

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Bentuk, bidang, dan Perkembangan Usaha	1
1.1.1 Bentuk Usaha	1
1.1.2 Bidang Usaha	5
1.1.3 Perkembangan Usaha	7
1.2 Tujuan dari Ruang Lingkup Unit Kerja	9
1.3 Hubungan Kerja dengan Unit Lain	12
1.4 Tujuan Magang dan Penulisan Laporan	14
1.4.1 Tujuan Magang	15
1.4.2 Tujuan Penulisan Laporan	16
BAB II LANDASAN TEORI	17
2.1 Pemasaran dan Manajemen Pemasaran	17
2.1.1 Pemasaran	17
2.1.2 Manajemen Pemasaran	18
2.2 Konsep Inti Pemasaran dan Manajemen Pemasaran	18
2.2.1 Konsep Inti Pemasaran	18
2.2.2 Konsep Manajemen Pemasaran	22
2.3 Ramuan Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	24
2.4 Komunikasi Pemasaran	26

2.4.1 Promosi dan Mengembangkan Pesanan	26
2.4.2 Cara Menyampaikan Pesan yang Efektif	27
2.4.3 Memilih Pembawa Pesan	27
2.4.4 Memilih Saluran Komunikasi	27
2.5 <i>E-marketing</i>	29
2.6 Rencana dan Implementasi Pemasaran	31
BAB III PELAKSANAAN MAGANG	34
3.1 Pengenalan Lingkungan Kerja	34
3.2 Kegiatan Selama Magang	35
3.2.1 Kegiatan Rutin	35
3.2.2 Kegiatan Non Rutin	37
3.3 Masalah yang Ditemui Pada Unit Kerja	37
3.3.1 Masalah Kebijakan	37
3.3.2 Masalah Operasional	38
3.4 Pemecahan Masalah Pada Unit Kerja	40
3.4.1 Masalah Kebijakan	40
3.4.2 Masalah Operasional	41
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	44
4.1 Kesimpulan	44
4.2 Saran	45

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN