

DAFTAR ISI

	HALAMAN
HALAMAN JUDUL	I
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	ii
BERITA ACARA SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1.Latar Belakang Masalah.....	1
1.2.Perumusan Masalah.....	5
1.3.Batasan Masalah.....	5
1.4.Tujuan Penelitian.....	7
1.5.Manfaat Penelitian.....	7
BAB II. LANDASAN TEORI	8
2.1. Pengertian Pemasaran.....	8
2.2. Konsep Pemasaran.....	10
2.3. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	11

2.4.	Pengertian Strategi	14
2.5.	Strategi Pemasaran	14
2.6.	Keputusan Untuk Menjajaki Pasar Ekspor	17
2.7.	Jenis–Jenis Pendekatan Analisis	22
2.7.1.	Matrik Pertumbuhan Pangsa Pasar (MPPP)	22
2.7.2.	Matrik Daya Tarik Industri	25
2.8.	Pemilihan Matrik Beserta Alasannya	32
BAB III.	METODE PENELITIAN	33
3.1.	Desain Penelitian.....	33
3.2.	Populasi dan Sampel Penelitian.....	33
3.3.1.	Populasi.....	33
3.3.2.	Sampel.....	33
3.3.	Tempat dan Waktu Penelitian.....	34
3.4.	Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.5.	Bentuk Data.....	35
3.5.1.	Data Umum.....	35
3.5.2.	Data Khusus.....	35
3.6.	Metode Analisa Data.....	37
3.6.1.	Identifikasi Variabel Internal dan Eksternal.....	38
3.6.2.	Penilaian Kualitatif Variabel Eksternal dan Internal....	39
3.6.3.	Penilaian Kuantitatif Variabel Eksternal dan Internal..	40

3.6.4. Penentuan Posisi Bisnis.....	41
3.6.5 Perumusan Strategi.....	42
BAB IV. DATA DAN GAMBARAN PERUSAHAAN	44
4.1. Sejarah Berdirinya Perusahaan	44
4.2. Lokasi Perusahaan.....	47
4.3. Struktur Organisasi.....	48
4.3.1. Peraturan Hari Kerja karyawan.....	55
4.3.2. Upah Kerja Karyawan	56
4.4. Kinerja Karyawan	56
4.5. Service / Pelayanan.....	57
4.6. Proses Produksi	57
4.7. Jenis-Jenis Produk.....	62
4.8. Harga	63
4.9. Saluran Distribusi	64
4.10. Promosi	65
4.11. Pemasaran	66
4.12. Daya Beli Konsumen.....	66
4.13. Perubahan Teknologi.....	67
4.14. Pertumbuhan Pasar.....	67
4.15. Perubahan Selera Konsumen.....	68
4.16. Persaingan Dengan Perusahaan Lain yang Sejenis.....	68

4.17. Persaingan harga.....	68
4.18. Regulasi Pemerintah.....	69
4.19. Depresiasi Mata uang.....	69
BAB V. ANALISIS DATA.....	70
5.1. Identifikasi Variabel Internal dan Eksternal Perusahaan	70
5.2. Penilaian Kualitatif Variabel Internal dan Eksternal.....	71
5.2.1. Variabel Internal yang Merupakan Kekuatan Bisnis Perusahaan.....	72
5.2.2. Variabel Internal yang Merupakan Kelemahan Perusahaan	75
5.2.3. Variabel Eksternal yang Merupakan Peluang Usaha Bagi Perusahaan.....	76
5.2.4. Variabel Eksternal yang Merupakan Ancaman Bagi Perusahaan.....	79
5.3. Penilaian Kualitatif Pentingnya Variabel Internal dan Eksternal.....	79
5.3.1. Pentingnya Variabel Internal Terhadap Perusahaan.....	80
5.3.2. Pentingnya Variabel Eksternal Terhadap Perusahaan....	85
5.4. Penilaian Kuantitatif Variabel Internal dan Eksternal Pada PT. Pelangi Matarex Kumala	88
5.4.1. Penilaian Kuantitatif Variabel Internal.....	91
5.4.2. Penilaian Kuantitatif Pentingnya Variabel internal.....	94

5.4.3. Penilaian Kuantitatif Variabel Eksternal.....	96
5.4.4. Penilaian Kuantitatif Pentingnya Variabel Eksternal.....	99
5.5. Penentuan Posisi Bisnis.....	102
5.6. Perumusan Strategi	104
5.6.1. Strategi pertumbuhan.....	106
5.6.2. Strategi Dominasi.....	107
5.6.3. Strategi Investasi Maksimal.....	108
BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN.....	109
6.1. Kesimpulan	109
6.2. Saran	110
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

