

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
PAKTA INTEGRITAS	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR ISTILAH	xv
DAFTAR SINGKATAN	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	18
I.1 State of The Art	18
I.2 Latar Belakang	20
I.3 Perumusan Masalah	21
I.4 Tujuan Penelitian	22
I.5 Ruang Lingkup Penelitian	22
I.6 Pertanyaan Penelitian	23
I.7 Batasan Masalah	23
I.8 Rasionalisasi Penelitian	24
I.9 Kesenjangan Penelitian	26
I.10 Signifikansi Penelitian	26

I.11	Pertimbangan Penelitian	26
I.12	Peran Peneliti.....	27
I.13	Sistematika Penulisan	28
BAB II	TINJAUAN PUSTAKA	31
II.1	Metode Review	31
II.2	Hasil Review	32
II.2.1	Definisi Rantai Pasok dan Perbandingan Konsep	32
II.2.2	Proses Penjualan Pada Rantai Pasok.....	34
II.3	Motivasi Penelitian	35
II.3.1	Tantangan dan permasalahan dalam industri perikanan di Indonesia.	35
II.3.2	Tujuan dan Manfaat Pengelolaan Rantai Pasok Pada Budidaya Perikanan	36
II.3.3	Aspek Penting Rantai Pasok di Sektor Budidaya Perikanan.....	38
II.4	Tolak Ukur Penelitian	39
II.4.1	Big Data Analytics.....	39
II.4.2	Big Data Analytics di Media Sosial	40
II.4.3	Potensi Analisis Social Media Dalam Mendukung Perancangan Model Rantai Pasok	49
II.4.4	Integrasi Rantia Pasok dan Analisis Media Sosial.....	52
II.4.5	Sistem Odoo.....	54
BAB III	USULAN METODE	57
III.1	Rancangan Penelitian	57
III.2	Metode Penelitian.....	58
III.2.1	Root of Tree	59
III.2.2	Bottom of Tree.....	59
III.2.3	Middle of Tree	60
III.2.4	Top of Tree.....	61
III.3	Sistematika Penelitian.....	61
III.4	Asumsi Penelitian	63

III.5 Sumber Data	63
III.6 Pertimbangan Etika	64
III.7 Instrumen Penelitian.....	65
BAB IV PENGUMPULAN DATA.....	66
IV.1 Metode Pengumpulan Data	66
IV.2 Gambaran Umum.....	67
IV.2.1 Objek Penelitian	67
IV.2.2 Business Process Existing.....	68
IV.2.3 Pelaksanaan Penelitian.....	69
IV.3 Hasil Deskriptif.....	79
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	81
V.1 Metode Analisa Data.....	81
V.2 Hasil Analisis	81
V.2.1 Text Analysis	81
V.2.2 Descriptive Analytics	100
V.3 Implementasi dan Pengujian.....	107
V.3.1 Tipe Aliran Proses Penjualan Pada Rantai Pasok Budidaya Lobster Air Tawar	107
V.3.2 Peran Pelaku SCM Budidaya Lobster Air Tawar	110
V.3.3 Business Process Improvement (BPI).....	110
V.3.5 Perancangan Proses Penjualan pada Budidaya Lobster Air Tawar di Sistem Odoo	112
V.3.5 Implementasi Proses Penjualan Budidaya Lobster Air Tawar Pada Sistem Odoo.....	114
V.3.6 Implementasi	115
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	120
VI.1 Kesimpulan	120
VI.2 Kritik	122
VI.3 Saran.....	122
DAFTAR PUSTAKA	124
LAMPIRAN	130