

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
LEMBAR PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
DAFTAR SINGKATAN DAN LAMBANG.....	xvi
DAFTAR ISTILAH	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang.....	1
I.2 Rumusan Masalah.....	6
I.3 Tujuan Tugas Akhir	7
I.4 Batasan Tugas Akhir.....	7
I.5 Manfaat Tugas Akhir	7
I.6 Sistematika Penulisan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
II.1 Proses Bisnis	10
II.1.1 Definisi Proses Bisnis.....	10
II.1.2 Diagram Alir Proses	11
II.2 <i>Knowledge</i>	11

II.3 <i>Knowledge Management</i>	13
II.4 Model SECI	14
II.5 Pemasaran	15
II.6 <i>Key Performance Indicator</i>	15
II.7 Alasan Pemilihan Metode.....	17
II.8 Tugas Akhir dan Publikasi Terdahulu	18
BAB III SISTEMATIKA PENYELESAIAN MASALAH	24
III.1 Model Konseptual	24
III.2 Sistematika Penyelesaian Masalah.....	26
III.2.1 Tahap Pendahuluan.....	28
III.2.2 Tahap Perancangan Sistem Terintegrasi.....	28
III.2.3 Tahap Analisis Sistem Terintegrasi dan Rekomendasi	29
III.3 Pengumpulan Data	29
III.4 Pengolahan Data atau Proses Pengembangan Produk / Artifak	30
III.5 Metode Evaluasi	30
BAB IV PERANCANGAN SISTEM INTEGRASI	31
IV.1 Identifikasi Sistem Terintegrasi	31
IV.2 Pengumpulan Data	32
IV.2.1 Identifikasi Profil Humblezing	32
IV.2.2 Tahap <i>Socialization</i>	33
IV.2.2.1 Proses Bisnis Tahap <i>Socialization</i>	33
IV.2.2.2 KPI Tahap <i>Socialization</i>	35
IV.2.3 Tahap <i>Externalization</i>	35
IV.2.3.1 Proses Tahap <i>Externalization</i>	35
IV.2.3.2 KPI Tahap <i>Externalization</i>	58
IV. 3 Pengolahan Data.....	59

IV.3.1 Tahap <i>Combination</i>	59
IV.3.1.1 Proses Bisnis Tahap <i>Combination</i>	59
IV.3.1.2 Proses Bisnis <i>Best Practice</i> Aktivitas <i>Advertising</i>	61
IV.3.1.3 Proses Bisnis <i>Best Practice</i> Aktivitas <i>Sales & Promotion</i>	66
IV.3.1.4 Proses Bisnis <i>Best Practice</i> Aktivitas <i>Endorsement</i>	70
IV.3.1.5 Proses Bisnis <i>Best Practice</i> Aktivitas <i>Launching</i> Produk.....	74
IV.3.1.6 KPI Tahap <i>Combination</i>	78
IV.3.2 Tahap <i>Internalization</i>	78
IV.3.2.1 Proses Bisnis Tahap <i>Internalization</i>	78
IV.3.2.1 KPI Tahap <i>Internalization</i>	80
IV.4 KPI Kegiatan Pemasaran Digital Humblezing.....	81
BAB V ANALISIS DAN EVALUASI HASIL PERANCANGAN	83
V.1 Analisis Tahap <i>Socialization</i>	83
V.2 Analisis Tahap <i>Externalization</i>	84
V.3 Analisis Tahap <i>Combination</i>	85
V.3.1 Analisis <i>Best Practice</i> Aktivitas <i>Advertising</i>	86
V.3.2 Analisis <i>Best Practice</i> Aktivitas <i>Sales & Promotion</i>	86
V.3.3 Analisis <i>Best Practice</i> Aktivitas <i>Endorsement</i>	87
V.3.4 Analisis <i>Best Practice</i> Aktivitas <i>Launching</i> Produk.....	88
V.3.5 Analisis <i>Key Performance Indicator</i>	88
V.4 Analisis Tahap <i>Internalization</i>	89
V.5 Analisis Sistem Integral.....	91
V.6 Evaluasi Hasil Rancangan Tugas Akhir	92
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	94
VI.1 Kesimpulan	94
VI.2 Saran.....	95

DAFTAR PUSTAKA.....	96
---------------------	----