

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	ii
<b>PERNYATAAN</b> .....	iii
<b>DECLARATION</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>ABSTRAK</b> .....	vii
<b>ABSTRACT</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Manfaat Penelitian .....	9
1.5 Batasan Penelitian .....	9
1.6 Sistematika Penulisan .....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	12
2.1 Penerbit Perguruan Tinggi .....	12
2.2 Konsep Strategi .....	13
2.3 Analisis Lingkungan Eksternal .....	14
2.3.1 Analisis PEST .....	15
2.3.2 <i>The Five Porter Forces</i> .....	16
1. Ancaman Pendetang Baru .....	17
2. Ancaman Persaingan antarperusahaan .....	17
3. Ancaman Produk Substitusi .....	17

4. Ancaman Kekuatan Pemasok .....	17
5. Ancaman Kekuatan Pembeli.....	18
2.4 Analisis <i>Value Chain</i> .....	18
2.5 Analisis <i>Key Succes Factor</i> .....	19
2.6 <i>Assesing Capability Profile</i> .....	20
2.7 EFAS dan IFAS <i>Matrix</i> .....	20
2.8 <i>Internal-External Matrix</i> .....	22
2.9 Strategi Bersaing.....	23
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>25</b>
3.1 Pendekatan Penelitian .....	25
3.2 Jenis dan Sumber Data .....	25
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	29
3.4 Teknik Analisis .....	30
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>32</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	32
4.1.1 Visi dan Misi AUP.....	33
4.1.2 Struktur Organisasi .....	33
4.1.3 Bisnis Usaha.....	34
4.2 Analisis Deskripsi .....	35
4.3 Analisis Lingkungan Bisnis .....	36
4.3.1 Lingkungan Eksternal .....	37
4.3.1.1 Lingkungan Eksternal Makro .....	37
4.3.1.2 Lingkungan Eksternal Industri .....	39
4.3.2 Identifikasi Faktor Eksternal .....	48
4.3.3 Analisis Lingkungan Internal .....	50
4.3.3.1 Analisis <i>Capability Profile</i> .....	51
4.3.3.2 Analisis <i>Value Chain</i> .....	53
4.3.4 Identifikasi Faktor Internal.....	60
4.4 <i>Internal-External (IE) Matrix</i> .....	62
4.5 Analisis Penilaian Kriteria Buku .....	63

4.6 Formulasi Strategi Bersaing.....	71
4.6.1 <i>Market Penetration</i> /Penetrasi Pasar .....	71
4.6.2 <i>Product Development</i> /Pengembangan Produk .....	73
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	77
5.1 Kesimpulan .....	77
5.2 Implikasi Penelitian .....	79
5.3 Keterbatasan Penelitian .....	81
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Pendapatan AUP dari Penjualan Buku tahun 2015 – 2019.....	5
Tabel 1.2	Data Penjualan Penerbit AUP Januari-September 2019.....	6
Tabel 3.1	Pemetaan <i>Stakeholders</i> AUP untuk Kuesioner IFE EFE Matrix Analysis .....	29
Tabel 4.1	Ancaman Masuknya Pendetang Baru .....	40
Tabel 4.2	Kekuatan Tawar Pemasok .....	43
Tabel 4.3	Kekuatan Tawar Pembeli.....	44
Tabel 4.4	Ancaman Produk Substitusi.....	46
Tabel 4.5	Intensitas Persaingan .....	47
Tabel 4.6	Peluang dan Ancaman AUP .....	49
Tabel 4.7	Hasil Pembobotan dan <i>Rating</i> Faktor Eksternal.....	50
Tabel 4.8	Kekuatan dan Kelemahan AUP .....	60
Tabel 4.9	Hasil Pembobotan dan <i>Rating</i> Faktor Internal Perusahaan .....	61
Tabel 4.10	Matriks Hasil Penilaian Kriteria Buku Berdasarkan Klasifikasi Responden.....	64

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Contoh buku AUP .....	3
Gambar 1.2 Grafik penjualan dan saldo buku AUP.....	6
Gambar 2.1 Alur Kerja AUP.....	13
Gambar 2.2 Model <i>Five Porter Forces</i> .....	16
Gambar 2.3 Bagan <i>Value Chain</i> .....	19
Gambar 4.1 Struktur Organisasi AUP.....	34
Gambar 4.2 Triangulasi Sumber Data.....	35
Gambar 4.3 Kondisi <i>Five Porter's Forces</i> AUP.....	48
Gambar 4.4 Posisi Airlangga University Press dalam <i>IE Matrix</i> .....	62