

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	xi
BAB I KONSEP PEMASARAN DAN MANAJEMEN PEMASARAN	1
1.1 Pendahuluan	1
1.2 Filosofi Manajemen Pemasaran	5
1.3 Konsep Pemasaran Berwawasan Sosial	6
1.4 Peranan Manajemen Pemasaran Usaha Kecil pada Era Persaingan	7
BAB II MANAJEMEN USAHA KECIL	11
2.1 Pengertian Usaha Kecil	11
2.2 Kendala dan Upaya Pengembangan Usaha Kecil	12
2.2.1 Kendala Pengembangan Usaha Kecil	12
2.2.2 Upaya Pengembangan Usaha Kecil	15
2.3 Usaha Kecil di Era Persaingan	15
BAB III MANAJEMEN PEMASARAN USAHA KECIL BERORIENTASI PELANGGAN	21
3.1 Manajemen Pemasaran Usaha Kecil	21
3.2 Pentingnya Menciptakan Kepuasan Pelanggan bagi Usaha Kecil	24
3.3 Strategi Pemasaran Usaha Kecil Berorientasi Pelanggan	26
BAB IV STRATEGI PEMASARAN USAHA KECIL YANG BERDAYA SAING	29
4.1 Daya Saing Usaha Kecil	29
4.2 Strategi Pemasaran Usaha Kecil	35
4.2.1 Strategi Produk	37
4.2.2 Strategi Harga	39

4.2.3	Strategi Distribusi	43
4.2.4	Strategi Promosi	45
4.2.5	Strategi Fisik dan Tata Letak	47
4.2.6	Strategi Pelayanan Karyawan	50
BAB V	SEGMENTASI PASAR USAHA KECIL	55
5.1	Pengertian dan Manfaat Segmentasi Pasar	55
5.2	Segmentasi Pasar Usaha Kecil	57
BAB VI	MANAJEMEN PEMASARAN USAHA KERIPIK PISANG	61
6.1	Profil Usaha Keripik Pisang	61
6.1.1	Pola Manajemen Usaha Keripik Pisang	63
6.1.2	Sumber Upah dan Tenaga Kerja	63
6.1.3	Struktur Organisasi	63
6.1.4	Hari Kerja	64
6.1.5	Aspek Kemitraan	64
6.2	Pola Pembiayaan Usaha Keripik Pisang	64
6.3	Produksi Usaha Keripik Pisang	67
6.3.1	Bahan Baku	67
6.3.2	Fasilitas dan Peralatan	68
6.3.3	Proses Produksi Keripik Pisang	72
6.3.4	Standarisasi Mutu Produksi Keripik Pisang	78
6.3.5	Lokasi Usaha dan Tata Letak Pabrik	79
6.4	Manajemen Pemasaran Usaha Keripik Pisang	80
6.4.1	Persaingan dan Peluang Pasar Usaha Keripik Pisang	80
6.4.2	Bauran Produk Usaha Keripik Pisang	81
6.4.3	Bauran Harga Usaha Keripik Pisang	81
6.4.4	Bauran Distribusi Usaha Keripik Pisang	82
6.4.5	Bauran Promosi Usaha Keripik Pisang	83
BAB VII	MANAJEMEN USAHA DAN PEMASARAN BASO DAGING SAPI	85
7.1	Profil Usaha Baso Daging Sapi	85
7.2	Pola Pembiayaan Usaha Baso Daging Sapi	87
7.3	Aspek Teknik Produksi Usaha Baso Daging Sapi	88
7.3.1	Lokasi Usaha	88
7.3.2	Fasilitas Produksi dan Peralatan	88
7.3.3	Bahan Baku	91
7.3.4	Tenaga Kerja	91
7.3.5	Teknologi	92
7.3.6	Proses Produksi	92
7.3.7	Jumlah, Jenis, dan Mutu Produksi	98

7.3.8	Produksi Optimum	99
7.3.9	Kendala Produksi	99
7.4	Aspek Pasar dan Pemasaran Usaha Baso Daging Sapi	100
7.4.1	Aspek Pasar	100
7.4.2	Aspek Pemasaran	102

DAFTAR PUSTAKA

107

DAFTAR GAMBAR

-oo0oo-

Gambar 1.1	Sistem Pemasaran Modern	5
Gambar 1.2	Bagan Perbedaan Nyata antara Konsep Penjualan dan Pemasaran	6
Gambar 2.1	Usaha Kecil Mie Ayam Bakso	16
Gambar 2.2	Mie Ayam Bakso	18
Gambar 2.3	Toko Hasil Kerajinan	20
Gambar 3.1	Display Hasil Kerajinan	22
Gambar 3.2	<i>The Marketing System of Small Business</i>	23
Gambar 3.3	Toko Tas dan Sepatu, Hasil Industri Kecil	25
Gambar 3.4	Usaha Potong Rambut	26
Gambar 4.1	Toko Kebutuhan Rumah Tangga	30
Gambar 4.2	Toko Helm dan Peralatan Motor	32
Gambar 4.3	Toko Pakaian	33
Gambar 4.4	Penjual Kain Tradisional	34
Gambar 4.5	Produksi Krupuk	37
Gambar 4.6	Produk Anyaman	37
Gambar 4.7	Produk Alat-alat Rumah Tangga	39
Gambar 4.8	Produk Bahan Minuman	40
Gambar 4.9	Produk Makanan Ringan	40
Gambar 4.10	Produk Biji Kopi	42
Gambar 4.11	Produk Kripik Pisang	43
Gambar 4.12	Proses Penjualan Langsung di Toko dengan Tawaran Berbagai Insentif dan Diskon	46
Gambar 4.13	Desain Lay Out Toko	49
Gambar 4.14	Desain Display Produk	50
Gambar 4.15	Keramahan Karyawan dalam Melayani Pembeli akan Mendukung Pemasaran	52