

DAFTAR ISI

HALAMAN SKRIPSI LUAR	i
HALAMAN SKRIPSI DALAM	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Pembatasan Masalah	11
E. Manfaat Penelitian	11
F. Definisi Istilah.....	13
G. Sistematika Penulisan Skripsi	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA	17
A. Strategi Pemasaran	17
1. Pengertian Strategi	17
2. Pengertian Pemasaran	19
3. Pengertian Strategi Pemasaran.....	21

a. Riset Pemasaran	23
b. Langkah-Langkah Perencanaan Strategi Pemasaran	25
c. Konsep Pemasaran	27
d. Lingkungan Pemasaran	31
B. Analisis SWOT	36
1. Pengertian SWOT	36
2. Tahap Perencanaan Strategi	39
a. Tahap Pengumpulan Data	39
b. Tahap Analisis.....	42
c. Tahap Pengambilan Keputusan.....	49
C. Penelitian Terdahulu	51
D. Kerangka Konseptual	56
BAB III METODE PENELITIAN	59
A. Jenis Penelitian.....	59
B. Lokasi Penelitian.....	60
C. Kehadiran Peneliti.....	60
D. Data dan Sumber Data	62
E. Teknik Pengumpulan Data.....	63
F. Teknik Analisis Data.....	66
G. Pengecekan Keabsahan Temuan.....	80
H. Tahap – Tahap Penelitian.....	82
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	84
A. UMKM di Blitar.....	84
1. Perkembangan UMKM di Blitar.....	84
2. Kebijakan Pemerintah	87
B. Profil UMKM Sekar Arum	89
1. Sejarah Perkembangan UMKM Sekar Arum.....	89
2. Visi dan Misi UMKM Sekar Arum.....	85

3. Struktur Organisasi UMKM Sekar Arum	91
C. Hasil Temuan	92
D. Analisis Hasil Temuan	115
BAB V PEMBAHASAN	133
A. Penerapan Analisis SWOT Strategi Pemasaran UMKM Sekar Arum	133
B. Strategi Pemasaran Yang Diterapkan UMKM Sekar Arum	137
BAB VI PENUTUP	139
A. Kesimpulan	139
B. Saran	140
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	