

BAB III

RUANG LINGKUP DAN WAKTU PENGKAJIAN

3.1 Ruang Lingkup Substansi Kajian

- a) Mengukur tingkat pengaruh promosi pemasaran produk UMKM terhadap perluasan pangsa pasar UMKM
- b) Mengidentifikasi dan menganalisis efektifitas model-model promosi pemasaran produk UMKM yang selama ini telah dilaksanakan baik oleh Kementerian Negara Koperasi dan UKM maupun oleh para pemangku kepentingan (stakeholder) lainnya.
- c) Menetapkan faktor-faktor dominan yang mempengaruhi efektifitas program promosi pemasaran produk UMKM

3.2. Ruang lingkup Lokasi

Semula kajian ini akan dilaksanakan di lima propinsi contoh yaitu ; Jawa tengah, D.I. Yogya, Jawa Timur, Bali, NTB, Tetapi karena kendala dana (adanya pemotongan anggaran) maka hanya dilaksanakan di tiga propinsi contoh yaitu Jawa Tengah, DI.Yogya, dan Jawa Timur.

3.3. Waktu Penelitian

Kajian ini merupakan penelitian swakelola yang dilaksanakan selama Tahun Anggaran 2007