

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Penegasan Istilah	6
C. Fokus Penelitian	7
D. Rumusan Masalah	8
E. Tujuan Penelitian	8
F. Manfaat Penelitian	8
G. Sistematika Penulisan Skripsi	9
BAB II : KAJIAN PUSTAKA	10
A. Deskripsi Pustaka	10
1. Pengertian Strategi	10
2. Strategi Dalam Perspektif Islam	12
B. Teori Keunggulan Bersaing (<i>Cimpetitif Advantage</i>)	15
1. Pengertian Keunggulan Bersaing	15
2. Analisis Keunggulan Bersaing.....	17
3. Kekuatan Pesaing Industri.....	17
C. Strategi Bersaing Generik	19

1. Pengertian Strategi Generik	19
2. Jenis-Jenis Strategi Generik	22
a. Strategi Keunggulan Biaya (<i>Cost Leadership</i>)	22
b. Strategi Diferensiasi (<i>Differentiation</i>)	25
c. Strategi Fokus (<i>Focus</i>)	30
D. Usaha Mikiro Kecil dan Menengah (UMKM)	33
1. Pengertian UMKM	33
2. Kriteria UMKM	34
3. Kelebihan dan Kekurangan UMKM	35
a. Kelebihan	35
b. Kekurangan	35
E. Penelitian Terdahulu	36
F. Kerangka Berfikir	38
BAB III : METODE PENELITIAN.....	40
A. Jenisdan Pendekatan Penelitian	40
B. Subjek Penelitian	40
C. Subjek dan Objek Penelitian	41
D. Sumber Data	41
1. Data Primer	41
2. Data Sekunder	42
E. Metode Pengumpulan Data.....	42
1. Metode Wawancara (<i>interview</i>)	42
2. Metode Observasi	43
3. Metode Dokumentasi	44
F. Teknik Keabsahan Data	45
G. Analisis Data	45
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	47
1. Profil Perusahaan	47

2. Sejarah Berdirinya Perusahaan	47
3. Lokasi Perusahaan	48
4. Bidang Usaha	48
5. Struktur Organisasi Perusahaan	49
6. Sarana dan Prasarana Perusahaan	51
7. Bahan dan Proses Produksi Perusahaan	51
a. Bahan	51
b. Proses Produksi	52
8. Ruang Lingkup Produk	54
9. Pemasaran Perusahaan	54
a. Daerah Pemasaran	54
b. Sistem Pemasaran	54
c. Sistem Pembayaran	54
B. Hasil Penelitian	55
1. Strategi Bersaing Generik Yang Di Jalankan Konveksi Max Thing Collection Dalam Membangun Keunggulan Kompetitif	55
a. Strategi Bersaing Generik Yang Di Jalankan Max Thing Collection	56
1) Strategi Kepimpinan Biaya Rendah (<i>Cost Leadership</i>)	56
2) Strategi Diferensiasi (<i>Differentiation</i>)	59
3) Strategi Fokus (<i>Focus</i>)	60
2. Faktor Yang Menjadi Hambatan Dan Pendukung Di Konveksi Max Thing Collection Dalam menerapkan Strategi Bersaing Generik	61
a. Faktor Penghambat Di Konveksi Max Thing Collection Dalam Menerapkan Strategi Bersaing generik	61

b.	Faktor Pendukung Di Konveksi Max Thing Collection Dalam Menerapkan Strategi Bersaing Generik	63
3.	Strategi Bersaing Generik Yang Cocok Di Jalankan Max Thing Collection.....	66
C.	Analisis Pembahasan	66
1.	Analisis Strategi bersaing Generik Yang Di Jalankan Max Thing Collection	66
a.	Analisis Strategi Keunggulan Biaya (<i>Cost Leadership</i>)	67
b.	Analisis Strategi Diferensiasi (<i>Differentiation</i>).....	69
c.	Analisis Strategi Fokus (<i>Focus</i>)	71
2.	Analisis Faktor Yang Menjadi Hambatan Dan Pendukung Di Konveksi Max Thing Dalam Menerapkan Strategi Bersaing Generik	73
a.	Analisis Faktor Penghambat Yang Ada Di Max Thing Dalam Menerapkan Strategi Bersaing Generik	73
b.	Analisis Faktor Pendukung Yang Ada Di Max Thing Dalam Menerapkan Strategi Bersaing Generik	72
3.	Analisis Strategi Bersaing Generik Yang Cocok Di Jalankan Max Thing Collection	76
BAB V	: PENUTUP.....	77
A.	Kesimpulan	77
B.	Keterbatasan Penelitian.....	81
C.	Saran	82
D.	Penutup	82

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT PENDIDIKAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Keunggulan Bersaing	20
Gambar 2.2 Strategi Bersaing Generik Porter Keunggulan Kompetitif	21
Gambar 2.3 Keunggulan Bersaing	31
Gambar 2.4 Kerangka Berfikir.....	39
Gambar 4.1 Struktur Organisasi	49
Gambar 4.2 Keunggulan Bersaing	80

