**DAFTAR ISI**

**KATA PENGANTAR** i

**UCAPAN TERIMA KASIH** ii

**ABSTRAK** …………………………………………………………………….. iv

**ABSTRACT** …………………………………………………...………………. v

**DAFTAR ISI** vi

**DAFTAR TABEL**…..…………………………………………………….…... viii

**DAFTAR GAMBAR** ix

**DAFTAR LAMPIRAN** x

**BAB I. PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Identifikasi Masalah 7

1.3 Batasan Masalah ... 8

1.4 Rumusan Masalah 8

1.5 Tujuan Penelitian 8

1.6 Manfaat Penelitian 9

**BAB II. TINJAUAN PUSTAKA**

2.1 Pengertian Cacing Tanah ANC (Afican Nigth Crawler)……..……………. 9

2.1.1 Morfologi Cacing Tanah ANC (Afican Nigth Crawler) 13

2.2 Pengertian Pemasaran 13

2.2.1 Definisi Pemasaran 13

2.2.2 Fungsi Pemasaran 15

2.2.3 Proses Pemasaran 16

2.2.4 Tahapan Proses Pemasaran 16

2.2.5 Pentingnya Proses Pemasaran yang Efektif 17

2.2.6 Tantangan dalam Proses Pemasaran 18

2.3 Strategi Pemasaran 18

2.4 Definisi SWOT 22

2.4.1 Pengertian Analisis SWOT 22

2.4.2 Model Analisis SWOT 25

2.5 Penelitian Terdahulu 30

2.6 Kerangka Berfikir 31

**BAB III. METODE PENELITIAN**

3.1 Desain Penelitian 33

3.2 Populasi dan Sampel 33

3.2.1 Populasi 33

3.2.2. Sampel …………………………………………………………………. 34

3.3 Lokasi dan Waktu Penelitian 34

3.4 Variabel Penelitian … 35

3.5 Jenis dan Sumber Data 35

3.6 Teknik Pengumpulan Data 36

3.7 Teknik Analisis Data 37

3.7.1 Analisis SWOT 37

3.8 Definisi dan Batasan Operasional 39

3.8.1 Definisi 39

3.8.2 Batasan Operasional 42

**BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

4.1 Profil Usaha Cacing ANC 43

4.2 Strategi Pemasaran 44

4.3 Strategi Pengembangan Dan Peningkatan Daya Saing Pada Usaha

Ternak Budidaya Cacing Tanah ANC Di Kelurahan Paya Mabar

Kecamatan Stabat Kabupaten Langkat 45

4.4 Faktor Internal 47

4.4.1 Kekuatan *(streghts)* 47

4.4.2 Kelemahan *(Weakness)* 50

4.5 Faktor Ekternal 49

4.5.1 Peluang *(Opportunities)* 51

4.5.2 Ancaman *(Threaths)* 53

4.6 Tahap Pemasukan Data 54

4.6.1 Analisis Matriks IFAS 54

4.6.2 Analisis Matriks EFAS 55

4.7 Tahap Pencocokan Penggabungan Matriks IFAS dan EFAS 56

4.8 Analisis Diagram SWOT 58

4.9 Penentuan Alternatif Strategi 61

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan 64

5.1 Saran 65

**DAFTAR PUSTAKA** 66

**DAFTAR TABEL**

**No Judul Halaman**

1. Produksi dan Ekspor Domisili Cacing ANC 4
2. Matriks Analisis SWOT 29
3. Penelitian Terdahulu 30
4. Jadwal Kegiatan 33
5. Matriks IFAS 38
6. Matriks EFAS 39
7. Matriks Analisis SWOT 40
8. Matriks Evaluasi Faktor Strategi Ekternal (IFAS) 54
9. Penggabungan Matriks Evaluasi Faktor Strategi Ekternal dan

Internal Pemasaran Cacing Tanah ANC 57

1. Sumbu X dan Sumbu Y 58
2. Penentuan Strategi dengan Matriks SWOT 60

**DAFTAR GAMBAR**

**No Judul Halaman**

1. Diagram Analisis SWOT 28
2. Skema Kerangka Pemikiran Strategi Pemasaran Cacing Tanah African

Night Crawler (ANC) Sebagai Pakan Ternak Pada Usaha Dagang ABUCAS

Di Kelurahan Paya Mabar Kecamatan Stabat Kabupaten Langkat 32

1. Matriks Analisis SWOT 40
2. Grafik Analisis SWOT 59

**DAFTAR LAMPIRAN**

**No Judul Halaman**

1. Data Responden Kekuatan (Strengh) ……………………………..….. 68
2. Data Responden Kelemahan (Weakness) ……………………………. 69
3. Data Responden Peluang (Opportunity) ……………………………… 70
4. Data Responden Ancaman (Treath) ………………………………….. 71
5. Matriks Evaluasi Faktor Strategis Internal (IFAS) …………………… 72
6. Matriks Evaluasi Faktor Strategis Eksternal (EFAS) …………………. 73
7. Matriks Evaluasi Faktor Strategis Internal (IFAS) ……………………. 74
8. Matriks Evaluasi Faktor Strategis Eksternal (EFAS) …………………. 75
9. Penggabungan Matriks Evaluasi Faktor Strategis Internal dan Eksternal

Pemasaran Cacing Tanah ANC ………………………………………… 76

10. Data Angket/Kuisioner ………………………………………………… 77