

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN YANG DIAJUKAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xiii
INTISARI	xi
ABSTRACT	xv
BAB II. PENDAHULUAN	1
1.1 LATAR BELAKANG	1
1.2 BATASAN MASALAH	3
1.3 TUJUAN	3
1.4 MANFAAT	3
BAB II. LANDASAN TEORI	
2.1 DAGING AYAM	4
2.2 RUMAH POTONG AYAM	4
2.3 STRATEGI PEMASARAN	5
2.4 ANALISIS SWOT	6
BAB. III METODOLOGI	
3.1 TEMPAT DAN WAKTU TUGAS AKHIR	7
3.2 RUANG LINGKUP KAJIAN	9
3.3 TAHAP PELAKSANAAN	10
3.4 ANALISIS DAN EVALUASI	12
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 ANALISIS SWOT	18

4.2 IDENTFIKASI FAKTOR INTERNAL DAN EKSTERNAL	20
4.2.1 Faktor Internal	20
4.2.2 Faktor Eksternal	25
4.3 STRATEGI PEMASARAN	33
4.4 SISTEM PEMASARAN	31
4.4.1 Organisasi Sistem pemsaran.....	33
4.4.2 Target Pasar	35
BAB V PENUTUP	
5.1 KESIMPULAN	36
5.2 SARAN	39
DAFTAR PUSTAKA	41
LAMPIRAN	42
SURAT KETERANGAN KERJA PRAKTEK	43

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Flow Chart	8
Gambar 3.2 Flow Chart Langkah-langkah Pemecahan Masalah	9
Gambar 4.1 Saluran distribusi Ayam Product.....	31
Gambar 4.2 Organisasi Sistem Pemasaran	33
Gambar 4.5 Target Pasar Sederhana	34

DAFTAR TABEL

Tabel4. 1 Matrik Swot	14
Tabel 4 . 2 Matrik Swot Internal dan Eksternal	21