

| | |
|---|-----|
| V.2.2 Analisis Faktor Eksternal UMKM Palmtree Sanur. | 90 |
| V.3 Analisis SWOT | 95 |
| V.4 Analisis Hasil Rancangan Terpilih | 99 |
| V.5 Analisis Matriks QSPM | 102 |
| BAB VI. KESIMPULAN dan SARAN | 106 |
| Daftar Pustaka | 107 |
| LAMPIRAN A | 109 |
| LAMPIRAN B | 163 |
| LAMPIRAN C REKAPITULASI WAWANCANRA | 178 |

| | | |
|----------|--|----|
| IV.1.4.2 | Pemasaran | 44 |
| IV.1.4.3 | Keuangan | 44 |
| IV.1.4.4 | Operasi dan Produksi | 45 |
| IV.1.4.5 | Riset dan Pengembangan..... | 46 |
| IV.1.5 | Faktor Eksternal..... | 47 |
| IV.1.5.1 | Analisis PEST (Politik, Ekonomi, Sosial dan Teknologi) | 47 |
| IV.1.5.2 | Five Force Porter's Analysis..... | 49 |
| IV.2 | Proses Rancangan..... | 51 |
| IV.2.1 | Faktor Internal Perusahaan..... | 51 |
| IV.2.1.1 | Faktor Kekuatan Perusahaan | 51 |
| IV.2.1.2 | Faktor Kelemahan Perusahaan | 53 |
| IV.2.2 | Faktor Eksternal Perusahaan | 54 |
| IV.2.1.3 | Faktor Peluang Perusahaan | 55 |
| IV.2.3 | Pemberian Bobot dan Rating..... | 55 |
| IV.2.1.4 | Faktor Internal | 56 |
| IV.2.1.5 | Faktor Eksternal..... | 63 |
| IV.3 | Hasil Rancangan..... | 65 |
| IV.3.1 | Faktor Internal | 65 |
| IV.3.2 | Faktor Eskternal | 67 |
| IV.3.3 | Penyusunan Matriks IE..... | 68 |
| IV.3.4 | Penyusunan Matriks SWOT | 69 |
| IV.3.5 | Penyusunan QSPM | 73 |
| BAB V. | ANALISIS..... | 79 |
| V.1 | Validasi dan Verifikasi Hasil Rancangan | 79 |
| V.2 | Analisis Faktor Internal dan Eskternal UMKM Palmtree Sanur ... | 83 |
| V.2.1 | Analisis Faktor Internal UMKM Palmtree Sanur..... | 83 |

| | | |
|-----------------|--|-----------|
| II.1.7 | Analisis SWOT | 15 |
| II.1.8 | Matriks SWOT | 16 |
| II.1.9 | Analisis PEST (Politik, Ekonomi, Sosial, Teknologi) | 17 |
| II.1.10 | <i>Porter's Five Force Analysis</i> | 18 |
| II.1.11 | <i>Analytical Herarchy Process (AHP)</i> | 19 |
| II.1.12 | <i>Internal Factor Evaluation (IFE)</i> | 20 |
| II.1.10 | <i>Eksternal Factor Evaluation (EFE)</i> | 21 |
| II.1.11 | Internal Eksternal (IE)..... | 22 |
| II.1.12 | <i>Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)</i> | 26 |
| II.2 | Alasan Pemilihan Metode dan Penyelesaian Masalah | 28 |
| BAB III. | METODOLOGI PERANCANGAN | 30 |
| III.1 | Sistematika Perancangan..... | 30 |
| III.1.1 | Tahapan Pendahuluan..... | 32 |
| III.1.2 | Tahap Pengumpulan Data..... | 32 |
| III.1.3 | Tahapan Perancangan | 33 |
| III.1.4 | Tahapan Analisis..... | 34 |
| III.1.5 | Tahapan Kesimpulan dan Saran | 34 |
| III.2 | Batasan dan Asumsi Tugas Akhir | 34 |
| BAB IV. | PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA..... | 35 |
| IV.1 | Deskripsi Data..... | 35 |
| IV.1.1 | Data UMKM | 35 |
| IV.1.1.1 | Profil UMKM..... | 35 |
| IV.1.2 | STP (<i>Segmenting, Targeting, Positioning</i>) | 35 |
| IV.1.3 | Faktor Internal..... | 36 |
| IV.1.4 | Data Internal UMKM | 42 |
| IV.1.4.1 | Manajemen..... | 43 |

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| Abstrak | i |
| <i>Abstrak</i> | ii |
| LEMBAR PENGESAHAN | iii |
| HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS | iv |
| KATA PENGANTAR | v |
| DAFTAR GAMBAR | x |
| DAFTAR TABEL | xi |
| DAFTAR LAMPIRAN | xii |
| DAFTAR ISTILAH | xiii |
| BAB I. PENDAHULUAN | 1 |
| I.1. Latar Belakang | 1 |
| I.2. Alternatif Solusi | 7 |
| I.3. Rumusan Masalah | 8 |
| I.4. Tujuan Penelitian | 9 |
| I.5. Manfaat Perancangan | 9 |
| I.6. Sistematika Penulisan | 9 |
| BAB II. Landasan Teori | 11 |
| II.1 Pemasaran | 11 |
| II.1.1 Pengertian Pemasaran | 11 |
| II.1.2 Strategi Pemasaran | 11 |
| II.1.3 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>) | 12 |
| II.1.4 Sistem Manajemen Organisasi Manajemen Strategi | 13 |
| II.1.5 Teknik Sampling Probabilitas | 14 |
| II.1.6 Teknik Sampling Non-Probabilitas | 14 |