

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Perusahaan Yolla Bordir.....	1
1.1.2 Produk Yolla Bordir.....	3
1.2 Latar Belakang Penelitian	4
1.3 Perumusan Masalah.....	16
1.4 Tujuan Penelitian.....	19
1.5 Manfaat Penelitian.....	19
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	19
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	21
2.1 Teori-Teori Terkait Penelitian.....	21
2.1.1 Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)	21
2.1.2 Pemasaran	21
2.1.3 Strategi Pemasaran.....	22
2.1.4 <i>Segmentation, Targeting, Differentiation, Positioning</i>	24
2.1.5 <i>Marketing Mix</i>	27
2.1.6 Tahapan Perumusan Strategi	29
2.1.7 Analisis SWOT	30
2.1.8 Matriks <i>Internal Factor Evaluation</i> (IFE).....	34
2.1.9 Matriks <i>External Factor Evaluation</i> (EFE).....	35
2.1.10 Matriks Internal-Eksternal (IE).....	35
2.1.11 Matriks SWOT.....	35

2.1.12 <i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i> (QSPM).....	36
2.2 Penelitian Terdahulu.....	36
2.3 Kerangka Pemikiran.....	47
BAB III METODE PENELITIAN	49
3.1 Jenis Penelitian.....	49
3.2 Operasionalisasi Variabel.....	52
3.3 Tahapan Penelitian.....	61
3.4 Situasi Sosial dan Sampel.....	63
3.5 Pengumpulan Data dan Sumber Data.....	68
3.6 Uji Validitas.....	70
3.7 Teknik Analisis Data Kualitatif.....	72
3.7.1 Matriks SWOT.....	74
3.7.2 <i>Segmentation, Targeting, Differentiation, Positioning</i>	76
3.7.3 <i>Marketing Mix</i>	76
3.8 Teknik Analisis Data Kuantitatif.....	76
3.8.1 Matriks <i>Internal Factor Evaluation</i> (IFE).....	77
3.8.2 Matriks <i>External Factor Evaluation</i> (EFE).....	78
3.8.3 Matriks Internal-Eksternal (IE).....	79
3.8.4 <i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i> (QSPM).....	80
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	83
4.1 Karakteristik Narasumber.....	83
4.2 Hasil Penelitian.....	85
4.2.1 Kondisi Lingkungan Internal dan Lingkungan Eksternal UMKM Yolla Bordir.....	85
4.2.2 Usulan Strategi Pemasaran Alternatif Bagi UMKM Yolla Bordir.....	171
4.2.3 Strategi Pemasaran Prioritas Bagi UMKM Yolla Bordir.....	180
4.3 Pembahasan.....	206
4.3.1 Kondisi Lingkungan Internal dan Lingkungan Eksternal UMKM Yolla Bordir.....	206
4.3.2 Usulan Strategi Pemasaran Alternatif Bagi UMKM Yolla Bordir.....	229
4.3.3 Strategi Pemasaran Prioritas Bagi UMKM Yolla Bordir.....	247

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	250
5.1 Kesimpulan.....	250
5.1.1 Kondisi Lingkungan Internal dan Lingkungan Eksternal UMKM Yolla Bordir	250
5.1.2 Usulan Strategi Pemasaran Alternatif Bagi UMKM Yolla Bordir	250
5.1.3 Strategi Pemasaran Prioritas Bagi UMKM Yolla Bordir	252
5.2 Saran	252
5.2.1 Saran Praktis	252
5.2.2 Saran Teoritis	253
DAFTAR PUSTAKA	254
LAMPIRAN.....	285