

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	2
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENDEKATAN MASALAH.....	4
2.1 Tinjauan Pustaka	4
2.1.1 Teh (<i>Camellia sinensis</i> L.)	4
2.1.2 Strategi	5
2.1.3 Pemasaran	5
2.1.4 Strategi Pemasaran	6
2.1.5 Segmentasi Pasar	7
2.1.6 Bauran Pemasaran	8
2.1.7 Analisis Faktor Internal dan Eksternal	8
2.1.8 Analisis SWOT	10
2.1.9 QSPM	11
2.2 Penelitian Terdahulu	12
2.3 Pendekatan Masalah	14
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	16
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	17
3.2 Metode Penelitian	17
3.3 Jenis dan Teknik Pengambilan Data	18
3.4 Teknik Penentuan Responden	18
3.5 Definisi dan Operasionalisasi Variabel	19
3.6 Kerangka Analisis	20
3.6.1 Analisis Faktor Internal (IFAS)	20

3.6.2 Analisis Faktor Eksternal (EFAS)	21
3.6.3 Analisis SWOT	22
3.6.4 Analisis Quantitative Strategic Planning Matriks (QSPM)...	23
BAB IV GAMBARAN PERUSAHAAN	25
4.1 Sejarah Singkat Perusahaan	25
4.2 Visi, Misi dan Nilai-nilai Perusahaan	26
4.2.1 Visi Perusahaan	26
4.2.2 Misi Perusahaan	26
4.3 Struktur Organisasi Perusahaan	26
4.4 Produk Bumi Teh Mandiri	26
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	28
5.1 Identifikasi Faktor Internal	28
5.1.1 Faktor Kekuatan	28
5.1.2 Faktor Kelemahan	32
5.2 Evaluasi Analisis Faktor Internal (IFAS)	35
5.3 Identifikasi Faktor Eksternal	36
5.3.1 Faktor Peluang	37
5.3.2 Faktor Ancaman	42
5.4 Analisis Evaluasi Faktor Eksternal (EFAS)	46
5.5 Analisis SWOT	47
5.6 Analisis <i>Quantitative Strategic Planning Matriks</i> (QSPM)	50
BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN	56
6.1 Kesimpulan	56
6.2 Saran	57
DAFTAR PUSTAKA	58
LAMPIRAN-LAMPIRAN	61
RIWAYAT HIDUP PENULIS	72

DAFTAR TABEL

No	Judul	Hal
1.	Penelitian Terdahulu.....	12
2.	Tahapan dan Waktu Penelitian.....	17
3.	Matriks IFAS	20
4.	Matriks EFAS	22
5.	Matriks SWOT	23
6.	Identifikasi Faktor Internal	28
7.	Evaluasi Faktor Internal	36
8.	Identifikasi Faktor Eksternal	37
10.	Evaluasi Faktor Eksternal	47
11.	Analisis Faktor SWOT	49
12.	Hasil Perhitungan Analisis QSMP	52