DAFTAR ISI

SAMPUL DALAM i
PERNYATAAN KEASLIAN ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING iii
HALAMAN PENGESAHAN iv
MOTTO v
ABSTRAK vi
KATA PENGANTAR vii
DAFTAR ISI x
DAFTAR TABEL xiii
DAFTAR GAMBAR xiv
DAFTAR TRANSLITERASI xv

BAB I : PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang Masalah 1
B. Identifikasi dan Batasan Masalah 11
C. Rumusan Masalah 12
D. Kajian Pustaka 13
E. Tujuan Penelitian 19
F. Kegunaan Hasil Penelitian 19
G. Kerangka Konseptual 20
H. Metode Penelitian 23
I. Sistematika Pembahasan 29
BAB II : KERANGKA KONSEPTUAL 31
A. Pengertian Pemasaran 31
1. Pengertian Strategi 31
2. Pengertian Pemasaran 37
3. Pengertian Strategi Pemasaran 40
4. Jenis-Jenis Strategi Pemasaran 47

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

5. Strategi Pemasaran dalam Bisnis Islam 48
B. Analisis SWOT 56
1. Pengertian Analisis SWOT 56
2. Konsep Dasar Analisis SWOT 57
3. Analisis Faktor Strategis Internal (IFAS) dan Faktor Strategis Eksternal (EFAS) 62
4. Matriks Faktor Strategi Eksternal 65
5. Matriks Faktor Strategi Internal 67
C. Daya Saing 72
1. Pengertian Daya Saing 72
2. Dimensi Daya Saing dan Indikator Daya Saing 75
3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Daya Saing 77
4. Strategi Peningkatan Daya Saing 79
BAB III : PENENTUAN STRATEGI PEMASARAN DI CV. GLOBAL WARNA SIDOARJO 81
A. Profil Umum CV. Global Warna Sidoarjo 81
1. Sejarah CV. Global Warna Sidoarjo 81
2. Tujuan CV. Global Warna Sidoarjo 82
3. Prinsip Kerja CV. Global Warna 83
4. Visi dan Misi CV. Global Warna Sidoarjo 83
5. Susunan Pengurus CV. Global Warna Sidoarjo 83
6. Tugas dan Tanggung Jawab Pengurus CV. Global Warna Sidoarjo 84
7. Struktur Organisasi CV. Global Warna Sidoarjo 86
8. Sarana Produksi CV. Global Warna Sidoarjo 86
B. Pelayanan Jasa dan Produk Percetakan di CV. Global Warna Sidoarjo 90
1. Jenis Jasa dan Produk 90
2. Operasional CV. Global Warna Sidoarjo 93
3. Proses Transaksi CV. Global Warna Sidoarjo 93
C. Strategi Pemasaran di CV. Global Warna Sidoarjo 94
1. Periklanan (*Advertising*) 95

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Pemasaran (*Marketing*) 97
3. Publisitas (*Publicity*) 97
4. Penjualan Perseorangan (*Personal Selling*) 98
5. Penjualan Langsung (*Direct Marketing*) 98
D. Penentuan Strategi Pemasaran sebagai Upaya Peningkatan Daya Saing di di CV. Global Warna Sidoarjo 99
BAB IV : ANALISIS SWOT PENENTUAN STRATEGI PEMASARAN UNTUK PENINGKATAN DAYA SAING DI CV. GLOBAL WARNA SIDOARJO 115
A. Analisis Penentuan Strategi Pemasaran sebagai Upaya Peningkatan Daya Saing di CV. Global Warna Sidoarjo 115
B. Analisis Faktor Strategis Internal dan Faktor Strategis Eksternal CV. Global Warna Sidoarjo 116
1. Faktor Strategis Internal (IFAS) 117
2. Faktor Strategis Eksternal (EFAS) 118
3. Menentukan Matriks IFAS dan EFAS 120
C. Analisis SWOT Strategi Pemasaran untuk Peningkatan Daya saing di CV. Global Warna Sidoarjo 127
1. Penghitungan Bobot dan Rating 128
2. Formulasi Strategi 134
BAB V : PENUTUP 141
A. Kesimpulan 141
B. Saran 141
DAFTAR PUSTAKA 143
LAMPIRAN

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id