pada tahap ini akan digunakan metode SWOT. Dari matriks SWOT tersebut dapat diperoleh strategi-strategi yang dapat digunakan.

Hasil dari matriks SWOT lalu digunakan sebagai input pada tahap *decision stage*. Pada tahap ini akan digunakan metode QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*). Dari QSPM tersebut diperoleh strategi yang terbaik untuk dilakukan. Dari strategi yang terpilih tersebut dapat diketahui upaya-upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan penjualan dari Atmosphere Café.

Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa strategi yang terpilih adalah *product development*. Upaya yang dapat dilakukan adalah menambah variasi menu, meningkatkan kualitas makanan dan minuman, menambah variasi penyajian produk, menjaga kebersihan café, makanan dan minuman, meningkatkan pelayanan dengan memberikan pelatihan, meningkatkan fasilitas agar merasa nyaman, mempertahankan keamanan, menetapkan standar rasa, memperjelas daftar menu yang digunakan, meningkatkan fasilitas yang ada, menambah jumlah komputer, dan mempercepat waktu penyajian.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMA KASIH.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	1 – 1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1 – 1
1.2 Identifikasi Masalah.....	1 – 2
1.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi	1 – 3
1.4 Perumusan Masalah	1 – 3
1.5 Tujuan Penelitian	1 – 3
1.6 Sistematika Penulisan	1 – 4
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	2 – 1
2.1 Pengertian Strategi	2 – 1
2.2 Konsep Manajemen Strategis.....	2 – 2
2.3 Klasifikasi Strategi.....	2 – 3
2.3.1 Strategi Generik	2 – 3
2.3.2 Strategi Utama.....	2 – 3
2.3.2.1 Strategi Integrasi Vertikal	2 – 5
2.3.2.2 Strategi Intensif	2 – 5
2.3.2.3 Strategi Diversifikasi.....	2 – 5
2.3.2.4 Strategi Bertahan.....	2 – 6
2.4 Cara Menentukan Strategi Utama	2 – 6
2.5 <i>Input Stage</i>	2 – 7
2.5.1 <i>EFE Matrix</i>	2 – 7
2.5.2 <i>IFE Matrix</i>	2 – 9

2.5.3	<i>CP Matrix</i>	2 – 10
2.6	<i>Matching Stage</i>	2 – 11
2.6.1	Matriks TOWS/SWOT	2 – 11
2.6.2	Matriks SPACE.....	2 – 13
2.6.3	Matriks <i>Internal-External</i>	2 – 14
2.6.4	Matriks BCG	2 – 15
2.6.5	Matriks <i>Grand Strategy</i>	2 – 16
2.7	<i>Decision Stage</i>	2 – 17
2.8	Analisis Eksternal dan Internal	2 – 19
2.8.1	Analisis Eksternal	2 – 19
2.8.2	Analisis Internal	2 – 20
2.9	Kepuasan Pelanggan	2 – 21
2.10	Jenis-Jenis Penelitian	2 – 21
2.10.1	Menurut Tujuan.....	2 – 22
2.10.2	Menurut Metode.....	2 – 22
2.10.3	Menurut Tingkat Eksplanasi	2 – 24
2.10.4	Menurut Jenis Data dan Analisis	2 – 24
2.11	Populasi dan Sampel	2 – 24
2.12	Teknik Sampling	2 – 25
2.12.1	<i>Probability Sampling</i>	2 – 25
2.12.2	<i>Non Probability Sampling</i>	2 – 26
2.13	Menentukan Ukuran Sampel.....	2 – 27
2.14	Teknik Pengumpulan Data.....	2 – 27
2.15	Data Berskala	2 – 29
2.16	Macam-Macam Skala Pengukuran	2 – 30
2.16.1	Skala Likert	2 – 30
2.16.2	Skala Guttman.....	2 – 30
2.16.3	<i>Semantic Deferensial</i>	2 – 31
2.16.4	<i>Rating Scale</i>	2 – 31
2.16.5	Skala Thurstone.....	2 – 31
2.17	Validitas dan Reliabilitas Instrumen	2 – 31

2.17.1	Pengujian Validitas Instrumen	2 – 31
2.17.2	Pengujian Reliabilitas Instrumen	2 – 33
2.18	Bauran Pemasaran	2 – 34
2.19	Pengenalan Program SPSS.....	2 – 37
2.20	Pembobotan dengan Metode AHP	2 – 38
BAB 3	METODOLOGI PENELITIAN.....	3 – 1
3.1	Penelitian Pendahuluan	3 – 4
3.2	Tinjauan Pustaka	3 – 4
3.3	Pengidentifikasian Masalah	3 – 5
3.4	Pembatasan Masalah dan Asumsi	3 – 6
3.5	Perumusan Masalah	3 – 6
3.6	Penentuan Tujuan Penelitian.....	3 – 6
3.7	Pengidentifikasian Variabel Pendahuluan.....	3 – 7
3.8	Penentuan Metode Pengumpulan Data	3 – 8
3.9	Pembuatan Kuesioner Pendahuluan.....	3 – 9
3.10	Penentuan Jumlah Sampel Kuesioner Pendahuluan	3 – 9
3.11	Penyebaran Kuesioner Pendahuluan.....	3 – 9
3.12	Pengolahan Kuesioner Pendahuluan.....	3 – 9
3.13	Pengidentifikasian Variabel Penelitian	3 – 10
3.14	Penentuan Jumlah Sampel Penelitian dan Metode Sampling	3 – 10
3.15	Penyusunan Kuesioner Penelitian.....	3 – 11
3.16	Pengujian Validitas Konstruksi.....	3 – 12
3.17	Penyebaran Kuesioner Penelitian.....	3 – 12
3.18	Pengujian Validitas dan Reliabilitas	3 – 12
3.18.1	Pengujian Validitas Eksternal	3 – 12
3.18.2	Pengujian Reliabilitas	3 – 13
3.19	Pengolahan Data	3 – 14
3.19.1	<i>Input Stage</i>	3 – 14
3.19.2	<i>Matching Stage</i>	3 – 21
3.19.3	<i>Decision Stage</i>	3 – 22
3.20	Analisis Pengolahan Data	3 – 23

3.21 Usulan	3 – 23
3.22 Kesimpulan dan Saran.....	3 – 23
BAB 4 PENGUMPULAN DATA	4 – 1
4.1 Data Umum Perusahaan.....	4 – 1
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	4 – 1
4.1.2 Struktur Organisasi	4 – 2
4.2 Kuesioner Pendahuluan.....	4 – 16
4.3 Data Untuk Metode Matriks EFE	4 – 21
4.3.1 Pertumbuhan Ekonomi yang Tidak Stabil	4 – 22
4.3.2 Gaya Hidup Masyarakat.....	4 – 24
4.3.3 Kekuatan Tawar-Menawar dengan Pemasok.....	4 – 24
4.3.4 Kekuatan Tawar-Menawar dengan Pembeli	4 – 24
4.3.5 Banyaknya Barang Substitusi	4 – 25
4.3.6 Ancaman Pendetang Potensial	4 – 25
4.3.7 Pesaing yang Memiliki Harga Sama dengan Kualitas Lebih Baik.....	4 – 25
4.3.8 Penyebaran Penduduk yang Tidak Merata.....	4 – 26
4.3.9 Kenaikan Harga Barang	4 – 28
4.3.10 Pertumbuhan Penduduk yang Meningkat	4 – 29
4.3.11 <i>Brand Image</i>	4 – 31
4.3.12 Ringkasan Data Matriks EFE.....	4 – 32
4.4 Konsep <i>Segmentation, Targeting, dan Positioning</i>	4 – 32
4.5 Kuesioner Penelitian	4 – 34
BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS	5 – 1
5.1 Pengujian Validitas Kuesioner Penelitian.....	5 – 1
5.2 Pengujian Reliabilitas	5 – 4
5.3 Pengolahan Kuesioner Penelitian.....	5 – 5
5.3.1 Kuesioner Penelitian Akhir Bagian 1.....	5 – 5
5.3.2 Kuesioner Penelitian Akhir Bagian 2.....	5 – 9
5.3.3 Kuesioner Penelitian Akhir Bagian 3.....	5 – 13
5.4 Pengolahan Data	5 – 14

5.4.1	<i>Input Stage</i>	5 – 14
5.4.1.1	Matriks IFE	5 – 14
5.4.1.2	Analisis Matriks IFE	5 – 17
5.4.1.3	Matriks EFE	5 – 26
5.4.1.4	Analisis Matriks EFE	5 – 27
5.4.2	<i>Matching Stage</i>	5 – 29
5.4.3	<i>Decision Stage</i>	5 – 34
5.5	Usulan	5 – 38
BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN		6 – 1
6.1	Kesimpulan	6 – 1
6.2	Saran.....	6 – 3
DAFTAR PUSTAKA		xiii
LAMPIRAN.....		xiv
KOMENTAR DOSEN PENGUJI		xv
DATA PENULIS		xvi

