

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN MOTTO.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
ABSTRAK.....	xv
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian.....	10
E. Kerangka Teori.....	11
E.1. Strategi Promosi.....	11
E.1.1. Pengertian Strategi.....	11
E.1.2. Pengertian Promosi.....	13
E.1.3. Tujuan Promosi.....	14
E.2. Bauran Promosi.....	16

E. 2.1. Periklanan (<i>Advertising</i>).....	17
E.2.2. Penjualan Personal (<i>Personal Selling</i>).....	23
E.2.3. Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>).....	25
E.2.4. Hubungan masyarakat (<i>Public Relation</i>) dan publikasi.....	26
E.2.5. Pemasaran langsung (<i>Direct Marketing</i>).....	30
E.2.6. Internet.....	32
F. Metode Penelitian.....	42
F.1. Jenis Penelitian.....	42
F.2. Lokasi Penelitian.....	42
F.3. Teknik Pengumpulan Data.....	43
F.4. Teknik Analisa Data.....	45
BAB II : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	47
A. Sejarah Batik Pekalongan.....	47
B. Sejarah Berdirinya Perusahaan Pesisir batik Pekalongan.....	48
C. Visi dan Misi.....	52
D. Lokasi Perusahaan.....	53
E. Struktur Organisasi Perusahaan.....	53
E.1. Direktur.....	55
E.2. Asisten Direktur.....	56
E.3. Kepala Bidang Produksi.....	57

E.4. Kepala Bidang Administrasi.....	58
E.5. Kepala Bidang Pemasaran.....	61
E.6. Karyawan.....	64
F. Aspek Produksi.....	69
G. Promosi.....	79
BAB III : DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA.....	80
A. Strategi Promosi PT. Batik Pesisir.....	80
A.1. Penentuan Promosi.....	80
A.2. Perumusan Analisis SWOT.....	85
A.3. Bauran Promosi.....	94
A.3.1. Periklanan (<i>Advertising</i>).....	95
A.3.2. Penjualan Personal (<i>Personal Selling</i>).....	104
A.3.3. Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>).....	104
A.3.4. Hubungan Masyarakat (<i>Public Relation</i>).....	105
A.3.5. Internet dan email.....	110
A.4. Potensi Batik.....	112
B. Analisis Data.....	114
B.1. Faktor Pendukung dan Penghambat Promosi	
“Batik Pesisir”.....	114
a. Faktor pendukung.....	114
b. Faktor penghambat.....	116

c. Penghambat dan Pendukung dalam Bauran	
Promosi.....	117
B.2. Analisis Data Kegiatan Promosi PT. Batik Pesisir.....	121
BAB IV : PENUTUP.....	138
A. Kesimpulan.....	138
B. Saran.....	142
DAFTAR PUSTAKA.....	14

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Jenis dan harga produk Batik Pesisir Pekalongan.....	79
Tabel 2 Matrik Ruang SWOT.....	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Showroom Perusahaan Batik Pesisir Pekalongan.....	52
Gambar 2 Struktur organisasi Batik Pesisir Pekalongan.....	68
Gambar 3 Tahap desain.....	70
Gambar 4 dan 5 Tahap gambar pada kain.....	70
Gambar 6 Tahap pembatikan.....	71
Gambar 7 Tahap pemopokan.....	71
Gambar 8 Tahap pelorotan.....	72
Gambar 9 Tahap finishing warna akhir.....	72
Gambar 10 Tahap penjemuran.....	73
Gambar 11 Tahap <i>quality control</i> produk jadi.....	73
Gambar 12 Bahan Kemeja ATBM Tulis.....	74
Gambar 13 Bahan Kemeja ATM Tulis.....	75
Gambar 14 Kemeja ATBM Tulis.....	75
Gambar 15 Kemeja ATM Tulis.....	76
Gambar 16 Sarung dan selendang ATBM Tulis.....	76
Gambar 17 Sarung dan selendang ATM Tulis.....	76
Gambar 18 Sarimbit ATBM Tulis.....	77
Gambar 19 Sarimbit ATM Tulis.....	77
Gambar 20 batik Hokokai ATBM Tulis.....	78
Gambar 21 batik Hokokai ATM Tulis.....	78
Gambar 22 Brosur PT Batik Pesisir.....	97
Gambar 23 Bentuk Promosi Dengan Tabloid.....	98
Gambar 24 Bentuk Promosi melalui media elektronik/televisi (Tran7-Si Bolang).....	101
Gambar 25 Billboard PT. Batik Pesisir.....	101

Gambar 26 Kunjungan Menakertrans di dampingi bupati Pekalongan ke PT Batik Pesisir Pekalongan 2009.....	106
Gambar 27 Logo Batik Pesisir.....	108
Gambar 28 PT. Batik Pesisir Pekalongan Sponsorship Penobatan Putri Pariwisata 2008 di Jakarta	108