

## DAFTAR ISI

<b>PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI</b> .....	<b>iv</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	9
1.4 Sistematika Penulisan .....	9
<b>BAB II TELAAH PUSTAKA</b> .....	<b>12</b>
2.1 <i>Social Media Marketing</i> .....	12
2.2 Faktor Internal dan Faktor Eksternal .....	12
2.3 SWOT .....	14
2.4 Digital Printing.....	15
2.5 Manajemen Strategi .....	16
2.5.1 Pengertian Manajemen Strategi .....	16
2.5.2 Jenis Manajemen Strategi.....	17
2.6 Analisis Matriks .....	18
2.6.1 Matriks IFE ( <i>Internal Factor Evaluation</i> ) .....	18
2.6.2 Matriks EFE ( <i>Eksternal Factor Evaluation</i> ).....	20
2.6.3 Matriks Internal-Eksternal.....	22
2.6.4 Matriks SWOT .....	24
2.6.5 Matriks QSPM.....	26
2.7 Penelitian Terdahulu .....	28
2.8 Desain Penelitian .....	30
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>32</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	32
3.2 Lokasi Penelitian.....	32
3.3 Objek penelitian .....	32
3.4 Diagram Alir Penelitian .....	33

3.5	Jenis Data .....	34
3.6	Metode Pengumpulan Data.....	34
3.7	Metode Analisis Data.....	36
<b>BAB IV HASIL DAN ANALISIS .....</b>		<b>38</b>
4.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	38
4.1.1	Profil Perusahaan.....	38
4.1.2	Visi dan Misi .....	39
4.1.3	Logo .....	39
4.2	Analisis Lingkungan .....	40
4.2.1	Aspek Pasar dan Pemasaran .....	40
4.2.2	Aspek Produk .....	44
4.2.3	Aspek Sumber Daya Manusia .....	47
4.2.4	Aspek Operasional .....	48
4.3	Aspek Legalitas.....	56
4.4	Aspek Keuangan .....	59
4.4.1	Laporan Penjualan.....	59
4.4.2	Biaya Operasional .....	60
4.4.3	Biaya Investasi .....	69
4.4.4	Arus Kas .....	70
4.4.5	Laba Rugi .....	73
4.4.6	Neraca.....	76
4.5	Faktor Internal dan Eksternal Nora Media <i>Digital Printing</i> .....	76
4.5.1	<i>The Input Stage</i> .....	76
4.5.2	<i>The Matching Stage</i> .....	79
4.5.3	<i>The Decision Stage</i> .....	84
4.6	Strategi Alternatif berdasarkan Matriks QSPM pada Nora Media <i>Digital Printing</i> .....	86
4.6.1	Hasil Penerapan Strategi Alternatif Berdsasarkan QSPM .....	101
4.6.2	Perbandingan pada Penjualan Nora Media <i>Digital Printing</i> .....	101
4.6.3	Perbandingan pada Laba Rugi Nora Media <i>Digital Printing</i> .....	103
4.7	<i>Action Plan</i> berdasarkan Strategi Alternatif berdasar QSPM.....	105
<b>BAB V PENUTUP.....</b>		<b>108</b>
5.1	Kesimpulan .....	108
5.2	Saran .....	110
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>113</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>116</b>