

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	i
Halaman Pengesahan	ii
Halaman Motto	iii
Halaman Persembahan	iv
Kata Pengantar	v
Daftar Isi	vi
Daftar Tabel	xiii
Daftar Gambar	xiv
Daftar Grafik	xv
 BAB I : Pendahuluan	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	3
1.3. Pembatasan Masalah	3
1.4. Tujuan Penelitian	4
1.5. Kegunaan Penelitian	5
 BAB II : Landasan Teori	
2.1. Pengertian Strategi Pemasaran	6
2.2. Pengertian Pemasaran Ekspor	6

2.3.	Faktor – faktor Yang Mempengaruhi Strategi Ekspor	6
2.3.1.	Lingkungan Ekonomi	7
2.3.2.	Lingkungan Kultur	8
2.3.3.	Lingkungan Politik dan Hukum	8
2.3.4.	Pesaing	9
2.4.	Strategi Generik Pemasaran Ekspor	9
2.4.1.	Strategi Keunggulan Biaya Menyeluruh	10
2.4.2.	Strategi Differensial	12
2.4.3.	Fokus	13
2.5.	Hambatan – hambatan Dalam Kegiatan Ekspor	14
2.5.1.	Hambatan Ekstern	14
2.5.2.	Hambatan Intern	17
2.6.	Kekuatan Strategi Pemasaran Ekspor ..	18
2.7.	Kelemahan Strategi Pemasaran Ekspor	19
2.8.	Peluang Strategi Pemasaran Ekspor	20
2.9.	Ancaman Strategi Pemasaran Ekspor ..	20
2.10.	Hipotesa	21

BAB III : Metodologi Penelitian		
3.1. Jenis Penelitian		22
3.2. Lokasi Penelitian		23
3.3. Populasi dan Sampel		24
3.4. Sumber Data		24
3.5. Teknik Pengumpulan Data		25
3.6. Operasional Variabel		26
3.7. Analisa Data		28
BAB IV : Gambaran Umum Perusahaan		
4.1. Sejarah Perusahaan Umum Perhutani Unit I Semarang Jateng		31
4.2. Struktur Organisasi		35
4.3. Proses Produksi Kayu Olahan		61
BAB V : Analisa dan Pembahasan		
5.1. Faktor – faktor Yang Mendorong Perum Perhutani Dalam Melakukan Pemasaran Ekspor Ke Luar Negeri ...		62
5.1.1. Pasar Domestik Mengalami Stagnesi		63

5.1.2. Permintaan Pasar Luar Negeri Lebih Menarik Daripada Pasar Dalam Negeri	64
5.2. Faktor – Faktor Yang Dipertimbangkan Perum Perhutani Dalam Memasuki Pasar Luar Negeri	66
5.2.1. Faktor Lingkungan Eksternal ...	66
5.2.2. Faktor Lingkungan Internal	73
5.3. Strategi Ekspor Yang Dilakukan Perum Perhutani Dalam Memasuki Pasar Internasional	75
5.3.1. Strategi Generik	76
5.4. Syarat – syarat Dokumen Yang Digunakan Perum Perhutani Dalam Melakukan Pemasaran Ekspor Ke Luar Negeri	77
5.5. Keberhasilan Strategi Pemasaran Ekspor Perum Perhutani Dalam Memasuki Pasar Luar Negeri	81
5.6. Hambatan – hambatan Ekspor Yang Dihadapi Perum Perhutani dan Cara Menghadapi Hambatan Tersebut	82

5.6.1. Kepercayaan Antara Eksportir Dengan Importir	83
5.6.2. Hambatan Dari Pesaing	84
5.7. Analisis Swot	85
5.7.1. Assests	85
5.7.2 Tenaga Kerja Atau Grader	86
5.7.3. Kualitas	87
5.7.4. Kelemahan Yang Ada Dalam Perusahaan Perum Perhutani ...	88
5.7.5. Peluang Yang Ada Dalam Perusahaan Perum Perhutani ...	89
5.7.6. Ancaman Yang Ada Dalam Perusahaan Perum Perhutani ...	89
5.8. Pengujian Hipotesa	91
BAB VI : Penutup	
6.1. Kesimpulan	96
6.2. Saran – saran	97
 Daftar Pustaka	 99
Lampiran	