

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Restoran dan Rumah Makan di Provinsi Banten	2
Tabel 1.2 Laju Pertumbuhan Ekonomi (LPE) Provinsi Banten dan Indonesia (Persen) Tahun 2010 – 2015	3
Tabel 1.3 <i>Gap Supply - Demand</i> Daging Unggas Nasional 2015 – 2019.....	3
Tabel 1.4 <i>Gap Supply - Demand</i> Daging Unggas Banten 2015 – 2019	4
Tabel 1.5 Populasi Itik Menurut Kabupaten/Kota di Banten 2014	8
Tabel 1.6 Produksi Daging Itik Menurut Kabupaten/Kota di Banten 2014.....	9
Tabel 2.1 Daftar UMK Provinsi Banten 2016	14
Tabel 2.2 Indikator Kependudukan Banten dan Nasional	16
Tabel 3.1 <i>External Strategy Factors Analysis Summary (EFAS) Matrix</i>	36
Tabel 3.2 <i>Internal Strategy Factors Analysis Summary (IFAS) Matrix</i>	37
Tabel 3.3 <i>Competitif Profile Matrix (CPM)</i>	39
Tabel 3.4 Matriks SWOT (<i>Tows</i>)	40
Tabel 3.5 Penentuan Faktor Daya Tarik Industri	41
Tabel 3.6 Faktor Kekuatan Bisnis	41
Tabel 3.7 <i>GE Matrix</i>	42
Tabel 3.8 <i>IE Matrix</i>	43
Tabel 3.9 <i>SPACE Matrix</i>	44
Tabel 3.10 <i>IE Matrix</i> Hasil Analisa SWOT	45
Tabel 3.11 <i>Grand Strategy</i>	46
Tabel 3.12 QSPM (<i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i>)	50
Tabel 4.1 Jenis dan Fase Saluran Segmen Pelanggan	55
Tabel 4.2 Mekanisme Penetapan Harga	57
Tabel 4.3 Inovasi Produk, Manajemen Hubungan Pelanggan dan Manajemen Infrastruktur	63
Tabel 4.4 Prinsip-prinsip Inovasi	65
Tabel 5.1 <i>Supply-Demand</i> Daging Itik Nasional dan Banten Tahun 2015 - 2019	84
Tabel 5.2 Wilayah Pasar Sasaran PT Prima Duckindo	85
Tabel 5.3 Perbandingan Jumlah Pengeluaran Per kapita Provinsi Banten dan DKI Jakarta dengan Tingkat Nasional Tahun 2014	87
Tabel 5.4 Pangsa Pasar PT Prima Duckindo	88
Tabel 5.5 Segmentasi Demografis Pasar Bisnis.....	95
Tabel 5.6 Targeting Pasar Bisnis PT Prima Duckindo	98
Tabel 5.7 Penerapan Taktik Marketing 4P pada Nice	101
Tabel 5.8 Jenis Produk PT Prima Duckindo	102
Tabel 5.9 Strategi Suplai Produk (<i>Experience</i>) ke Target Pasar Bisnis	103
Tabel 5.10 Perbandingan Kandungan Gizi Itik Azola	105
Tabel 5.11 Perbandingan Harga Bebek Azola	108
Tabel 5.12 Penetapan harga Jual dan Margin karkas Itik Peking tahun 2018 - 2022	110
Tabel 5.13 Proyeksi Kenaikan Harga Produk PT Prima Duckindo	111
Tabel 5.14 Pelaksanaan <i>Customer Relationship Management</i>	127

Tabel 5.15 <i>Performance Sales People</i> dalam Aktivitas Penjualan	132
Tabel 5.16 Skema Pembagian Komisi Penjualan PT Prima Duckondo	133
Tabel 5.17 Prinsip <i>Activity Sales Team</i>	134
Tabel 5.18 Strategi Membangun Hubungan dan Kepercayaan Pelanggan	136
Tabel 5.19 <i>Company Result</i> PT Prima Duckindo	137
Tabel 5.20 <i>Budget Marketing</i> PT Prima Duckindo	139
Tabel 5.21 Anggaran Biaya Pemasaran PT Prima Duckindo 2018 - 2022	140
Tabel 5.22 Proyeksi Penjualan Karkas Itik Peking Tahun 2018 - 2022	140
Tabel 5.23 Proyeksi Penjualan Karkas Itik Peking Tahun 2019 - 2022	141
Tabel 5.24 Proyeksi Penjualan Karkas Itik Peking Tahun 2018	142
Tabel 5.25 Proyeksi Penjualan DOD ke Mitra ternak Tahuun 2021-2022	143
Tabel 5.26 Total Penjualan Bersih Produk PT Prima Duckindo Tahun 2028 - 2022	144
Tabel 5.27 <i>Net Marketing Contribution</i> (NMC) PT Prima Duckindo	144