



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGAJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Batasan Masalah	5
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	6
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Karakteristik Tebu dan Gula Pasir	7
2.2 Pemasaran	10
2.2.1 Konsep Dasar Pemasaran	10



2.2.2 Konsep Dasar Saluran Pemasaran	11
2.2.3 Efisiensi Pemasaran	16
2.2.4 Pemasaran Gula Pasir	18
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	21
3.1 Objek Penelitian	21
3.2 Ruang Lingkup dan Tahapan Penelitian	21
3.3 Jenis dan Cara Pengumpulan Data	24
3.4 Analisis Data	26
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	29
4.1 Profil PT Madubaru Yogyakarta	29
4.1.1 Sejarah Perusahaan	29
4.1.2 Spesifikasi Produk	32
4.1.3 Distribusi Produk	33
4.1.4 Segmentasi Pasar	34
4.1.5 Strategi Penentuan Harga Produk	38
4.2 Saluran Pemasaran	42
4.2.1 Saluran Pemasaran Gula Pasir "MK"	43
4.2.2 Karakteristik Pelaku Pasar	46
4.3 Efisien Pemasaran yang Diterima Produsen	49
4.3.1 Perhitungan <i>Margin</i> Pemasaran	49
4.3.2 Perhitungan Keuntungan Bersih	53
4.3.3 Perhitungan <i>Share</i> Keuntungan	60
4.3.4 Perhitungan Efisiensi Pemasaran	62



BAB V. PENUTUP	63
5.1 Kesimpulan	63
5.2 Saran	63
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN	66
Lampiran 1. Hasil Perhitungan	66
Lampiran 2. Hasil Wawancara	69