

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
ABSTRAK	x
<i>ABSTRAC</i>	xi
BAB I PENDAHULUAN	I-1
1.1 Latar Belakang.....	I-1
1.2 Perumusan Masalah.....	I-2
1.3 Batasan Masalah.....	I-2
1.4 Tujuan Penelitian.....	I-3
1.5 Manfaat Penelitian.....	I-3
1.6 Sistematika Penulisan.....	I-3
BAB II LANDASAN TEORI	II-1
2.1 Definisi Usaha Kecil dan Menengah	II-1
2.2 Manajemen Strategi.....	II-1
2.3 Proses dan Tahapan Manajemen Strategi.....	II-2
2.4 Strategi Intensif	II-3
2.4.1 Penetrasi Pasar	II-4
2.4.2 Pengembangan Pasar	II-4
2.4.3 Pengembangan Produk.....	II-4
2.5 Strategi Pemasaran	II-5
2.6 Faktor Lingkungan Internal dan Eksternal	II-6
2.5.1 Faktor lingkungan internal	II-4
2.5.2 Faktor lingkungan eksternal	II-4
2.7 Matriks <i>Eksternal Factor Evaluation</i> (EFE) dan <i>Internal Factor Evaluation</i> (IFE)	II-7
2.8 Matriks SWOT	II-10
2.9 Matriks <i>Boston Consulting Group</i> (BCG).....	II-13
2.10 Matriks <i>Quantitative Strategies Planning Matrix</i> (QSPM).....	II-16
2.11 Penelitian Terdahulu.....	II-17
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	III-1
3.1 Objek Penelitian	III-1
3.2 Jenis dan Sumber Data	III-1
3.3 Kerangka Penelitian.....	III-1
3.4 Langkah Pengolahan Data	III-4

3.5	Analisis Hasil.....	III-5
3.6	Implementasi	III-6
3.7	Kesimpulan dan Saran	III-6
BAB IV	PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS HASIL	IV-1
4.1	Pengumpulan Data.....	IV-1
4.1.1	Data internal dan eksternal UKM.....	IV-1
4.1.2	Data penjualan batik UKM Batik Apsari	IV-2
4.1.3	Data penjualan produsen batik pesaing	IV-2
4.2	Pengolahan Data	IV-3
4.2.1	Wawancara dan penyebaran kuesioner.....	IV-3
4.2.2	Penentuan rating	IV-4
4.2.3	Penentuan bobot	IV-5
4.2.4	Matriks EFE dan IFE.....	IV-9
4.2.5	Matriks SWOT	IV-12
4.2.6	Matriks <i>Boston Consulting Group</i> (BCG).....	IV-14
4.2.7	Analisis QSPM	IV-18
4.3	Analisis Hasil.....	IV-21
4.3.1	Analisis hasil SWOT	IV-21
4.3.2	Analisis hasil matriks BCG	IV-21
4.3.3	Analisis hasil QSPM.....	IV-22
4.4	Implementasi	IV-19
4.4.1	Implementasi strategi.....	IV-23
4.4.2	Kendala dalam menetapkan strategi.....	IV-25
4.4.2	Hasil penjualan UKM Batik Apsari	IV-26
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	V-1
5.1	Kesimpulan.....	V-1
5.2	Saran	V-1

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Diagram SWOT	II-12
Gambar 2.2 Matriks SWOT	II-13
Gambar 2.3 Diagram Matriks BCG	II-15
Gambar 3.1 Kerangka Penelitian	III-2
Gambar 4.1 Posisi UKM Batik Apsari.....	IV-12
Gambar 4.2 Matriks BCG	IV-18
Gambar 4.3 Sosial Media Instagram.....	IV-23
Gambar 4.4 Penjualan Online Shoope	IV-24
Gambar 4.5 Penjualan Online OLX.....	IV-24

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Matriks EFE	II-8
Tabel 2.2	Matriks IFE	II-8
Tabel 2.3	Pembobotan Faktor Eksternal Perusahaan	II-9
Tabel 2.4	Pembobotan Faktor Internal Perusahaan	II-10
Tabel 2.5	Matriks QSPM	II-17
Tabel 4.1	Data Eksternal UKM	IV-1
Tabel 4.2	Data Internal UKM	IV-1
Tabel 4.3	Data Penjualan UKM Batik Apsari	IV-2
Tabel 4.4	Data Penjualan UKM Batik Tutik Dedi	IV-3
Tabel 4.5	Rating Peluang	IV-4
Tabel 4.6	Rating Ancaman	IV-4
Tabel 4.7	Rating Kekuatan	IV-5
Tabel 4.8	Rating Kelemahan	IV-5
Tabel 4.9	Contoh Pembobotan Faktor Eksternal Responden I	IV-6
Tabel 4.10	Bobot Faktor Eksternal	IV-6
Tabel 4.11	Contoh Pembobotan Faktor Internal Responden I	IV-7
Tabel 4.12	Bobot Faktor Internal	IV-8
Tabel 4.13	Matriks EFE	IV-9
Tabel 4.14	Matriks IFE	IV-11
Tabel 4.15	Matriks SWOT	IV-13
Tabel 4.16	Data Penjualan Produk Batik Apsari Tahun 2018	IV-15
Tabel 4.17	Data Penjualan Produk Batik Tutik Dedi Tahun 2018	IV-15
Tabel 4.18	Perhitungan QSPM	IV-17
Tabel 4.19	Hasil QSPM	IV-19
Tabel 4.20	Data Penjualan Periode 23 September-29 September 2019	IV-26