

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>iv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Pemasaran .....	7
2.1.1 Pengertian Pemasaran .....	8
2.2 Strategi Pemasaran .....	10
2.2.1 Konsep Bauran Pemasaran .....	12
2.2.2 <i>Segmentation, Targetting, Positioning</i> .....	15
2.3 Analisis SWOT sebagai Alat Formulasi Strategi .....	24
2.4 Definisi UMKM .....	26
2.5 Penelitian Terdahulu .....	28
2.6 Kerangka Berpikir .....	31

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1 Jenis Penelitian .....	34
3.2 Narasumber .....	34
3.3 Lokasi Penelitian .....	35
3.4 Jenis dan Sumber Data .....	36
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	36
3.6 Operasional Konsep .....	37
3.7 Teknik Analisis Data .....	39
3.7.1 Analisis SWOT .....	39
3.7.2 Matrik SWOT .....	45
3.7.3 Metode AHP .....	46

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1 Gambaran Umum UMKM Sulam Usus Aan Ibrahim .....	58
4.2 Strategi Pemasaran UMKM Sulam Usus Aan Ibrahim .....	60
4.2.1 Bauran Pemasaran UMKM Sulam Usus Aan Ibrahim....	60
4.2.2 <i>Segmentation, Targeting, Positioning</i> .....	63
4.3 Analisis SWOT .....	65
4.3.1 Faktor Internal dan Eksternal UMKM Aan Ibrahim .....	65
4.3.2 Analisis Faktor Internal dan Eksternal .....	67
4.3.2.1 Faktor Internal.....	67
4.3.2.2 Faktor Eksternal.....	77
4.3.3 IFAS dan EFAS .....	87
4.3.4 Matrik SWOT .....	88
4.3.5 Strategi <i>Strength–Opportunity</i> UMKM Aan Ibrahim ....	92
4.4 Penentuan Prioritas Strategi dengan AHP .....	93

4.4.1 Kriteria Penentuan Prioritas Strategi Pemasaran	
UMKM Aan Ibrahim .....	93
4.4.2 Struktur Hirarki AHP .....	94
4.4.3 Pembobotan Kriteria-kriteria Penentu Prioritas	
Strategi Pemasaran .....	98
4.4.3.1 Pembobotan Kriteria (Tingkat 2) .....	98
4.4.3.2 Pembobotan Sub Kriteria (Tingkat 3) .....	99
4.4.3.3 Pembobotan Alternatif Strategi Pemasaran	
(Tingkat 4) .....	102
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Kesimpulan .....	106
5.2 Saran .....	106
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	