

DAFTAR ISI

Kata Pengantar	i
Daftar Isi	iii
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Sistematika Penulisan	2
BAB II. KERANGKA TEORI	4
2.1. Pengertian Pemasaran	4
2.2. Bentuk Dasar Sebuah Strategi	7
2.3. Strategi Pemasaran	9
2.4. Pengertian Jasa	14
2.5. Strategi Pemasaran Perusahaan Jasa	16
2.6. Pendidikan Sebagai Industri	17
2.7. Analisa SWOT	18
BAB III. PROFIL PERUSAHAAN	20
3.1. Struktur Organisasi PT Sumber Ilmu Pengetahuan	23
3.2. Struktur Operasional PT Sumber Ilmu Pengetahuan	25
3.3. Kerangka Kerja PT Sumber Ilmu pengetahuan	28
3.4. Program dan Kegiatan Peningkatan Mutu	32

BAB IV. STRATEGI PERMASARAN YANG DIJALANKAN PT.

SUMBER ILMU PENGETAHUAN	36
4.1. Kondisi Pasar.....	38
4.2. Strategi Pemasaran Berdasarkan Bauran Pemasaran.....	39
BAB V. PEMBAHASAN	44
5.1. Faktor Penghambat Proses Strategi Pemasaran Perusahaan	44
5.2. Analisa SWOT	46
5.3. Strategi Pemasaran yang Lebih Efektif	47
BAB VI. KESIMPULAN	52
6.1 Kesimpulan	52
6.2 Saran	53
Daftar Pustaka	54

