

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Kegunaan Penelitian	6
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Landasan Teori.....	8
1. Manajemen Strategi.....	8
2. Pemasaran.....	9
3. Manajemen Pemasaran.....	10
4. Bauran Pemasaran	12
5. Analisis Lingkungan Internal	13
6. Analisis Lingkungan Eksternal	15
7. Matriks Internal-Eksternal (IE)	17
8. Analisis SWOT (<i>Strength, Weakness, Oppurtunity, Threats</i>).....	18
9. Tahap Pengambilan Keputusan.....	21
10. Usaha Mikro Kecil dan Menengah.....	22
B. Penelitian Terdahulu	23
C. Kerangka Pemikiran.....	31
D. Definisi Operasional dan Pengukuran	33

BAB III. METODE PENELITIAN	37
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	37
B. Metode Penentuan Lokasi.....	37
C. Metode Pengambilan Sampel	39
D. Macam dan Jenis Data	40
1. Data Primer	40
2. Data Sekunder	40
E. Batasan Penelitian.....	41
F. Metode Pengambilan Data.....	41
G. Teknik Analisis Data.....	42
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	52
A. Hasil Penelitian	52
1. Gambaran Umum UMKM Yang-Ti.....	52
2. Lingkungan Internal UMKM Yang-Ti.....	55
3. Lingkungan Eksternal UMKM Yang-Ti.....	63
B. Pembahasan Penelitian.....	88
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	96
A. Kesimpulan	98
B. Saran	98

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1	Matriks SWOT	21
Tabel 2. 2	Matriks Perencanaan Strategis Kuantitatif (QSPM)	21
Tabel 2. 3	Matriks QSPM	21
Tabel 2. 4	Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang.....	27
Tabel 2. 5	Variabel, Dimensi, Indikator, dan Skala Pengukuran.....	35
Tabel 3. 1	Alasan Pertimbangan Pemilihan Lokasi Penelitian	38
Tabel 3. 2	Susunan Pegawai UMKM Yang- Ti	39
Tabel 3. 3	Jumlah Sampel Penelitian	39
Tabel 3. 4	Matriks IFE (<i>Internal Factor Evaluation</i>)	43
Tabel 3. 5	Matriks EFE (<i>External Factor Evaluation</i>)	44
Tabel 3. 6	Matriks SWOT	47
Tabel 3. 7	Matriks QSPM (<i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i>).....	50
Tabel 4. 1	Produk Sirup Wedang Secang.....	59
Tabel 4. 2	Daftar Harga Sirup Wedang Secang	60
Tabel 4. 3	Data Pendukung Ketidakstabilan Harga Bahan Baku.....	61
Tabel 4. 4	Matriks IFE UMKM Yang-Ti.....	73
Tabel 4. 5	Matriks EFE UMKM Yang-Ti.....	77
Tabel 4. 6	Perhitungan Skor Rata-Rata Matriks SWOT UMKM Yang-Ti.....	80
Tabel 4. 7	Perhitungan Strategi S-O, S-T, W-O, dan W-T UMKM Yang-Ti....	81
Tabel 4. 8	Matriks SWOT UMKM Yang-Ti Error! Bookmark not defined.	
Tabel 4. 9	Matriks QSPM UMKM Yang-Ti.....	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1	Grafik Tren Penjualan Sirup Wedang Secang Tahun 2023	4
Gambar 2. 1	Matriks Internal-Eksternal (IE).....	17
Gambar 2. 2	Kerangka Pemikiran.....	32
Gambar 3. 1	Matriks IE.....	46
Gambar 4. 1	Struktur Organisasi.....	53
Gambar 4. 2	<i>Outlet</i> UMKM Yang-Ti Lantai LG Amplaz	72
Gambar 4. 3	Matriks <i>Internal-External (IE)</i> UMKM Yang-Ti	79

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	<i>Focus Group Discussion</i>
Lampiran 2	Kuisisioner Faktor Internal dan Eksternal
Lampiran 3	Kuisisioner Pemilihan Strategi dengan QSPM
Lampiran 4	Hasil Olah Data Penelitian
Lampiran 5	Dokumentasi Penelitian
Lampiran 6	Surat Izin Penelitian
Lampiran 7	Surat Keterangan Selesai Penelitian