

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iv
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR ISTILAH .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
I.1    Latar Belakang.....	1
I.2    Alternatif Pembangkitan Solusi.....	6
I.3    Rumusan Masalah.....	10
I.4    Tujuan Tugas Akhir.....	10
I.5    Manfaat Penelitian .....	10
I.6    Sistematika Penulis.....	11
BAB II LANDASAN TEORI .....	13
II.1    Teori / Konsep Umum .....	13
II.1.1    Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).....	13
II.1.2    Manajemen Pemasaran .....	13
II.1.3    Statistika Industri.....	14
II.1.4    Komunikasi Pemasaran .....	15
II.1.5    Benchmarking.....	17

II.1.6	Key Performance Indicator .....	18
II.1.7	Operational Research.....	19
II.2	Pemilihan Teori / Model / Kerangka Standar Perancangan .....	23
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN.....		27
III.1	Sistematika Perancangan .....	27
III.1.1	Tahap Pengumpulan data.....	29
III.1.2	Tahap Perancangan Solusi.....	31
III.1.3	Validasi dan Evaluasi Hasil Rancangan .....	34
III.1.4	Kesimpulan dan Saran .....	35
III.2	Batasan dan Asumsi Tugas Akhir .....	35
BAB IV PERANCANGAN SISTEM TERINTEGRASI .....		37
IV.1	Deskripsi Data .....	37
IV.1.1	Identifikasi Profil Pie Susu Hasil.....	37
IV.1.2	Identifikasi Profil Alternatif <i>Partner Benchmark</i> .....	39
IV.1.3	Rekapitulasi Data Responden .....	40
IV.2	Spesifikasi Rancangan dan Standar Perancangan .....	41
IV.3	Proses Perancangan .....	43
IV.3.1	Identifikasi Program Komunikasi Pemasaran .....	43
IV.3.2	Penentuan Struktur Hierarki .....	45
IV.3.3	Pengolahan Data .....	47
IV.3.4	Uji Konsistensi .....	52
IV.3.5	Penentuan Alternatif <i>Partner Benchmark</i> Terpilih .....	55
IV.3.6	Identifikasi <i>Key Performance Indicator</i> (KPI).....	55
IV.3.7	Identifikasi Gap .....	57
IV.3.8	Penentuan <i>Future Performance</i> .....	60
IV.3.9	Analisis Gap .....	62

IV.4	Hasil Rancangan .....	68
IV.4.1	Rancangan Sistem Integrasi.....	69
IV.5	Verifikasi Hasil Rancangan .....	75
BAB V VALIDASI DAN EVALUASI HASIL RANCANGAN.....		77
V.1	Validasi Hasil Rancangan.....	77
V.2	Evaluasi Hasil Rancangan .....	85
V.3	Analisis dan Rencana Implementasi Hasil Rancangan.....	87
V.3.1	Analisis dan Rencana Implementasi <i>Online and Social Media Marketing</i> (Pemasaran Online dan Media Sosial) .....	87
V.3.2	Analisis dan Rencana Implementasi <i>Sales Promotion</i> (Promosi Penjualan) .....	91
V.3.3	Analisis dan Rencana Implementasi <i>Mobile Marketing</i> .....	93
V.3.4	Analisis dan Rencana Implementasi <i>Personal Selling</i> (Penjualan Personal) .....	95
V.3.5	Analisis dan Rencana Implementasi <i>Direct Direct and Database Marketing</i> (Pemasaran Langsung dan <i>Database</i> ).....	97
V.3.6	Analisis dan Rencana Implementasi Advertising (Periklanan) .....	98
V.3.7	Analisis dan Rencana Implementasi <i>Event and Experience</i> (Acara dan Pengalaman).....	101
V.3.8	Analisis dan Rencana Implementasi <i>Public Relation and Publicity</i> (Hubungan Masyarakat dan Publisitas) .....	102
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN .....		105
VI.1	Kesimpulan.....	105
VI.2	Saran .....	106
VI.2.1	Saran untuk Pie Susu Hasih.....	106
VI.2.2	Saran Untuk Penelitian Selanjutnya .....	106
DAFTAR PUSTAKA .....		107