**DAFTAR ISI**

 **Halaman**

**KATA PENGANTAR** …………………………………… …………….i

**UCAPAN TERIMA KASIH**………………………….............................ii

**ABSTRAK**……………………………………………………………….. iv

ABSTRACT………………………………………………………………. v

**DAFTAR ISI**……………………………………………… …………….vi

**DAFTAR TABEL** ………………………………………………………. viii

**DAFTAR GAMBAR** ……………………………………………………. ix

**DAFTAR LAMPIRAN**………………………………………………….. x

**BAB. I. PENDAHULUAN**

1.1.Latar Belakang ………………………………………………………. 1

1.2. Identifikasi Masalah…………………………………………………. 4

1.3. Batasan Masalah…………………………………………………….. 5

* 1. Perumusan Masalah…………………………………………………. 5

1.5.Tujuan Penelitian…………………………………………………….. 6

* 1. Manfaat Penelitian………………………………………………….. 6
	2. Anggapan Dasar…………………………………………………….. 7
	3. Hipotesis …………………………………………………………….. 7

**BAB. II. TINJAUAN PUSTKA**

2.1. Tepung Terigu ……………………………………………………….. 8

 2.1.1. Pengertian Tepung Terigu ……………………………………….. 8

 2.1.2. Proses Produksi ………………………………………………….. 9

 2.1.3. Mesin dan Peralatan …………………………………………….. 19

 2.1.4. Standar Mutu Tepung Terigu …………………………………… 19

 2.1.5. Jenis-Jenis Tepung Terigu ………………………………………. 20

2.2. Ruang Lingkup Bidang Usaha ………………………………………. 21

2.3. CV. Aulia Sukses Abadi …………………………………………….. 22

2.4. Pemasaran ……………………………………………………………. 24

 2.4.1. Pengertian Pemasaran ……………………………………………. 24

2.5. Manajemen Pemasaran ……………………………………………… 25

2.6. Pengertian Manajemen Pemasaran ………………………………….. 33

2.7. Konsep Pemasaran ……………………………………………………33

2.8. Tujuan Pemasaran ……………………………………………………. 34

2.9. Penerimaan dan Pendapatan…………………………………………. 37

2.10. Marjin Pemasaran …………………………………………………… 38

2.11. Penelitian Terdahulu ………………………………………………... 39

2.12. Kerangka Pemikiran …………………………………………………. 42

**BAB. III. METODE PENELITIAN**

3.1. Desain Penelitian…………………………………………………..… 45

3.2. Populasi dan Sampel ……………………………………………….. 45

3.3. Lokasi dan Waktu Penelitian……………………………………….. 46

3.4. Teknik Pengumpulan Data………………………………………….. 47

 3.4.1. Data Primer …………………………………………………….. 47

 3.4.2. Data Sekunder………………………………………………....... 47

3.5. Teknik Analisis Data………………………………………………... 47

3.6. Definisi Operasional Variabel………………………………………. 48

 3.6.1. Definisi…………………………………………………………... 48

 3.6.2. Batasan Operasional……………………………………………... 49

**BAB. IV. HASIL DAN PEMBAHASAN**

4.1. Hasil Penelitian ……………………………………………………. 50

 4.1.1. Gambaran Umum Daerah Penelitian …………………………… 50

 4.1.2. Jumlah Penduduk Berdasarkan Etnis/Suku ……………………… 50

 4.1.3. Sarana dan Prasarana ……………………………………………. 51

 4.1.4. Jumlah Penduduk Menurut Agama………………………………. 51

 4.1.5. Keadaan Sosial Ekonomi ………………………………………… 52

 4.1.6. Sarana dan Prasarana ……………………………………………. 52

 4.1.7. Sejarah Singkat Perusahaan ……………………………………… 52

 4.1.7.1. Ruang Lingkup Bidang Usaha ………………………………. 53

 4.1.8. Gambaran Umum CV. Aulia Sukses Abadi ……………………… 53

 4.1.9. Karakteristik Pedagang Sampel ………………………………….. 54

4.2. Pembahasan ………………………………………………………….. 56

 4.2.1. Saluran Pemasaran Tepung Terigu ………………………………. 57

 4.2.1.1. Pemasaran ……………………………………………………. 59

 4.2.1.2. Bauran Pemasaran ……………………………………………. 60

 4.2.2. Sistem Mata Rantai Pemasaran Tepung Terigu ………………….. 62

 4.2.3. Biaya dan Marjin Pemasaran Tepung Terigu ……………………. 64

 4.2.4. Efisiensi Pemasaran ……………………………………………… 79

 4.2.5. Biaya dan Marjin Pemasaran Buah Melon BS……………………. 59

 4.2.6. Efisiensi Pemasaran ………………………………………………. 70

**BAB. V. KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1. Kesimpulan …………………………………………………………… 72

5.2. Saran ………………………………………………………………….. 73

**DAFTAR PUSTAKA** …………………………………………………… 74

**DAFTAR TABEL**

**No. Judul Halaman**

1. Kandungan Zat Gizi Tepungm Terigu/100 gram…………………. 8

2. Jenis Gandum yang Digunakan di PT Agri First Indonesia……… 10

3. Komposisi Produk Tepung Terigu PT. Agri First Indonesia………. 17

4. Aplikasi dan Spesifikasi Produk PT. Agri First Indonesia …………. 21

5. Jadwal Penelitian ……………………………………………………. 46

6. Jumlah Penduduk Berdasarkan Etnis/Suku …………………………. 50

7. Sarana dan Prasarana di Desa Bandar Khalipah …………………….. 51

8. Jumlah Penduduk Desa Bandar Khalipah ……………………………. 51

9. Jumlah Penduduk Berdasarkan Mata Pencaharian …………………… 52

10. Jumlah Penduduk Berdasarkan Pendidikan ………………………….. 52

11.Karakteristik Distributor………………………………………………. 55

12.Karakteristik Pedagang Grosir ……………………………………….. 55

13. Fungsi-Fungsi Pemasaran …………………………………………… 59

14. Analisis Margin Pemasaran………………………………………….. 65

14.Saluran I Biaya Pemasaran Per Karung (Isi 25 Kg)…………………… 67

14.Saluran II……………………………………………………………….. 68

15.Nilai Efisiensi Pemasaran Pada Masing-Masing Saluran Pemasaran

 Tepung Terigu …………………………………………………………. 70

**DAFTAR GAMBAR**

**No. Judul Halaman**

1. Struktur Gandum………………………………………………. …. 15

2. Pola Pemasaran Tepung Terigu di Indonesia …………………….. 31

3. Skema Kerangka Pemikiran Analisis Pemasaran Tepung Terigu

 di Desa Bandar Khalipah Kecamatan Percut Sei Tuan Kabupaten

 Deli Serdang ……………………………………………………….. 44

4. Skema Saluran Pemasaran di Daerah Penelitian ………………….. 64

5. Persentase Keuntungan Pemasaran Saluran I………………………. 69

6. Persentase Keuntungan Pemasaran Saluran II………………………. 69