# DAFTAR ISI

ABSTRAK 1

[KATA PENGANTAR i](#_Toc40860309)ii

[DAFTAR ISI v](#_Toc40860310)

[DAFTAR TABEL v](#_Toc40860310)

[DAFTAR LAMPIRAN v](#_Toc40860310)

BAB I [PENDAHULUAN 1](#_Toc40860312)

[1.1 LatarBelakangMasalah 1](#_Toc40860313)

[1.2 Identifikasi Masalah 3](#_Toc40860314)

[1.3 Batasan Masalah 4](#_Toc40860315)

[1.4 Rumusan Masalah 4](#_Toc40860316)

[1.5 Tujuan Penelitian 4](#_Toc40860317)

[1.6 Manfaat Penelitian 5](#_Toc40860318)

[1.7 Anggapan Dasar 6](#_Toc40860319)

[1.8 Hipotesis 6](#_Toc40860320)

BAB II [TINJAUAN PUSTAKA 7](#_Toc40860322)

[2.1 Pemasaran 7](#_Toc40860323)

[2.1.1 Pengertian Pemasaran 7](#_Toc40860324)

[2.1.2 Jenis-jenis Strategi Pemasaran 9](#_Toc40860325)

[2.1.3. Unsur-unsur Strategi Pemasaran 9](#_Toc40860326)

[2.1.4. Manfaat Strategi Pemasaran 10](#_Toc40860327)

[2.1.5. Langkah-Langkah Strategi Pemasaran 10](#_Toc40860328)

[2.1.6 Bauran Pemasaran Marketing MIX 11](#_Toc40860329)

[2.1.7 Indikator Strategi Pemasaran 13](#_Toc40860332)

[2.2 Pengembangan Usaha 14](#_Toc40860333)

[2.2.1. Pengertian Pengembangan Usaha 14](#_Toc40860334)

[2.2.2 Tahapan Pengembangan Usaha 15](#_Toc40860335)

[2.2.3 Strategi Dalam Pengembangan Usaha 16](#_Toc40860336)

[2.2.4 Teknik Pengembangan Usaha 18](#_Toc40860350)

[2.2.4 Jenis-Jenis Strategi Pengembangan Usaha 20](#_Toc40860351)

[2.2.6 Aspek – Aspek Yang](#_Toc40860352)

[DiperhatikanDalamMengembangkan Usaha 21](#_Toc40860352)

[2.2.7 Analisa Masalah Dan Solusi Dalam Mengembangkan Usaha 22](#_Toc40860353)

[2.2.8 Indikator Pengembangan Usaha 23](#_Toc40860354)

[2.3 Penelitian Terdahulu 24](#_Toc40860356)

[2.4 Kerangka Konseptual 26](#_Toc40860357)

BAB III [METODE PENELLITIAN 28](#_Toc40860359)

[3.1. Desain Penelitian 28](#_Toc40860360)

[3.2. Tempat dan Waktu Penelitian 28](#_Toc40860361)

[3.2.1. Tempat Penelitian 28](#_Toc40860362)

[3.2.2. Waktu Penelitian 28](#_Toc40860363)

[3.3. Populasi dan Sampel 29](#_Toc40860364)

[3.3.1 Populasi 29](#_Toc40860365)

[3.3.2. Sampel 29](#_Toc40860366)

[3.4. Variabel dan indikator 30](#_Toc40860367)

[3.4.1.Variabel 30](#_Toc40860368)

[3.4.2.Indikator 30](#_Toc40860369)

[3.5. Instrumen Penelitian 31](#_Toc40860370)

[3.6. Teknik Pengumpulan Data 32](#_Toc40860371)

[3.7 Teknik Analisis Data 33](#_Toc40860372)

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 35

4.1.Hasil Penelitian 35

4.1.1 Sejarah PT. Surya Mas Lestari Prima 35

4.1.2. Visi Dan Misi PT. Surya Mas Lestari Prima 39

4.1.3 Struktur Organisasi PT. Surya Mas Lestari Prima 39

4.1.4. Tugas dan Tanggung Jawab Struktur Organisasi

PT. Surya Mas Lestari Prima 44

4.2. Pembahasan Penelitian 43

4.2.1. Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin 43

4.2.2. Karakteristik Responden Menurut Usia 44

4.2.3. Karakteristik Responden Menurut Status 45

4.3. Tanggapan Responden Terhadap Pengaruh Strategi

Pemasaran Terhadap Pengembangan Usaha 45

4.4. Analisis Linier Sederhana 61

4.4.1 Uji Parsial (T) 62

4.4.2 Uji Determinasi (R2) 63

4.5.Persamaan Dan Perbedaan Penelitian 65

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 66

5.1. Kesimpulan 66

5.2. Saran 67

[DAFTAR PUSTAKA 68](#_Toc40860373)

# DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 29

Tabel 3.2 Uraian Jadwal Rencana Skripsi Bulan/Tahun/Minggu 31

Tabel 3.2 Defenisi Operasional Variabel 34

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin 43

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Menurut Usia 44

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Menurut Status 45

Tabel 4.4 Pemodalan PT. Surya Mas Lestari Prima Sangat Memadai Untuk

Pengembangan Usaha 46

Tabel 4.5 Pada PT. Surya Mas Lestari Prima Sedang Bekerja Sama

Dengan Suatu Lembaga Bisnis Untuk Melakukan Secara Ekspor 46

Tabel 4.6 Lokasi PT. Surya Mas Lestari Prima Dekat Dengan Sarana

Transportasi Sehingga Memudahkan Untuk Melakukan

Pengangkutan Dan Pengiriman Barang Produksi 47

Tabel 4.7 Tenaga kerja Pada PT. Surya Mas Lestari Prima Yang

Berasal Dari Lingkungan Sekitarnya Yang Mempunyai

Keahlian Dibidang Mebel 48

Tabel 4.8 Kapasitas Mesin Yang Dimiliki PT. Surya Mas Lestari Prima

Cukup Tinggi 48

Tabel 4.9 Promosi Yang Dilakukan PT. Surya Mas Lestari Prima

Sudah Baik ..49

Tabel 4.10 Manajemen PT. Surya Mas Lestari Prima Yang Masih

Dikelola Secara Sederhana. 50

Tabel 4.11 Keterbatasan Tenaga Kerja PT. Surya Mas Lestari Prima

Mengalami Kesulitan KetikaMelayani Pesanan Dalam

Jumlah Besar 50

Tabel 4.12 Menurut Bapak/Ibu Bagaimana Kondisi Peralatan Yang Dimiliki

PT. Surya Mas Lestari Prima Sudah Memadai Untuk

Keperluan Karyawan 51

Tabel 4.13 Kenaikan Biaya Listrik, Telepon Dan Bbm Mempengaruhi

Biaya Operasional PT. Surya MasLestari Prima 52

Tabel 4.14 PT. Surya Mas Lestari Prima Menawarkan Produk

Yang Beragam 52

Tabel 4.15 Kondisi Perekonomian Karyawan PT. Surya Mas Lestari

Prima Sudah Baik 53

Tabel 4.16 Lokasi PT. Surya Mas Lestari Prima sangat Strategis 53

Tabel 4.17 Produk PT. Surya Mas Lestari Prima Sudah Dikenal

Dikalangan Masyarakat Dan Memiliki Potensi Tinggi 54

Tabel 4.18 Ada Peluang Untuk Melakukan Promosi Melalui

Internet Memungkinkan Produk Perusahaan

Lebih Mudah Dikenal Oleh Masyarakat Luas 55

Tabel 4.19 Ada Perusahaan Yang Bergerak Dibidang Usaha Yang

Sama Seperti PT. Surya Mas Lestari Prima Di Kecamatan TanjungMorawa Kab.Deli Serdang 55

Tabel 4.20 Harga Bahan Baku Berupa Kayu Sebagai Bahan Utama

Meubel Semakin Mahal Setiap Tahunnya 56

Tabel 4.21 Kondisi Perekonomian Yang Tidak Stabil Akibat Krisis

Global Mempengaruhi Harga Produk 56

Tabel 4.22 Ada Kenaikan Harga Pajak Penghasilan Yang Ditetapkan

Oleh Pemerintah. 57

Tabel 4.23 PT.Surya Mas Lestari PrimaSaat Ini Semakin

Sullit Untuk Mendapatkan Bahan Baku Kayu Yang

Berkualitas Bagus 58

Tabel 4.24 Hasil Regresi Linier Sederhana 58

Tabel 4.25 Hasil Uji t 60 Tabel 4.26 Uji Determinasi (R2) 60

# DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Rincian Bauran Pemasaran 11

Gambar 2.2 Skema Kerangka Konseptual 30

Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT. Surya Mas Lestari Prima 40

**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Kuisioner 70

Lampiran 2 Tabulasi Data 72

Lampiran 3 Tabulasi Data Variabel X Dan Y 76

Lampiran 4 Frekuensi Tabel 77

Lampiran 5 Uji Validitas 78

Lampiran 6 Data Olah Spss 79