

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN .....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK .....	vi
ABSTRACT .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	11
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	11
1.3.2 Manfaat Penelitian .....	12
1.4 Sistematika Penulisan .....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	14
2.1 Definisi UMKM.....	14
2.2 Pemasaran.....	16
2.3 Strategi Pemasaran .....	18
2.4 Segmentation, Targeting dan Positioning.....	19
2.5 Bauran Pemasaran (Marketing Mix).....	21
2.6 Definisi Makanan Dan Makanan Ringan.....	26

2.6.1 Definisi Makanan.....	26
2.6.2 Makanan Ringan.....	28
2.7 Penelitian Terdahulu.....	28
2.8 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	34
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>35</b>
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	35
3.1.1 Variabel Penelitian .....	35
3.1.2 Definisi Operasional Variabel .....	35
3.2 Penentuan Sampel .....	41
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	42
3.4 Metode dan Pengumpulan Data .....	44
3.5 Metode Analisis .....	45
3.5.1 Matriks IFE Dan EFE.....	45
3.5.2 Matriks IE.....	48
3.5.3 Matriks SWOT.....	49
3.5.4 Tahap Pengambilan Keputusan (Matriks QSPM).....	51
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>54</b>
4.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	54
4.1.1 Sejarah Dan Perkembangan UKM Snack Barokah.....	54
4.1.2 Lokasi Dan Keadaan Perusahaan .....	55
4.1.3 Misi Dan Visi UKM Snack Barokah .....	56
4.1.4 Struktur Organisasi UKM Snack Barokah.....	57
4.2 Analisis Lingkungan Perusahaan.....	58
4.2.1 Analisis Lingkungan Internal.. .....	58
4.2.2 Analisis Lingkungan Eksternal .....	66
4.2.2.1 Analisis Lingkungan Jauh.....	66
4.2.2.2 Analisis Lingkungan Industri.....	77
4.3 Identifikasi Faktor Internal Dan Eksternal .....	83
4.3.1 Identifikasi Kekuatan Dan Kelemahan.....	84
4.3.2 Identifikasi Peluang Dan Ancaman.....	88
4.4 Matriks IFE – EFE.....	91

4.4.1 Matriks IFE.....	91
4.4.2 Matriks EFE.....	93
4.5 Matriks IE.....	95
4.6 Matriks SWOT.....	97
4.6.1 Kekuatan Dan Peluang (S-O).....	97
4.6.2 Kelemahan Dan Peluang (W-O).....	98
4.6.3 Kekuatan Dan Ancaman (S-T).....	99
4.6.4 Kelemahan Dan Ancaman (W-T).....	100
4.7 Tahap Keputusan Matriks QSPM.....	102
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>105</b>
5.1 Kesimpulan .....	105
5.2 Saran .....	107
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	109
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>110</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>114</b>