

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK .....	xii
KATA PENGANTAR.....	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Batasan Penelitian .....	5
1.5 Manfaat Penelitian .....	6
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Struktur Organisasi.....	7
2.2 Kerupuk.....	7
2.3 Pemasaran .....	8
2.3.1 Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ).....	9

2.4 Strategi.....	11
2.4.1 Strategi Pemasaran.....	12
2.5 Matrik IFE dan EFE .....	14
2.6 Matrik Internal-Eksternal (IE Matrik).....	14
2.7 Analisis SWOT.....	15
2.8 Matrik QSPM .....	16
<b>BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>17</b>
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian .....	17
3.2 Diagram Alir Metodologi Penelitian.....	17
3.3 Mekanisme Penelitian .....	18
3.4 Definisi Operasional Variabel .....	19
3.5 Metode Analisis Data .....	24
3.5.1 Analisis Matrik IFE dan matrik EFE.....	24
3.5.2 Matrik IE (Internal – Eksternal).....	26
3.5.3 Matrik SWOT .....	27
3.5.4 Matrik QSPM.....	28
3.6 Timeline Penelitian.....	30
<b>BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>31</b>
4.1 Gambaran Umum.....	31
4.1.1 Sejarah UMKM Maju Bersama .....	31
4.1.2 Visi, Misi dan Tujuan Perusahaan.....	32
4.1.3 Kegiatan Produksi .....	32

4.1.4 Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal Perusahaan.....	33
4.2 Pembahasan .....	44
4.2.1 Strategi Pemasaran UMKM Maju Bersama.....	44
4.2.2 Identifikasi dan Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal.....	45
4.2.3 Perumusan dan Penetapan Alternatif Strategi UMKM .....	49
<b>BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>63</b>
5.1 Kesimpulan .....	63
5.2 Saran.....	64
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>65</b>
<b>BIODATA PENULIS.....</b>	<b>91</b>

