

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGANTAR	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
INTISARI	xiii
ABSTRACT	xiv
I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	2
1.3. Tujuan Penelitian	3
1.4. Manfaat Penelitian	3
II. TINJAUAN PUSTAKA DAN DASAR TEORI	4
2.1. Tinjauan Pustaka	4
2.1.1. Salak Pondoh	4
2.1.2. Analisis Efisiensi Pemasaran Salak	4
2.1.3. Strategi Pengembangan Salak	5
2.1.4. Ekspor Salak	5
2.2. Dasar Teori	7
2.2.1. Pemasaran	7
2.2.2. Efisiensi Pemasaran	8
2.2.4. Analisis Situasi	9
2.2.5. Analisis SWOT	9
2.3. Kerangka Pemikiran	10
2.4. Hipotesis	10
III. METODE PENELITIAN	11
3.1. Metode Dasar	11
3.2. Metode Pengambilan Sampel	11
3.2.1. Lokasi Penelitian	11
3.2.2. Sampel Petani	11
3.2.3. Sampel Pedagang	12
3.3. Teknik Pengambilan Data	13
3.4. Jenis Data	13
3.4.1. Data Primer	13
3.4.2. Data Sekunder	13
3.5. Pembatasan Masalah	13
3.6. Definisi dan Pengukuran Variabel	14
3.7. Metode Analisis Data	14
3.7.1. Uji Validitas	14
3.7.2. Uji Reliabilitas	15
3.7.3. Efisiensi Pemasaran	15
3.7.4. Analisis Matriks <i>Internal Factor Analysis Summary</i> (IFAS) dan	

<i>External Factor Analysis Summary (EFAS)</i>	15
3.7.5. Analisis SWOT	16
IV. KEADAAN UMUM DAERAH PENELITIAN	18
4.1. Keadaan Fisik Daerah	18
4.2. Keadaan Penduduk.....	19
4.2.1. Kepadatan Penduduk	19
4.2.2. Struktur Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin.....	20
4.2.3. Struktur Penduduk Berdasarkan Usia	21
4.2.4. Struktur Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan	21
4.3. Keadaan Pertanian	22
4.4. CV Mitra Turindo	23
V. KARAKTERISTIK RESPONDEN	25
5.1. Identitas Petani.....	25
5.1.1. Identitas Petani Berdasarkan Usia	25
5.1.2. Identitas Petani Berdasarkan Jenis Kelamin	25
5.1.3. Identitas Petani Berdasarkan Tingkat Pendidikan	26
5.1.4. Identitas Petani Berdasarkan Pengalaman Usaha Tani Salak	27
5.1.5. Identitas Petani Berdasarkan Saluran Pemasaran	27
5.2. Identitas Pedagang	28
5.2.1. Identitas Pedagang Berdasarkan Jenis Kelamin	28
5.2.2. Identitas Pedagang Berdasarkan Usia.....	28
5.2.3. Identitas Pedagang Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	29
VI. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	30
6.1. Manajemen Strategi Pemasaran	30
6.2. Uji Validitas dan Reliabilitas	30
6.2.1 Uji Validitas	31
6.2.2 Uji Reliabilitas	32
6.3. Analisis Efisiensi	33
6.4. Kondisi Pemasaran Salak Lokal	35
6.4.1. IFAS Pemasaran Lokal	35
6.4.2. <i>Strenght</i> Pemasaran Lokal	35
6.4.3. <i>Weakness</i> Pemasaran Lokal	38
6.4.4. EFAS Pemasaran Lokal	40
6.4.5. <i>Opportunities</i> Pemasaran Lokal.....	41
6.4.6. <i>Threat</i> Pemasaran Lokal	44
6.5. Kondisi Pemasaran Salak Ekspor	47
6.5.1. IFAS Pemasaran Ekspor	47
6.5.2. <i>Strenght</i> Pemasaran Ekspor	48
6.5.3. <i>Weakness</i> Pemasaran ekspor.....	52
6.5.4. EFAS Pemasaran Ekspor	56
6.5.5. <i>Opportunities</i> Pemasaran Ekspor.....	57
6.5.6. <i>Threat</i> Pemasaran Ekspor	59
6.6. Analisis Matriks SWOT	62
6.6.1. Strategi Pemasaran Lokal	65
6.6.2. Strategi Pemasaran Ekspor	69
6.6.3. Pengalihan Saluran Pemasaran	73
VII. PENUTUP.....	75
7.1. Kesimpulan	75

7.2. Saran	75
DAFTAR PUSTAKA.....	76
LAMPIRAN	80