DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ..... **i**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ..... **ii**

PERSETUJUAN PEMBIMBING ..... **iii**

PENGESAHAN TIM PENGUJI ..... **iv**

MOTTO DAN PERSEMBAHAN ..... **v**

KATA PENGANTAR ..... **vi**

ABSTRAK ..... **viii**

DAFTAR ISI ..... **ix**

DAFTAR BAGAN ..... **xii**

BAB I : PENDAHULUAN **1**

A. Latar Belakang 1
B. Rumusan Masalah dan Fokus Penelitian 6
C. Tujuan Penelitian 7
D. Manfaat Penelitian 7
E. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu 8
F. Definisi Konsep 12
G. Kerangka Pikir Penelitian 16
H. Metode Penelitian 18
   1. Pendekatan dan Jenis Penelitian 18
   2. Subyek, Obyek, dan Lokasi Penelitian 20
   3. Jenis dan Sumber Data 24
   4. Tahap-tahap Penelitian 25
   5. Teknik Pengumpulan Data 27
   6. Teknik Analisis Data 30
I. Sistematika Pembahasan 31

BAB II : KAJIAN TEORITIS **33**

A. Kajian Pustaka 33
   1. Usaha Kecil dan Menengah serta Ketahanan Ekonomi Masyarakat 33
   2. *Stakeholder* dan Kepuasaan dalam Menjalin Relasi dengan Perusahaan..... 38

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Strategi *Brand Positioning* dan Target Perusahaan 41
4. Pemaknaan dan *Positioning* Perusahaan 52
B. Kajian Teoritik 59
Teori Pertukaran Sosial 59

BAB III : PENYAJIAN DATA 67
A. Profil Data 67
1. Profil CV Mpu Batu Surabaya 67
2. Profil Informan 74
B. Deskripsi Data Penelitian 79
1. Strategi Internal CV Mpu Batu Surabaya terhadap *Brand Positioning*-nya 80
a. *Brand Positioning* yang Diinginkan CV Mpu Batu Surabaya 80
b. Langkah CV Mpu Batu Surabaya Mengkomunikasikan *Brand Positioning*-nya 85
c. Kendala yang Dihadapi CV Mpu Batu Surabaya dalam Menjalankan Strategi *Brand Positioning* 92
2. Pemaknaan *Stakeholder* terhadap *Brand Positioning* CV Mpu Batu Surabaya 92
a. Pemaknaan *Brand Positioning* CV Mpu Batu Surabaya oleh *Stakeholder* Internal 93
b. Pemaknaan *Brand Positioning* CV Mpu Batu Surabaya oleh *Stakeholder* Eksternal 97

BAB IV : INTERPRETASI HASIL PENELITIAN 108
A. Temuan Hasil Penelitian 108
1. Produk CV Mpu Batu Surabaya Memiliki Keunggulan dari Segi Kualitas dan Desain 105
2. Produk Batu Ukir CV Mpu Batu Surabaya Merupakan yang Pertama di Indonesia dan Belum Ada Saingannya 106
3. Segmentasi Pasar CV Mpu Batu Surabaya Diperluas Dengan Menambah Macam Produk dan Menyesuaikan Harga 106
4. CV Mpu Batu Surabaya Menggunakan Nama Merek "Mpu Batu" Agar Mudah Diingat dan Menggambarkan Keahliannya 107
5. CV Mpu Batu Surabaya Melakukan Promosi Secara Langsung Melalui Launching di Jakarta, Mengikuti Pameran, dan Mengisi Pelatihan Produksi Kerajinan 108
6. CV Mpu Batu Surabaya Melakukan Promosi Melalui Media Katalog Produk, Brosur, Pamflet, Kartu Nama dan Atribut pada Acara/*Event* yang Disponsorinya 108

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

7. CV Mpu Batu Surabaya Mengalami Kendala pada Media/Saluran Komunikasinya 110
8. Menurut Seluruh *Stakeholder*, Produk CV Mpu Batu Surabaya Memiliki Keunggulan 110
9. Menurut Seluruh *Stakeholder*, CV Mpu Batu Surabaya Unggul dan Berbeda dari Kompetitor 111
10. Pemilik, Mitra/Distributor, *Customer*, dan Pengelola Gedung Pusat Cinderamata Dinas Koperasi dan UKM Jawa Timur Memaknai Nama Merek "Mpu Batu" sesuai dengan Strategi Internal CV Mpu Batu Surabaya 112
11. Pegawai CV Mpu Batu Surabaya Tidak Dapat Memaknai Nama Merek "Mpu Batu" 112
12. Pemilik, Mitra/distributor, *Customer*, dan Pengelola Gedung Pusat Cinderamata Dinas Koperasi dan UKM Jawa Timur dapat Melihat Perubahan Segmentasi Pasar CV Mpu Batu Surabaya Sesuai dengan Strategi Internal Perusahaan 113
13. Pegawai Tidak Dapat Memahami Segmentasi Pasar CV Mpu Batu Surabaya 114

B. Konfirmasi Temuan Dengan Teori 115

BAB V: PENUTUP 129

A. Simpulan 129
B. Rekomendasi 133

DAFTAR PUSTAKA

Transkrip Wawancara

Lampiran – lampiran

Biodata Penulis

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id