

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL DALAM .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN TESIS .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN DEWAN PENGUJI .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TESIS .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN</b>	
<b>PUBLIKASI TESIS .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	4
1.3. Tujuan Studi Penelitian Bisnis .....	5
1.4. Batasan Studi Penelitian Bisnis .....	5
1.5. Manfaat Studi Penelitian Bisnis .....	6
1.6. Sistematika Penulisan .....	6
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>8</b>
2.1. Model Bisnis .....	8
2.2. Produk dan Desain Produk .....	10
2.2.1. Produk .....	10
2.2.2. Desain Produk .....	14
2.3. Produk Souvenir dan Souvenir Pemasaran .....	17
2.3.1. Souvenir .....	17
2.3.2. Souvenir Pemasaran .....	19

2.4. Indonesia dan Pariwisata .....	20
2.4.1. Indonesia .....	20
2.4.2. Pariwisata .....	23
2.5. <i>Entrepreneurial Marketing</i> - Inovasi Produk .....	27
2.6. <i>Un-tapped Market Potential</i> .....	33
2.7. Perumusan Strategi .....	36
2.7.1. Analisis Lingkungan Perusahaan .....	38
2.7.1.1. Analisis Eksternal ( <i>PESTLE</i> ) .....	38
2.7.1.2. Analisis Internal ( <i>Value Chain Model</i> ) .....	40
2.7.1.3. Analisis <i>SWOT</i> .....	43
2.7.2. Matriks Perumusan Strategi .....	44
2.7.2.1. Tahap Input .....	44
2.7.2.2. Tahap Pencocokan .....	44
2.7.3. Strategi Persaingan Porter ( <i>Porter's Five Forces Model</i> ) .....	46
2.7.3.1. Kekuatan Tawar-menawar dari Pemasok ( <i>Bargaining Power of Suppliers</i> ) .....	49
2.7.3.2. Kekuatan Tawar-menawar dari Pembeli ( <i>Bargaining Power of Customers</i> ) .....	49
2.7.3.3. Ancaman Pendetang Baru ( <i>Potential Entry of New Competitors</i> ) .....	50
2.7.3.4. Ancaman Barang Pengganti ( <i>Potential of Substitute Product</i> ) .....	50
2.7.3.5. Tingkat Persaingan Industri ( <i>Rivalry among Competing Firms</i> ) .....	51
2.7.4. Analisis <i>Business Model Canvas (BMC)</i> .....	52
2.8. Strategi Bisnis, Pemasaran Produk, dan Bauran Pemasaran .....	62
2.8.1. <i>Segmentation, Targeting, and Positioning</i> .....	63
2.8.2. <i>8 P's of Marketing</i> .....	65
2.9. Strategi Sumber Daya Manusia .....	69
2.9.1. <i>Job Analysis and Design</i> .....	70
2.9.2. Pengadaan Sumber Daya Manusia .....	72

2.9.3. Pelatihan dan Pengembangan .....	75
2.9.4. Struktur Organisasi dan Penggajian .....	77
2.9.5. Budaya Perusahaan .....	79
2.9.6. Gaya Kepemimpinan .....	82
2.10. Strategi Operasional .....	84
2.10.1. Perencanaan Kapasitas ( <i>Capacity Planning</i> ) .....	84
2.10.2. Perencanaan Lokasi ( <i>Location</i> ) .....	86
2.10.3. Perencanaan Tata Letak ( <i>Layout</i> ) .....	87
2.10.4. Perencanaan Proses Jasa ( <i>Service Process</i> ) .....	88
2.10.5. Penjadwalan ( <i>Scheduling</i> ) .....	90
2.10.6. Pengendalian Operasi ( <i>Operation Control</i> ) .....	90
2.11. Strategi Keuangan .....	91
2.11.1. <i>Capital Budgeting</i> .....	91
2.11.2. Analisa Kelayakan Investasi .....	92
<b>BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>95</b>
3.1. Sumber Data dan Periode Data .....	95
3.2. Studi Penelitian .....	96
3.3. Model Pengolahan Data .....	97
3.4. Kerangka Konseptual .....	98
<b>BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>101</b>
4.1. Observasi dan Wawancara .....	101
4.2. Penelitian Terdahulu .....	114
4.3. <i>Un-tapped Market Potential</i> .....	114
4.4. Profil Perusahaan .....	115
4.4.1. Identitas Perusahaan .....	115
4.4.2. Lingkup Bisnis .....	115
4.4.3. Visi dan Misi .....	117
4.4.4. <i>Brand</i> .....	117
4.4.5. Legalitas Perusahaan .....	120

