

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI .....	vi
ABSTRAKSI .....	ix
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
I.1. Latar Belakang Masalah .....	1
I.2. Perumusan Masalah .....	7
I.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	7
I.3.1. Tujuan Penelitian .....	7
I.3.2. Kegunaan Penelitian .....	8
I.4. Ruang Lingkup Pembahasan .....	8
I.5. Metodologi Penelitian .....	9
I.5.1. Objek Penelitian .....	9
I.5.2. Metode Penelitian .....	9
I.5.3. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data .....	9
I.5.4. Teknik Analisis Data .....	10
I.6. Sistematika Penulisan .....	11

## **BAB II LANDASAN TEORI**

2.1.	Pengertian Pemasaran .....	13
2.2.	Fungsi Pemasaran .....	16
2.3.	Konsep Pemasaran .....	21
2.4.	Bauran Pemasaran .....	23

## **BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

3.1.	Sejarah Singkat Perusahaan .....	32
	3.1.1. Kepemilikan Perusahaan .....	32
	3.1.2. Badan Hukum Perusahaan .....	33
	3.1.3. Surat Izin Usaha .....	33
3.2.	Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas .....	34
3.3.	Produksi dan Pengolahan .....	46
	3.3.1. Produksi .....	46
	3.3.2. Pengolahan .....	49
3.4.	Aktivitas Pemasaran .....	51

## **BAB IV ANALISIS DATA**

4.1.	Kebijaksanaan Pengembangan Produk .....	58
4.2.	Kebijaksanaan Promosi di dalam Mencari Pasar Baru	62
4.3.	Strategi Perluasan Promosi Pasar.....	65

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1. Kesimpulan .....	68
5.2. Saran .....	69

**DAFTAR PUSTAKA**