

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA.....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	9
E. Metode Penelitian.....	9
F. Sistematika Penulisan.....	11
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Pengertian Pemasaran.....	14
B. Bauran Pemasaran.....	16
C. Pengertian Strategi Pemasaran.....	23
D. Perencanaan Strategi Pemasaran.....	24
E. Strategi Pemasaran Bagi Pemimpin Pasar (<i>Market Leader</i>), Penantang Pasar (<i>Market Challenger</i>), Pengikut Pasar (<i>Market Follower</i>), dan Penggarap Relung Pasar (<i>Market Nicher</i>)....	26
F. Analisis S.W.O.T (<i>Strength, Weakness, Opportunities, Threats</i>).....	32

BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.

A. Sejarah Singkat PT. Badja Baru Palembang.....	40
B. Struktur Organisasi Serta Pembagian Tugas dan Tanggung Jawab.....	41
C. Visi dan Misi PT. Badja Baru Palembang.....	47
1. Visi PT. Badja Baru Palembang.....	47
2. Misi PT. Badja Baru Palembang.....	47
D. Aktifitas/ Kegiatan Pemasaran PT. Badja Baru Palembang Yang Mencakup 4P (Produk, Harga, Distribusi, Promosi).....	47
E. Aktifitas Kegiatan Perusahaan.....	51
F. Tenaga Kerja Dan Jam Kerja.....	52

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Analisis S.W.O.T (<i>Strength, Weakness, Opportunities, Threats</i>).....	54
1. Analisis Kekuatan (<i>Strength</i>) dan Analisis Kelemahan (<i>Weakness</i>).....	55
2. Analisis Peluang (<i>Opportunities</i>) dan Analisis Ancaman (<i>Threats</i>).....	59
B. Matrik S.W.O.T (<i>Strength, Weakness, Opportunities, Threats</i>)... ..	61
1. Strategi SO (<i>Strength – Opportunities</i>).....	61
2. Strategi ST (<i>Strength – Threats</i>).....	62
3. Strategi WO (<i>Weakness – Opportunities</i>).....	63
4. Strategi WT (<i>Weakness – Threats</i>).....	64
C. Perumusan Strategi Pemasaran.....	66

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.....	69
B. Saran.....	71

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Penjualan <i>Crumb Rubber</i> Pada PT. Badja Baru Palembang.....	5
Tabel 1.2	Data Penjualan <i>Crumb Rubber</i> Pada PT. Muara Kelingi.....	7
Tabel 2.1	Matrik S.W.O.T (<i>Strength, Weakness, Opportunities,</i> <i>Threats</i>).....	37
Tabel 3.1	Daerah Pemasaran <i>Crumb Rubber</i> Pada PT. Badja Baru Palembang.....	50

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 3.1	Struktur Organisasi Pada	
	PT. Badja Baru Palembang.....	43