

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar.....	i
Halaman Sampul Dalam	ii
Halaman Persetujuan.....	iii
Halaman Pengesahan	iv
Halaman Motto.....	v
Halaman Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Gambar.....	xii
Daftar Tabel	xiii
Daftar Lampiran	xiv
Abstrak	xv
Abstract	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Penegasan Istilah	8
F. Sistematika Penulisan Skripsi.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
A. Landasan Teori	12
1. Manajemen Strategi pemasaran.....	12

2. Penjualan	20
3. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)	22
4. Analisis SWOT	29
B. Kajian Terdahulu	38
C. Kerangka Konseptual.....	42
BAB III METODE PENELITIAN	44
A. Jenis Penelitian	44
B. Tempat Dan Waktu Penelitian.....	45
C. Data Dan Sumber Data	45
1. Data Primer.....	46
2. Data Sekunder	46
D. Metode Pengumpulan Data	47
1. Observasi	47
2. Wawancara	47
3. Kuesioner.....	48
E. Metode Analisis Data	49
1. Melakukan analisis lingkungan internal dan eksternal.....	49
2. Analisis SWOT melalui Matriks IFAS dan EFAS	50
3. Matrik SWOT	54
4. Matriks Internal Dan Eksternal (Matrik IE).....	56
5. Matriks SPACE	57
F. Pengecekan Keabsahan Temuan.....	58
G. Tahap-Tahap Penelitian.....	59
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	61
A. Profil UD Barokah Desa Demuk Kecamatan Pucanglaban.....	61

1. Sejarah berdirinya UD Barokah	61
2. Tujuan UD Barokah	62
3. Struktur Organisasi UD Barokah.....	63
4. Produk UD Barokah	64
B. Hasil Temuan Penelitian.....	65
C. Analisis Hasil Temuan.....	82
BAB V PEMBAHASAN	96
A. Pendekatan analisis SWOT dalam meningkatkan penjualan UMKM Tiwul Instan UD Barokah di Tulungagung	96
B. Strategi Pemasaran dalam meningkatkan penjualan yang Diterapkan UMKM Tiwul Instan UD Barokah di Tulungagung	105
C. Hasil Strategi pemasaran dengan pendekatan analisis SWOT untuk meningkatkan penjualan UMKM Tiwul Instan UD Barokah di Tulungagung	110
BAB VI PENUTUP	111
A. Kesimpulan.....	111
B. Saran	113
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	