

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS .....	ii
ABTRAKSI.....	iv
ABSTRACT .....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR SINGKATAN.....	xvi
DAFTAR ISTILAH .....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xx
<b>Bab I Pendahuluan .....</b>	<b>1</b>
I.1 Latar Belakang .....	1
I.2 Perumusan Masalah .....	6
I.3 Tujuan Penelitian .....	7
I.4 Manfaat Penelitian .....	7
I.5 Batasan Masalah.....	7
I.6 Sistematika Penulisan .....	7
<b>Bab II Landasan Teori .....</b>	<b>9</b>
II.1 Studi Literatur .....	9
II.2 <i>Integrated Marketing Communication</i> .....	13
II.3 Definisi Proses.....	15
II.4 Proses Bisnis .....	16
II.4.1 Definisi Proses Bisnis .....	16
II.4.2 Pemetaan Proses Bisnis.....	19

II.4.3	Analisa Proses Bisnis Strategis dan Taktis .....	21
II.4.3.1	Analisa Proses Bisnis-Taktis .....	22
II.4.3.2	Analisa Proses Bisnis-Strategis .....	22
II.4.4	<i>Process Improvement, Process Redesign dan Process Reengineering</i> .....	23
II.5	<i>Business Process Improvement</i> .....	25
II.5.1	Pengertian <i>Business Process Improvement</i> .....	26
II.5.2	Metodologi-metodologi <i>Business Process Improvement</i> .....	26
II.6	Metodologi <i>Model-Based and Integrated Process Improvement</i> .....	29
II.6.1	Latar Belakang dan Tujuan Metodologi MIPI .....	32
II.6.2	Metodologi Riset .....	33
II.7	Alat-alat Bantu dalam Peningkatan Proses Bisnis .....	36
II.7.1	<i>Seven Tools</i> (Tujuh Alat Kualitas) .....	36
II.7.2	<i>Value Added Analysis</i> .....	39
II.7.3	Analisis <i>SWOT</i> .....	40
<b>Bab III</b>	<b>Metodologi Penelitian .....</b>	<b>43</b>
III.1	Model Konseptual .....	43
III.2	Sistematika Pemecahan Masalah .....	44
III.2.1	Tahap Identifikasi dan Pendahuluan .....	45
III.2.1.1	Perumusan Masalah .....	45
III.2.1.2	Penetapan Tujuan .....	45
III.2.1.3	Studi Literatur .....	45
III.2.1.4	Studi Lapangan .....	45
III.2.2	Tahap Pengumpulan dan Pengolahan Data .....	45
III.2.2.1	Data Primer .....	46
III.2.2.2	Pengolahan Data .....	46

III.2.2.3	Pemahaman Kebutuhan Bisnis .....	46
III.2.2.4	Pemahaman Proses Bisnis .....	46
III.2.3	Tahap Analisis dan Perbaikan .....	46
III.2.3.1	Analisis Hasil Pengolahan Data dan Perbaikan .....	46
III.2.3.2	Desain Usulan Perbaikan Proses Bisnis .....	47
III.2.3.3	Implementasi Perbaikan Proses Bisnis .....	47
III.2.4	Tahap Kesimpulan dan Saran .....	47
<b>Bab IV</b>	<b>Pengumpulan dan Pengolahan Data .....</b>	<b>48</b>
IV.1	Pengumpulan Data .....	48
IV.1.1	Profil Perusahaan .....	49
IV.1.2	Pemahaman Kebutuhan Bisnis .....	51
IV.1.3	Pemahaman Kebutuhan Proses .....	54
IV.1.3.1	Identifikasi dan Pemahaman Proses Bisnis Eksisting .....	54
IV.1.4	Model dan Analisis Proses .....	58
IV.1.4.1	Sub Proses Pengiriman Stroberi <i>Fresh</i> .....	58
IV.1.4.2	Sub Proses <i>Word of Mouth</i> .....	58
IV.1.4.3	Sub Proses Pemberian <i>Sample</i> Produk Stroberi <i>Fresh</i> .....	59
IV.2	Identifikasi <i>Input</i> dan <i>Output</i> .....	59
IV.3	Identifikasi Ketersediaan SDM, Teknologi, dan Fasilitas Pendukung .....	60
IV.3.1	Ketersediaan SDM .....	60
IV.3.2	Ketersediaan Teknologi .....	61
IV.3.3	Ketersediaan Fasilitas Pendukung .....	61
IV.3.4	Pengukuran Waktu Proses .....	62
<b>Bab V</b>	<b>Analisis dan Usulan Perbaikan .....</b>	<b>63</b>
V.1	Analisis Penyebab Permasalahan .....	63

V.2 Pendesainan Ulang Proses.....	64
V.2.1 Analisis dan Usulan Perbaikan Prosedur.....	64
V.2.1.1 Identifikasi dan Pemahaman Proses Bisnis Usulan.....	69
V.2.1.2 Model dan Analisis Proses .....	72
V.2.2 Analisis dan Usulan Perbaikan Sumber Daya Manusia .....	78
V.2.3 Analisis dan Usulan Perbaikan Fasilitas Pendukung dan Teknologi .....	81
V.3 Analisis dan Usulan Strategi Barokah Tani Agro Farm.....	86
V.3.1 Pembinaan dan Pemberdayaan .....	86
V.3.2 Perluasan Pangsa Pasar.....	87
V.3.3 Kemitraan Usaha .....	88
V.3.4 Usulan Perbaikan Media Pemasaran .....	89
V.4 Pengimplementasian Proses Baru .....	98
<b>Bab VI Kesimpulan dan Saran .....</b>	<b>100</b>
VI.1 Kesimpulan .....	100
VI.2 Saran .....	101
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>xxi</b>