

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan rasa puji dan syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena dengan rahmatNya jualah penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Adapun judul skripsi ini : **“ANALISA SWOT STRATEGI PEMASARAN SIRUP KURNIA PADA PT. KURNIA SIRUP MANIS TANJUNG MORAWA”**.

Dalam menyusun skripsi ini penulis mendapat bantuan dan dorongan dari berbagai pihak sejak awal sampai selesai, dan untuk itu dengan segala kerendahan hati perkenankanlah pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih dan rasa hormat yang setinggi-tingginya disampaikan kepada :

1. Bapak H. Syahriandy, SE. MSi, sebagai Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
2. Bapak Drs. H. Jhon Hardy, MSi, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
3. Bapak Drs. H. Miftahuddin, MBA., sebagai Pembimbing I yang telah banyak mendorong dan meluangkan waktu kepada saya dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Bapak Drs. Muslim Wijaya, MSi., selaku Pembimbing II yang telah menyediakan waktu kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak/Ibu Dosen, serta karyawan pada Universitas Medan Area yang telah memberikan sebagian ilmunya pada penulis.
6. Bapak Pimpinan PT. Kurnia Sirup Manis Tanjung Morawa, serta seluruh stafnya yang telah memberikan data-data guna penyelesaian tulisan ini.

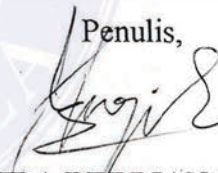
7. Buat kedua orangtuaku yang tersayang, Abang, Kakak, Adik, Zuraidah, Dani, Dedy, atas dorongan serta doanya sehingga penulis selalu bersemangat untuk menuntut ilmu.
8. Semua teman-teman penulis yang namanya tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan kepada penulis.

Semua kebaikan yang telah diberikan kepada penulis, semoga memperoleh balasan yang setimpal dari Tuhan Yang Maha Esa.

Semoga kita semua mendapat perlindunganNya. Amin.

Medan, Desember 2002

Penulis,



DELVERIDA BERLIANA SARAGIH



DAFTAR ISI

	Halaman
RINGKASAN.....	i
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
A. Alasan Pemilihan Judul.....	1
B. Perumusan Masalah.....	2
C. Hipotesis.....	3
D. Luas dan Tujuan Penelitian.....	3
E. Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data...	4
F. Metode Analisis.....	5
BAB II : LANDASAN TEORITIS.....	6
A. Konsep dan Strategi Pemasaran.....	6
B. Strategi Bauran Pemasaran/Marketing Mix.....	11
C. Analisa SWOT Pemasaran.....	14
D. Penempatan Arah dan Pemasaran.....	19
E. Kebijaksanaan dan Pengembangan Strategi	
Pemasaran.....	22

BAB III	: PT. KURNIA SIRUP MANIS TANJUNG MORAWA.....	27
	A. Gambaran Umum Perusahaan.....	27
	B. Perkembangan Penjualan dari Tahun 1997-2001.....	30
	C. Startegi Bauran Pemasaran yang Dijalankan.....	34
	D. Analisa SWOT Pemasaran yang Diterapkan.....	39
	E. Pengembangan Startegi Pemasaran Perusahaan.....	43
	F. Hambatan-hambatan yang Dihadapi	
	dan Cara Mengatasinya	46
BAB IV	: ANALISIS DAN EVALUASI.....	49
BAB V	: KESIMPULAN DAN SARAN.....	55
	A. Kesimpulan.....	55
	B. Saran.....	57
DAFTAR PUSTAKA.....		