

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR ISTILAH	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I <u>PENDAHULUAN</u>	1
I.1 Latar belakang	1
I.2 Rumusan Masalah	7
I.3 Tujuan Penelitian.....	7
I.4 Manfaat Penelitian.....	7
I.5 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II <u>LANDASAN TEORI</u>	9
II.1 Literatur / Teori / Konsep Umum / Model / Kerangka Standar	9
II.1.1 Manajemen Pemasaran.....	9
II.1.2 Sistem Manajemen Organisasi Industri.....	9
II.1.3 Refrensi Akademik/Ilmiah	12
II.2 Perbandingan Metode	16
BAB III <u>METODOLOGI PENYELESAIAN MASALAH</u>	18
III.1 Sistematika Perancangan.....	18
III.1.1 Deskripsi Mekanisme Pengumpulan Data	20

III.1.2	Tahapan perancangan.....	20
III.1.3	Deskripsi Mekanisme Verifikasi.....	22
III.1.4	Deskripsi Mekanisme Validasi Hasil Rancangan	22
III.2	Identifikasi Sistem Terintegrasi	23
III.3	Batasan dan Asumsi Tugas Akhir	24
	BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA	25
IV.1	Pengumpulan Data	25
IV.1.1	Gambaran UMKM	25
IV.1.2	Profil Perusahaan	25
IV.1.3	Analisis Faktor Internal.....	25
IV.1.4	Analisis Faktor Eksternal	31
IV.1.5	Porter's Five Force Analysis.....	33
IV.2	Spesifikasi Rancangan	36
IV.2.1	Matrix IFE.....	36
IV.2.2	Matrix EFE.....	36
IV.2.3	Matrix IE.....	36
IV.2.4	Matrix SWOT	36
IV.2.5	Quantitative Strategic Planning Matrix.....	37
IV.3	Proses Rancangan	37
IV.3.1	Faktor Internal.....	37
IV.3.2	Faktor Eksternal	38
IV.3.3	Perhitungan Bobot dan Rating	39
IV.3.4	Penyusunan Matrix IE.....	41
IV.3.5	Penyusunan Matrix SWOT	42
IV.4	Verifikasi Hasil Rancangan	44
IV.4.1	Matrix QSPM.....	46
	BAB V ANALISIS.....	49

V.1	Validasi	49
V.2	Analisis Hasil	50
BAB VI <u>KESIMPULAN DAN SARAN</u>		54
VI.1	Kesimpulan	54
VI.2	Saran	56
DAFTAR PUSTAKA.....		57
LAMPIRAN		59