

## DAFTAR ISI

<b>ANALISIS SWOT PROSES BISNIS DALAM BIDANG PROMOSI PADA MIS SELAMAYA .....</b>	<b>1</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>1</b>
<b>PERNYATAAN.....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah .....</b>	<b>2</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian.....</b>	<b>2</b>
<b>1.4 Batasan Masalah.....</b>	<b>3</b>
<b>1.5 Manfaat Penelitian .....</b>	<b>3</b>
<b>1.6 Kerangka Pemikiran .....</b>	<b>3</b>
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>11</b>
<b>2.1 Promosi.....</b>	<b>11</b>
<b>2.1.1 Media .....</b>	<b>11</b>
<b>2.1.2 Brosur .....</b>	<b>11</b>
<b>2.2 Strategi .....</b>	<b>12</b>
<b>2.3 Strategi Bisnis .....</b>	<b>12</b>
<b>2.4 Pendidikan .....</b>	<b>12</b>
<b>2.6 Analisis SWOT.....</b>	<b>13</b>
<b>2.7 Perencanaan Strategi .....</b>	<b>13</b>
<b>2.8 Media Promosi .....</b>	<b>13</b>
<b>2.9 Perencanaan .....</b>	<b>14</b>
<b>2.10 Metode Kuantitatif.....</b>	<b>14</b>
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>15</b>

<b>3.1 Desain Alur Penelitian</b> .....	15
<b>3.1.1 Pendekatan Penelitian</b> .....	15
<b>3.1.2 Teknik Pengumpulan Data</b> .....	15
<b>3.2 Lokasi Penelitian</b> .....	16
<b>3.2.1 Profil MIS SELAMAYA</b> .....	17
<b>3.2.2 Data Pendidikan &amp; Tenaga Kependidikan</b> .....	19
<b>3.2.3 Data Peserta Didik</b> .....	20
<b>3.2.4 Prasarana</b> .....	21
<b>3.2.5 Sarana Fasilitas</b> .....	22
<b>3.3 Waktu Penelitian</b> .....	24
<b>3.4 Bagan Alir Penelitian</b> .....	24
<b>3.5 Subjek &amp; Objek Penelitian</b> .....	25
<b>3.5.1 Subjek Penelitian</b> .....	25
<b>3.5.2 Objek Penelitian</b> .....	26
<b>3.6 Teknik Analisis Data</b> .....	27
<b>3.6.1 Reduksi Data</b> .....	27
<b>3.6.2 Penyajian Data</b> .....	27
<b>3.6.3 Penarikan Kesimpulan</b> .....	27
<b>3.7 SWOT</b> .....	28
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN</b> .....	<b>29</b>
<b>4.1 Hasil Penelitian</b> .....	29
<b>4.1.1 Hasil Wawancara</b> .....	29
<b>4.1.2 Efektivitas Strategi Promosi Saat Ini</b> .....	34
<b>4.1.3 Kekuatan &amp; Kelemahan</b> .....	35
<b>4.1.4 Peluang &amp; Ancaman</b> .....	36
<b>4.2 Rekomendasi Strategi Promosi</b> .....	37
<b>4.2.1 Meningkatkan Pemanfaatan Media Digital</b> .....	37
<b>4.2.2 Mengembangkan Konten Promosi Yang Menarik</b> .....	38
<b>4.2.3 Mengadakan Kegiatan Promosi Yang Inovatif</b> .....	38
<b>4.2.4 Memperkuat Hubungan Dengan Masyarakat</b> .....	38
<b>4.2.5 Meningkatkan Kualitas dan Kapasitas Staff</b> .....	38
<b>4.3 Hasil Analisis SWOT</b> .....	38
<b>4.3.1 Kekuatan (Strengths)</b> .....	40
<b>4.3.2 Kelemahan (Weaknesses)</b> .....	40

4.3.3 Peluang (Opportunities) .....	40
4.3.4 Ancaman (Threats).....	41
4.4 Tabel Hasil Analisis Dengan hasil analisis SWOT.....	42
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>45</b>
5.1 Kesimpulan .....	45
5.2 Saran.....	45
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>47</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>48</b>