

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	v
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI .....	vi
PENGESAHAN MUNAQOSAH .....	vii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	viii
ABSTRAK.....	ix
MOTTO.....	x
PERSEMBAHAN .....	xi
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN .....	xii
KATA PENGANTAR .....	xiii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL .....	xvii
DAFTAR GAMBAR .....	xviii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Fokus Penelitian .....	4
C. Rumusan Masalah .....	4
D. Tujuan Penelitian.....	5
E. Manfaat Penelitian.....	5
F. Sistematika Penulisan .....	5
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA.....</b>	<b>7</b>
A. Deskripsi Teori .....	7
1. Pengertian Strategi Pemasaran .....	7
2. Konsep Strategi .....	10
3. Bauran Pemasaran.....	10
4. Perencanaan Strategi Pemasaran .....	16
5. Pengembangan Produk.....	20
6. Proses Pemasaran.....	21
7. Penjualan .....	23
8. Analisis SWOT .....	28
9. Pengertian Pemasaran Syariah .....	33
B. Penegasan Istilah .....	37
C. Hasil Penelitian Terdahulu .....	38
D. Kerangka Berpikir .....	41
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>43</b>
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	43
B. Sumber Data.....	44
C. Lokasi Penelitian .....	45
D. Teknik Pengumpulan Data .....	45

1.	Wawancara .....	46
2.	Observasi .....	47
3.	Dokumentasi .....	47
E.	Uji Keabsahan Data .....	48
F.	Analisis Data .....	49
1.	Pendahuluan.....	49
2.	Analisis Sebelum di Lapangan.....	49
3.	Analisis Setelah di Lapangan .....	50
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	59
A.	Gambaran Objek Penelitian .....	59
1.	Profil Perusahaan .....	59
2.	Visi dan Misi Perusahaan.....	60
3.	Struktur Organisasi .....	60
4.	Jobdesk .....	61
5.	Produk dan Layanan .....	62
B.	Deskripsi Data Penelitian .....	62
1.	Pemasaran yang Dilakukan UMKM Batik Tulis Sekar Mulyo.....	62
2.	Kelebihan Strategi Pemasaran UMKM Batik Tulis Sekar Mulyo Lasem .....	63
3.	Kekurangan Strategi Pemasaran Batik Tulis Sekar Mulyo Lasem .....	63
4.	Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan.....	63
C.	Analisis Data .....	64
1.	Pemasaran yang Dilakukan UMKM Batik Sekar Mulyo Lasem .....	64
2.	Kelebihan Strategi Pemasaran UMKM Batik Tulis Sekar Mulyo Lasem .....	65
3.	Kekurangan Strategi Pemasaran UMKM Batik Tulis Sekar Mulyo Lasem.....	66
BAB V	PENUTUP .....	70
A.	Simpulan .....	70
B.	Saran-Saran .....	70
DAFTAR	PUSTAKA .....	72
LAMPIRAN-	LAMPIRAN .....	74

**DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1 Matriks SWOT ..... 32  
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu ..... 38



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Komponen dalam Bauran Pemasaran .....	12
Gambar 2.2 Langkah-langkah Perencanaan Strategi .....	18
Gambar 2.3 Kerangka Berpikir .....	42
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Batik Tulis Sekar Mulyo .....	vii

