

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN – MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA.....	iv
ABSTRAKSI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	2
B. Perumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Metodologi Penelitian.....	6
F. Sistematika Pembahasan.....	8
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Pengertian Pemasaran.....	11
B. Konsep Pemasaran.....	15
C. Bauran Pemasaran.....	16

1. Produk.....	17
2. Saluran Distribusi.....	20
3. Promosi.....	24
4. Harga.....	26
D. SWOT.....	30
BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	
A. Sejarah Singkat Perusehaan..	35
B. Struktur Organisasi.....	37
C. Aktifitas Perusahaan.....	46
D. Proses Produksi.....	47
E. Pelaksanaan Bauran Pemasaran.....	49
BAB IV ANALISIS BAURAN PEMASARAN	
A. Analisis Produk.....	51
B. Analisis Saluran Distribusi.....	58
C. Analisis Promosi.....	61
D. Analisis Harga.....	65
E. Analisis SWOT.....	67
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan .....	70
B. Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA.....	

## DAFTAR TABEL

	Hal
1.1 Tingkat Penjualan Udang Beku .....	2
1.2 Tingkat Penjualan Menurut Wilayah .....	3
1.3 Daftar Para Pesaing .....	3
2.1 Jenis Produk .....	46
4.1 Produk Per Ukuran .....	52
4.2 Biaya Saluran Distribusi .....	60
4.3 Biaya Promosi .....	61

## DAFTAR GAMBAR

	Hal
2.1 Konsep Pemasaran.....	12
2.2 Matriks SWOT .....	32
2.3 Matriks TOWS .....	34
2.4 Struktur Organisasi.....	38
3.1 Proses Produksi .....	48
3.2 Gambar Daur Hidup Produksi.....	63