

DAFTAR ISI

	Halaman
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.5 Ruang Lingkup	12
1.6 Sistematika Penulisan	12
II KAJIAN PUSTAKA	13
2.1 Manajemen Strategi	15
2.1.1 Strategi di Tingkat Korporat	16
2.1.2 Strategi di Tingkat Bisnis	16
2.1.3 Strategi di Tingkat Fungsional	17
2.2 Analisis PEST	20
2.3 Analisis <i>5 Forces of Porter</i>	21
2.4 Analisis Perilaku Konsumen	27
2.5 Keputusan Pembelian	32
2.6 Analisis SWOT	34
2.6.1 Fungsi SWOT	36
2.6.2 Matriks SWOT	36
2.7 Analisis <i>Turnaround</i>	38
2.8 Strategi Mengatasi <i>Turnaround</i>	46
2.9 Manajemen Perubahan	49
2.10 Memimpin Perubahan	53
2.11 Matriks Perencanaan Strategis Kuantitatif	57
2.12 <i>Balance Scorecard</i>	58
2.12.1 Perspektif <i>Balance Scorecard</i>	59

III	METODOLOGI PENELITIAN	65
3.1	Jenis Penelitian	65
3.2	Kerangka analisis	65
3.3	Sumber dan jenis data	68
3.4	Metode pengumpulan data	68
IV	GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	71
4.1	Sejarah singkat perusahaan	71
4.1.1	Produk yang ditawarkan	72
4.1.2	Tingkat kompetisi	73
4.1.3	Menu yang ditawarkan	74
4.1.4	Perkembangan strategi bisnis	75
4.1.5.	<i>Massive business expansion</i>	76
4.2	Visi, misi, dan budaya perusahaan	77
4.2.1	Visi perusahaan	77
4.2.2	Misi perusahaan	77
4.2.3	Budaya perusahaan	77
4.3.	Struktur organisasi perusahaan	78
V	ANALISA DAN PEMBAHASAN	79
5.1	Analisis eksternal	79
5.1.1	Analisis makro	79
5.1.2	Analisis industri	88
5.1.3	Analisis perilaku konsumen	94
5.2	Analisis internal	105
5.2.1	Analisis penyebab penurunan kinerja	105
5.2.2	Analisis fungsional	124
5.3	Rangkuman <i>cause of decline</i>	132
VI	PENETAPAN SASARAN DAN IMPLEMENTASI STRATEGI TURNAROUND	133
6.1	Sasaran <i>turnaround</i>	133
6.2	Analisis alternatif strategi	136
6.3	Analisis pemilihan strategi	139

6.4	Implementasi strategi	141
6.4.1	Implementasi perubahan	142
6.4.2	Peta Strategi dan Implementasi	150
6.4.3	Ukuran Strategi	154
6.4.3.1	Perspektif keuangan	155
6.4.3.2	Perspektif Konsumen	156
6.4.3.3	Perspektif Proses Internal	156
6.4.3.4	Perspektif Pembelajaran dan Pertumbuhan	157
VII	KESIMPULAN DAN SARAN	
7.1	Kesimpulan	159
7.2	Saran	161
VIII	DAFTAR PUSTAKA	163

DAFTAR TABEL

	Halaman	
Tabel 1.1	Persentase Restoran dan Rumah Makan berskala Menengah dan besar di DKI-Jakarta	1
Tabel 1.2	Pemilihan Lokasi Usaha Restoran	2
Tabel 1.3	Persentase Jaringan Usaha	3
Tabel 1.4	Data Penjualan, Transaksi, Spending rata-rata perbulan	8
Tabel 1.5	Laporan Laba Rugi	8
Tabel 3.1	Metode Pengumpulan dan Pengolahan Data	70
Tabel 5.1	Ringkasan PESTEL dan Dampaknya	88
Tabel 5.2	Rangkuman Daya Saing Industri	93
Tabel 5.3	Karakteristik Responden	95
Tabel 5.4	Tahap Pengenalan Kebutuhan Konsumen Restoran Khas Indonesia	96
Tabel 5.5	Tahap Pencarian Informasi Konsumen atas Restoran Makanan Indonesia	98
Tabel 5.6	Tahap Evaluasi Alternatif Konsumen Restoran Khas Indonesia	99
Tabel 5.7	Tahap Proses Pembelian Konsumen Restoran Khas Indonesia	102
Tabel 5.8	Proses Evaluasi Pasca Pembelian	103
Tabel 5.9	Hasil Kuesioner Kepuasan pelanggan	114
Tabel 5.10	Laporan Keuangan 2012 – Q1 2106	119
Tabel 5.11	Laporan Keuangan Chicken Story 2012 – Q1 2016	130
Tabel 5.12	Rekapitulasi cause of decline	132
Tabel 6.1	Sasaran Finansial	134
Tabel 6.2	SWOT Table	136
Tabel 6.3	TOWS Matrix	137
Tabel 6.4	Mapping Hofer Theory – SWOT Strategy	138
Tabel 6.5	Evaluasi Pemilihan Strategi	140

Tabel 6.6	Urutan Penilaian Strategi dengan QSPM	140
Tabel 6.7	Ukuran Strategi BSC	154

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Grafik PDB 2011-2015	4
Gambar 1.2 Proyeksi Pertumbuhan Ekonomi dan Inflasi	4
Gambar 1.3 Grafik Indeks Keyakinan Konsumen 2012-2015	5
Gambar 1.4 Grafik Indeks Keyakinan Konsumen 2014-2016	6
Gambar 1.5 Grafik Penjualan Chicken Story per Kuartal	7
Gambar 2.1 Hierarki Manajemen Strategi	16
Gambar 2.2 Hierarki Strategi Bisnis	17
Gambar 2.3 5 Forces of Porter Diagram	22
Gambar 2.4 Tahapan Keputusan Pembelian	33
Gambar 2.5 Matriks SWOT	37
Gambar 2.6 Tabel QSPM	58
Gambar 3.1 Kerangka Analisis	67
Gambar 4.1 Sruktur Organisasi Perusahaan	78
Gambar 5.1 Grafik UMP DKI-Jakarta	81
Gambar 5.2 Grafik PDB 2006-2016	82
Gambar 5.3 Grafik Indeks Harga Konsumen 2012-2016	83
Gambar 5.4 Grafik Indeks Keyakinan Konsumen 2014-2016	84
Gambar 6.1 Peta Strategi	153

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Daftar Peserta Wawancara
- Lampiran 2. Transkrip Wawancara dengan GM Business
- Lampiran 3. Transkrip Wawancara dengan GM Support
- Lampiran 4. Transkrip Wawancara dengan Manager HRD
- Lampiran 5. *Comment Card*