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
2.1	Strategi Utama Fred R. David	2 – 4
2.2	Contoh <i>EFE Matrix</i>	2 – 9
2.3	Contoh <i>IFE Matrix</i>	2 – 10
2.4	Contoh <i>CP Matrix</i>	2 – 11
2.5	Contoh <i>SWOT Matrix</i>	2 – 13
2.6	Contoh <i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i>	2 – 19
2.7	Skala Saaty	2 – 39
2.8	Nilai Indeks Acak	2 – 41
3.1	Variabel Pendahuluan Berdasarkan Konsep SWOT	3 – 7
3.2	Variabel Pendahuluan Berdasarkan Konsep 7P	3 – 8
3.3	Teknik Pengumpulan Data Matriks EFE dan IFE	3 – 15
3.4	Kisi-Kisi Pedoman Wawancara	3 – 18
3.5	Kisi-Kisi Kuesioner	3 – 20
3.6	Teknik Pengumpulan Data	3 – 22
4.1	Kuesioner Pendahuluan	4 – 17
4.2	Ringkasan Kuesioner Pendahuluan Untuk Atribut-Atribut yang Mempengaruhi Pembelian	4 – 20
4.3	Ringkasan Kuesioner Pendahuluan Untuk Profil Responden	4 – 21
4.4	Tabel Perkembangan Harga Rata-Rata Valuta Asing dan Harga Emas di Pasaran Jakarta	4 – 23
4.5	Penduduk Menurut Propinsi	4 – 27
4.6	Inflasi di 45 Kota	4 – 28
4.7	Persentase dan Kepadatan Penduduk Menurut Propinsi	4 – 30
4.8	Laju Pertumbuhan Penduduk Menurut Propinsi	4 – 31

4.9	Pengelompokan Data Untuk Input Matriks EFE	4 – 32
4.10	Segmentasi Pasar	4 – 33
4.11	Ringkasan Kuesioner Penelitian	4 – 35
5.1	Pengujian Validitas Kuesioner Penelitian	5 – 2
5.2	Ringkasan Kuesioner Penelitian Untuk Jenis Kelamin	5 – 5
5.3	Ringkasan Kuesioner Penelitian Untuk Usia	5 – 5
5.4	Ringkasan Kuesioner Penelitian Untuk Pekerjaan	5 – 6
5.5	Ringkasan Kuesioner Penelitian Untuk Pendidikan Terakhir	5 – 7
5.6	Ringkasan Kuesioner Penelitian Untuk Penghasilan Per Bulan	5 – 7
5.7	Perbandingan Kuesioner Pendahuluan dan Kuesioner Penelitian Bagian 1	5 – 8
5.8	Nilai Median Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kepuasan	5 – 10
5.9	Perhitungan Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kepuasan	5 – 11
5.10	Ringkasan Kuesioner Penelitian Untuk Café Lain Yang Sering Dikunjungi	5 – 13
5.11	Perbandingan Kuesioner Pendahuluan dan Kuesioner Akhir Bagian 3	5 – 14
5.12	Matriks IFE	5 – 15
5.13	Matriks EFE	5 – 26
5.14	Matriks SWOT	5 – 30
5.15	Strategi SO dan ST	5 – 31
5.16	Strategi WO dan WT	5 – 32
5.17	Pengelompokan Strategi	5 – 33
5.18	QSPM	5 – 35

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2.1	Model Perencanaan Strategis Fred R. David	2 – 2
2.2	Tahapan Kerangka Kerja	2 – 7
2.3	Contoh <i>SPACE Matrix</i>	2 – 14
2.4	Contoh <i>IE Matrix</i>	2 – 15
2.5	Contoh <i>BCG Matrix</i>	2 – 16
2.6	Contoh <i>Grand Strategy Matrix</i>	2 – 17
2.7	Kekuatan-Kekuatan yang Mempengaruhi Persaingan Industri	2 – 20
2.8	Jenis-Jenis Penelitian	2 – 22
2.9	Teknik Sampling	2 – 25
3.1	Sistematika Penelitian	3 – 2
4.1	Struktur Organisasi	4 – 2
4.2	Chi Square Uji Cochran	4 – 18
5.1	Diagram Hasil Kuesioner Penelitian Untuk Jenis Kelamin	5 – 5
5.2	Diagram Hasil Kuesioner Penelitian Untuk Usia	5 – 6
5.3	Diagram Hasil Kuesioner Penelitian Untuk Pekerjaan	5 – 6
5.4	Diagram Hasil Kuesioner Penelitian Untuk Pendidikan Terakhir	5 – 7
5.5	Diagram Hasil Kuesioner Penelitian Untuk Penghasilan per Bulan	5 – 8
5.6	Diagram Nilai Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kepuasan	5 – 10
5.19	Diagram Hasil Kuesioner Penelitian Untuk Cafe Lain yang Sering Dikunjungi	5 – 13

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
A	Kuesioner Pendahuluan	LA – 1
A	Kuesioner Penelitian	LA – 3
A	Kuesioner QSPM	LA – 7
B	Hasil Kuesioner Penelitian	LB – 1
C	Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Penelitian	LC – 1
D	AHP	LD – 1
E	Hasil wawancara	LE – 1
F	Nilai-Nilai r Product Moment	LF – 1
F	Nilai Kritik Sebaran Khi-Kuadrat	LF – 2