DAFTAR ISI

SAMPUL DALAM i
PERNYATAAN KEASLIAN ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING iii
PENGESAHAN iv
ABSTRAK v
KATA PENGANTAR vi
DAFTAR ISI viii
DAFTAR TABEL xi
DAFTAR GAMBAR xii
DAFTAR TRANSLITERASI xiii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar belakang 1
B. Identifikasi dan batasan masalah 7
C. Rumusan masalah 8
D. Kajian Pustaka 8
E. Tujuan penelitian 10
F. Kegunaan Hasil Penelitian 10
G. Definisi Operasional 10
H. Metode Penelitian 11
I. Sistematika Pembahasan 14

BAB II LANDASAN TEORI

A. Pemasaran 16
1. Pengertian *Market Share* 16
2. Diferensiasi 20
3. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) 22
4. Penjualan (*Selling*) 26

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

B. Jasa 28
1. Ruang Lingkup Industri Jasa 28
2. Karakteristik Jasa dan Strateginya 30
3. Sifat Jasa yang Tidak Bisa Dilihat (*Intangibility*) dan Strategi untuk Mengatasinya 31
4. Keterlibatan Konsumen di Dalam Proses Jasa (*Inseparability*) dan Strategi Mengatasinya 33
5. Sifat Jasa yang Mudah Rusak (*Perishability*) dan Strategi Menghadapinya 35
6. Sifat Jasa yang Berbeda-beda (*Variability*) dan Strategi untuk Menghadapinya 37
7. Klasifikasi Jasa 40

BAB III *MARKET SHARE* DAN STRATEGI YANG DITERAPKAN PADA UD AGUNG

A. Deskripsi Umum Objek Penelitian 46
1. Gambaran Umum Perusahaan 46
2. Visi dan misi UD Agung 47
3. Struktur Organisasi 47
4. Proses Pengiriman Barang 49
5. Keuntungan/Kerugian UDAgung Gresik 52
B. *Market Share* UD Agung 53
1. Diferensiasi 53
2. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) 60
C. Strategi dalam Meningkatkan *Market Share* di UD Agung 62
1. Mengajukan Surat Penawaran Kerja sama 62
2. Menjaga Ketepatan Waktu Pengiriman Barang 64
3. Menempatkan Posisi sebagai Penceruk Pasar 64
4. Membina Hubungan Baik dengan Karyawan 64

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

BAB IV ANALISIS STRATEGI DALAM MENINGKATKAN *MARKET SHARE* DI UD AGUNG

A. Analisis *Market Share* (Pangsa Pasar) UD Agung Gresik 66
1. Identifikasi Pangsa Pasar UD Agung 66
2. Penurunan Jumlah Pelanggan UD Agung 67
3. Pendapatan UD Agung Gresik 68

B. Analisis Strategi dalam Meningkatkan *Market Share* di UD Agung Gresik 70
1. Mengajukan Surat Penawaran Kerja Sama 70
2. Menjaga Ketepatan Waktu Pengiriman Barang..... 71
3. Strategi Penceruk-Pasar (*Market Share*)..... 72
4. Mengembangkan Hubungan Pelanggan 73

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan 76
B. Saran 77

DAFTAR PUSTAKA

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

DAFTAR TABEL

1.1 Penyebaran Pasar Industri Ekspedisi Berdasarkan Wilayah 3
2.1 Matriks Proses Pelayanan / Jasa..... 44
3.1 Kendaraan Pengangkut Barang 50
3.2 Keuntungan UD Agung Gresik 52
3.3 Kerugian UD Agung Gresik 52
3.4 Perusahaan Klien UD Agung 54
3.5 PT Sarana Kimindo Intiplas..... 55
3.6 PT Sinar Sosro (NKA) 56
3.7 PT AKINO 57
3.8 PT Bukit Mega 57
3.9 PT Charoen Pokphand..... 59
3.10 Daftar Nama Perusahaan sesuai Surat Penawaran Kerja Sama..... 63
4.1 Pendapatan UD Agung Gresik 69

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

DAFTAR GAMBAR

1.1 Segmentasi Pasar Utama Industri Ekspedisi 4
3.1 Struktur Organisasi UD Agung di Gresik 48

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