4.4.6. Struktur Permodalan .....	120
4.5. Perumusan Strategi .....	120
4.5.1. Analisis Lingkungan Perusahaan .....	120
4.5.1.1. Analisis Eksternal ( <i>PESTLE</i> ) .....	120
4.5.1.2. Analisis Internal ( <i>Value Chain Model</i> ) .....	123
4.5.1.3. Analisis <i>SWOT</i> .....	126
4.5.2. Matriks Perumusan Strategi .....	127
4.5.2.1. Matriks <i>IFE dan IFE</i> .....	127
4.5.2.2. Matriks <i>SWOT dan IE</i> .....	128
4.5.3. Strategi Persaingan Porter ( <i>Porter's Five Forces Model</i> ) .....	130
4.5.3.1. Kekuatan Tawar-menawar dari Pemasok ( <i>Bargaining Power of Suppliers</i> ) .....	130
4.5.3.2. Kekuatan Tawar-menawar dari Pembeli ( <i>Bargaining Power of Customers</i> ) .....	131
4.5.3.3. Ancaman Pendetang Baru ( <i>Potential Entry of New Competitors</i> ) .....	131
4.5.3.4. Ancaman Barang Pengganti ( <i>Potential of Substitute Product</i> ) .....	132
4.5.3.5. Tingkat Persaingan Industri ( <i>Rivalry among Competing Firms</i> ) ...	132
4.5.4. Analisis <i>Business Model Canvas (BMC)</i> .....	135
4.6. Strategi Bisnis, Pemasaran Produk, dan Bauran Pemasaran .....	137
4.6.1. <i>Segmentation, Targeting, and Positioning</i> .....	137
4.6.2. <i>8 P's of Marketing</i> .....	139
4.7. Strategi Inovasi Desain Produk .....	144
4.8. Perencanaan Sumber Daya Manusia .....	149
4.8.1. Pemetaan Sumber Daya Manusia .....	149
4.8.2. Pengadaan Sumber Daya Manusia .....	150
4.8.3. Pelatihan dan Pengembangan .....	151
4.8.4. Struktur Organisasi dan Penggajian .....	153
4.8.5. Budaya Perusahaan .....	158
4.8.6. Gaya Kepemimpinan .....	159
4.9. Perencanaan Operasional .....	160

4.9.1. Perencanaan Kapasitas .....	160
4.9.2. Biaya Rutin .....	165
4.9.3. Pemilihan Lokasi .....	165
4.9.4. Manajemen Persediaan Bahan Baku .....	167
4.10. Perencanaan Keuangan .....	167
4.10.1. <i>Capital Budgeting</i> .....	167
4.10.2. Analisa Kelayakan Investasi .....	168
4.10.2.1. <i>Pesimistic - Scenario</i> .....	168
4.10.2.2. <i>Most Likely - Scenario</i> .....	168
4.10.2.3. <i>Optimistic - Scenario</i> .....	168
<b>BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>170</b>
5.1. Simpulan .....	170
5.2. Saran .....	171
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>172</b>
<b>RIWAYAT HIDUP PENULIS .....</b>	<b>178</b>
<b>LAMPIRAN</b>	



**KALBIS Institute**  
 Transforming Hearts and Minds