

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar	i
Halaman Sampul Dalam	ii
Halaman Persetujuan	iii
Halaman Pengesahan	iv
Halaman Motto	v
Halaman Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xiii
Daftar Gambar	xiv
Daftar Lampiran	xv
Abstrak	xvi

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Fokus Penelitian	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
E. Penegasan Istilah	8
F. Sistematika Penulisan	9

BAB II : LANDASAN TEORI

A. Tinjauan Tentang Manajemen Strategi	11
1. Pengertian Manajemen Strategi	11
2. Tujuan dan Manfaat Manajemen Strategi	13
3. Faktor-Faktor yang Berpengaruh dalam Manajemen Strategi	15
4. Tingkatan Manajemen Strategi	17
5. Proses Manajemen Strategi	18
B. Tinjauan Tentang Konsep Pemasaran	19
1. Pengertian Pemasaran	19
2. Konsep Pemasaran	21
3. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	23
C. Tinjauan Tentang Analisis SWOT	28
1. Pengertian Analisis SWOT	28
2. Komponen-Komponen Analisis SWOT	30
3. Fungsi dan Tujuan Analisis SWOT	32
4. Tahapan Perencanaan Strategis	33
D. Hasil Penelitian Terdahulu	40
E. Kerangka Berpikir Teoritis	45

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	47
B. Lokasi Penelitian	48

C. Kehadiran Peneliti	49
D. Data dan Sumber Data	50
E. Teknik Pengumpulan Data	51
F. Teknik Analisis Data	53
G. Pengecekan Keabsahan Temuan	55
H. Tahap-Tahap Penelitian	55

BAB IV : HASIL PENELITIAN

A. Paparan Data	57
1. Komponen Analisis SWOT pada Wisata Edukasi Kampung Lele	57
2. Penerapan Analisis SWOT pada Wisata Edukasi Kampung Lele	79
B. Inisiatif Strategi Pemasaran Berdasarkan Kuadran Hasil Penelitian	88

BAB V : PEMBAHASAN

A. Wisata Edukasi Kampung Lele Dilihat dari Komponen Analisis <i>Strength Weakness Opportunity Threat</i> (SWOT)	90
B. Rekomendasi Strategi Pemasaran Berdasarkan Analisis <i>Strength Weakness Opportunity Threat</i> (SWOT)	101

BAB VI : PENUTUP

A. Kesimpulan	103
B. Saran-Saran	105

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN