

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR
HALAMAN SAMPUL DALAM.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Pembatasan Masalah	9
E. Manfaat Penelitian	10
F. Penegasan Istilah	11
G. Sistematika Penulisan Skripsi	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA	16
A. Pengertian Strategi	16
B. Bauran Pemasaran (Marketing Mix)	18
1. Produk (Product).....	18
2. Harga (Price)	20
3. Promosi (Promotion)	22
4. Tempat/Saluran Distribusi (Place)	24
5. Manusia (People)	27
6. Sarana Fisik (Physical Evidence)	28
7. Proses (Process)	28
C. Analisis SWOT	29
1. Pengertian Analisis SWOT	29
2. Macam-macam Analisis SWOT	36
3. Matrik TOWS atau SWOT	38
4. Tahap Analisis	40
D. Volume Penjualan	41
E. Penelitian Terdahulu	47
F. Kerangka Berfikir	54
BAB III METODE PENELITIAN	57
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	57

B. Lokasi Penelitian	59
C. Kehadiran Peneliti	59
D. Data dan Sumber Data	60
1. Data Primer	60
2. Data Sekunder	61
E. Teknik Pengumpulan Data	61
1. Observasi	62
2. Wawancara	62
3. Dokumentasi	63
F. Teknik Analisis Data	64
1. Analisis Faktor Internal	64
2. Analisis Faktor Eksternal	65
3. Matrik SWOT	67
4. Diagram Analisis SWOT	68
G. Pengecakan Keabsahan Data	68
1. Perpanjangan Pengamatan	69
2. Meningkatkan Ketekunan	69
3. Triangulasi	69
4. Mengadakan Membercheking	70
H. Tahapan Penelitian	70
1. Tahapan Persiapan	71
2. Tahapan Lapangan	71
3. Tahapan Pengelolaan Data	71
BAB IV HASIL PENELITIAN	73
A. Gambaran Umum Usaha Tanpa Badan Hukum “Sumber Lancar”	73
1. Profil Usaha Tanpa Badan Hukum “Sumber Lancar”	73
2. Struktur Perusahaan Usaha Tanpa Badan Hukum “Sumber Lancar”	75
3. Proses Pembuatan Kacang di Usaha Tanpa Badan Hukum “Sumber Lancar”	78
B. Temuan Penelitian	79
1. Strategi Bauran Pemasaran 7P yang Diterapkan oleh Usaha Tanpa Badan Hukum “Sumber Lancar” dalam Meningkatkan Volume Penjualan	79
2. Analisis SWOT dalam Meningkatkan Volume Penjualan di Usaha Tanpa Badan Hukum “Sumber Lancar” Kelurahan Tamanan Kabupaten Trenggalek	89
3. Bauran Pemasaran Melalui Pendekatan Analisis SWOT dalam Meningkatkan Meningkatkan Volume Penjualan di Usaha Tanpa Badan Hukum “Sumber Lancar” Kelurahan Tamanan Kabupaten Trenggalek	93
4. Faktor-faktor yang Menjadi Penghambat dan Pendukung pada Usaha Tanpa Badan Hukum Sumber Lancar.....	108
BAB V PEMBAHASAN	111

A. Strategi Bauran Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan di Usaha Tanpa Badan Hukum “Sumber Lancar”	111
1. Strategi Produk	112
2. Strategi Harga	113
3. Strategi Promosi	115
4. Strategi tempat dan Saluran Distribusi	117
5. Strategi Orang	118
6. Strategi Proses	119
7. Strategi Bukti Fisik	120
B. Analisis SWOT dalam Meningkatkan Volume Penjualan di Usaha Tanpa Badan Hukum Sumber Lancar Kelurahan Tamanan Kabupaten Trenggalek	121
1. Strategi SO (strenght-opportunity)	124
2. Strategi ST (strenght-thearts)	124
3. Strategi WO (weakness-opportunity)	124
4. Strategi WT (weakness-threat)	124
C. Bauran Pemasaran Melalui Pendekatan Analisis SWOT dalam Meningkatkan Volume Penjualan di Usaha Tanpa Badan Hukum Sumber Lancar Kelurahan Tamanan Kabupaten Trenggalek	125
BAB VI PENUTUP	128
A. Kesimpulan	128
1. Strategi Bauran Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan di Usaha Tanpa Badan Hukum “Sumber Lancar”	128
2. Analisis SWOT dalam Meningkatkan Volume Penjualan di Usaha Tanpa Badan Hukum Sumber Lancar Kelurahan Tamanan Kabupaten Trenggalek	130
3. Bauran Pemasaran Melalui Pendekatan Analisis SWOT dalam Meningkatkan Volume Penjualan di Usaha Tanpa Badan Hukum Sumber Lancar Kelurahan Tamanan Kabupaten Trenggalek	131
B. Saran	133
1. Bagi Akademik	133
2. Rekomendasi Bagi Usaha Tanpa Badan Hukum Sumber Lancar	133
3. Bagi Peneliti Selanjutnya	134
DAFTAR PUSTAKA	135
LAMPIRAN – LAMPIRAN.....	138

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir Analisis SWOT	31
Gambar 2.2 Diagram Analisis SWOT	35
Gambar 2.3 Paradigma Penelitian	55
Gambar 4.1 Struktur Usaha Tanpa Badan Hukum “Sumber Lancar”	76
Gambar 4.2 Diagram Posisi Usaha Tanpa Badan Hukum Sumber Lancar	100

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Jumlah Penjualan	6
Tabel 2.1 Diagram Matrik SWOT	38
Tabel 3.1 Pembobotan dan Rating	67
Tabel 4.1 Kesimpulan Hasil Wawancara Faktor-faktor SWOT Pada Usaha Tanpa Badan Hukum Sumber Lancar	92
Tabel 4.2 Pembobotan dan Rating	93
Tabel 4.3 Pembobotan Faktor-faktor SWOT Pada Usaha Tanpa Badan Hukum Sumber Lancar	94
Tabel 4.4 Matrik IFAS	95
Tabel 4.5 Matrik EFAS	96
Tabel 4.6 Matrik SWOT	97
Tabel 4.7 Posisi Usaha Tanpa Badan Hukum Sumber Lancar	99
Tabel 4.8 Data Harga Penjualan Jumlah Besar	102
Tabel 4.9 Data Harga Penjualan Per Kg	102
Tabel 4.10 Data Penjualan Usaha Tanpa Badan Hukum Sumber Lancar Tahun 2019	102
Tabel 4.11 Data Penjualan Usaha Tanpa Badan Hukum Sumber Lancar Tahun 2020	104
Tabel 4.12 Data Penjualan Usaha Tanpa Badan Hukum Sumber Lancar Tahun 2021	106

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Permohonan Ijin Penelitian	138
Lampiran 2 Dokumentasi	139
Lampiran 3 Pedoman Wawancara	142
Lampiran 4 Pernyataan Keaslian Tulisan	145
Lampiran 5 Daftar Riwayat Hidup.....	146
Lampiran 6 Lembar Kendali Bimbingan	147