

DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSEMPAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR	viv
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT.....	xv

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah	I-1
1.2 Perumusan Masalah	I-3
1.3 Batasan Masalah	I-3
1.4 Tujuan Penelitian	I-3
1.5 Manfaat Penelitian	I-4
1.6 Sistematika Penulisan	I-4

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM).....	II-1
2.1.1 Usaha Mikro	II-1
2.1.2 Usaha Kecil.....	II-2
2.1.3 Usaha Menengah.....	II-2
2.2 Strategi	II-3
2.2.1 Macam- macam strategi.....	II-4
2.2.2 Manajemen strategi.....	II-6
2.2.3 Perencanaan strategi	II-7
2.3 Pemasaran (<i>Marketing</i>).....	II-10

2.4	Analisis SWOT	II-12
2.4.1	Analisa SWOT sebagai alat perencanaan strategis.....	II-13
2.4.2	Variabel Internal	II-15
2.4.3	Variabel Eksternal.....	II-18
2.5	<i>Analytical Hierarchy Process (AHP)</i>	II-21
2.5.1	Perhitungan hasil akhir kuisioner	II-22
2.5.2	Pengisian matrik perbandingan.....	II-25
2.5.3	Perhitungan bobot elemen	II-26
2.5.4	Konsistensi.....	II-28

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Obyek Penelitian.....	III-1
3.2	Pengumpulan Data	III-1
3.3	Kerangka Pemecahan Masalah	III-3
3.3.1	Pengolahan data Analisis SWOT.....	III-3
3.3.2	Pengolahan Data AHP	III-9
3.4	Diagram Alir Penelitian	III-13

BAB IV PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS HASIL

4.1	Pengumpulan Data	IV-1
4.1.1	Metode analisis SWOT	IV-1
4.1.2	Penentuan bobot dan rating.....	IV-2
4.1.3	Struktur perusahaan	IV-8
4.2	Pengolahan Data	IV-9
4.2.1	Metode SWOT	IV-9
4.2.1.1	Pengolahan data dengan metode SWOT	IV-9
4.2.1.2	Penentuan posisi perusahaan	IV-15
4.2.1.3	Perumusan alternatif strategi pemasaran	IV-18
4.2.2	Pengolahan Data dengan Metode AHP	IV-21
4.2.2.1	Rekapitulasi data kriteria.....	IV-21
4.2.2.2	Pengujian <i>consistency ratio</i> kriteria	IV-23
4.2.2.3	Perhitungan bobot rata-rata geometrik kriteria..	IV-26

4.2.3.4	Rekapitulasi data alternatif.....	IV-28
4.2.3.5	Pengujian <i>consistency ratio</i> alternatif	IV-32
4.2.3.6	Perhitungan bobot rata-rata geometrik alternatif	IV-36
4.2.3.7	Pemilihan alternatif	IV-39
4.3	Analisis Hasil.....	IV-40
4.3.1	Analisis pengolahan data metode SWOT	IV-40
4.3.2	Analisis pengolahan data AHP	IV-42
4.3.3	Perumusan strategi pemasaran	IV-43

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan	V-1
5.2	Saran	V-1

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN