

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS TESIS	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II	9
LANDASAN TEORI	9
2.1 Marketing Plan (Rencana Pemasaran).....	9
2.2 Executive Summary (Ringkasan Eksekutif).....	11
2.3 Situation Analysis (Analisis Situasi)	11
2.3.1 Ringkasan Pasar	11
2.3.2 Analisis SWOT	14
2.3.3 Persaingan.....	21
2.3.4 Produk yang ditawarkan	21
2.3.5 Kunci Kesuksesan.....	21
2.3.6 <i>Critical Issues</i> (Isu-isu Kritis)	22
2.4 Strategi Pemasaran.....	22
2.4.1 Misi	22
2.4.2 Tujuan Pemasaran.....	23
2.4.3 Tujuan Keuangan.....	24
2.4.4 <i>Target Markets</i> (Pasar Sasaran).....	24
2.4.5 <i>Positioning</i> (Pemosisian)	25

2.5 Marketing Tactics (Taktik Pemasaran)	25
2.5.1 Produk	26
2.5.2 Harga	26
2.5.3 Distribusi	28
2.5.4 Komunikasi	28
2.5.5 Riset Pemasaran	31
2.6 Proyeksi Keuangan	31
2.6.1 Analisis Titik Impas	31
2.6.2 Sales Forecast (Prakiraan Penjualan)	32
2.6.3 Expense Forecast (Prakiraan Biaya)	32
2.7 Controls (Pengendalian)	32
2.7.1 Implementation (Implementasi)	33
2.7.2 Marketing Organization (Organisasi Pemasaran)	33
2.7.3 Contingency Planning (Perencanaan Kontingensi)	33
BAB III	34
METODE PENELITIAN	34
3.1 Desain Penelitian	34
3.2 Metode Pengumpulan Data	34
3.3 Instrumen Penelitian	35
3.4 Metode Analisis Data	37
3.5 Lokasi dan Waktu Penelitian	38
BAB IV	39
RENCANA PEMASARAN	39
4.1 Ringkasan Eksekutif	39
4.2 Analisis Situasi	40
4.2.1 Ringkasan Pasar	40
4.2.2 Analisis SWOT	47
4.2.3 Persaingan	55
4.2.4 Penawaran Produk	57
4.2.5 Keys to Success (Kunci Sukses)	58
4.2.6 Critical Issues (Isu-isu Kritis)	59
4.3 Strategi Pemasaran	59
4.3.1 Misi	60
4.3.2 Tujuan Pemasaran	61
4.3.3 Tujuan Keuangan	61
4.3.4 Target Markets (Pasar Sasaran)	62
4.3.5 Positioning (Pemosisian)	62
4.4 Marketing Tactics (Taktik Pemasaran)	63
4.4.1 Produk	63
4.4.2 Harga	64

4.4.3 Distribusi.....	65
4.4.4 Komunikasi Bauran Pemasaran	65
4.4.5 Riset Pemasaran.....	68
4.5 Proyeksi Keuangan	68
4.5.1 Analisis Titik Impas.....	69
4.5.2 Prakiraan Penjualan	69
4.5.3 Prakiraan Biaya.....	70
4.6 Pengendalian	78
4.6.1 Implementasi.....	79
4.6.2 Organisasi Pemasaran.....	81
4.6.3 Perencanaan Kontingensi.....	82
BAB V	84
SIMPULAN DAN SARAN.....	84
5.1 Simpulan.....	84
5.2 Implikasi.....	85
DAFTAR PUSTAKA.....	87
LAMPIRAN	89