

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGAJUAN .....	.ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	.iii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	.v
KATA PENGANTAR .....	vi
ABSTRACT.....	vii
<i>ABSTRACT</i> .....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian .....	5
D. Kegunaan Penelitian .....	5
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	6
A. Landasan Teori.....	6
1. Manajemen Strategi.....	6
2. Pemasaran .....	7
3. Bauran Pemasaran.....	8
4. Perumusan Strategi.....	12
5. Strategi Pemasaran.....	14
6. Analisis Lingkungan Internal.....	15
7. Analisis Lingkungan Eksternal.....	17
8. Analisis SWOT .....	20
9. <i>Analitycal Hierarchie Process (AHP)</i> .....	24
10. UMKM.....	28
11. Ikan Asap .....	29
B. Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang .....	31
C. Kerangka Pemikiran.....	35
D. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	37
BAB III. METODE PENELITIAN .....	42
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	42
B. Metode Penentuan Responden.....	43
C. Jenis dan Sumber Data.....	43
D. Metode Pengambilan Data.....	44
E. Analisis Data.....	45
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	55
A. Hasil Penelitian.....	55
1. Gambaran Umum Usaha Kecil Ikan Asap Mak Ti.....	55
2. Analisis Lingkungan Internal Usaha Kecil Ikan Asap Mak Ti.....	60

3. Analisis Lingkungan Eksternal Usaha Kecil Ikan Asap Mak Ti.....	64
4. Analisis Strategi Pemasaran.....	67
5. Analisis AHP ( <i>Analytical Hierarki Process</i> ).....	80
B. Pembahasan.....	90
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	105
A. Kesimpulan.....	105
B. Saran.....	105
DAFTAR PUSTAKA.....	106
LAMPIRAN	