

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
DAFTAR SINGKATAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Perumusan Masalah.....	10
I.3 Tujuan Penelitian	11
I.4 Manfaat	11
I.5 Batasan Masalah	11
I.6 Sistematika Penulisan.....	12
BAB II DASAR TEORI.....	13
II.1 Daftar Teori yang Digunakan	13
II.2 Pengertian Strategi Pemasaran.....	14
II.3 Matriks Boston Consulting Group	15
II.4 <i>Digital Transformation Strategy</i>	16
II.5 Pengertian Strategi	16
II.6 Pengertian Pemasaran.....	17
II.7 Analisis SWOT	17
II.8 Rasio Pertumbuhan	18
II.9 Pengertian <i>Digital Marketing</i>	19
II.10 Strategi Pemasaran Digital	20
BAB III METODE PENELITIAN	26

III.1	Model Konseptual	26
III.2	Metode Penelitian.....	27
III.2.1.	<i>Activity Diagram</i>	27
III.2.2.	Tabel <i>Activity Diagram</i>	28
III.2.3.	Tahapan Identifikasi dan Penelitian Awal.....	29
III.2.3.1.	Merumuskan Permasalahan	29
III.2.3.2.	Studi Literatur	29
III.2.4.	Tahapan Pengolahan Data	29
III.2.4.1.	Mengumpulkan Data	29
III.2.4.2.	Pengolahan Data.....	29
III.2.5.	Tahapan Pemecahan Masalah dan Perancangan Solusi	30
III.2.5.1.	Metode Pemecahan Masalah.....	30
III.2.5.2.	Perancangan Solusi.....	30
III.2.6.	Tahapan Analisis dan Kesimpulan dan Saran	30
III.2.6.1.	Analisis	30
III.2.6.2.	Kesimpulan dan Saran	30
BAB IV PENGOLAHAN DATA		31
IV.1	Gambaran Umum Vila Arriza.....	31
IV.2	Fasilitas Villa	31
IV.3	Perancangan Sistem Pemesanan	32
IV.3.1.	Tata Cara Pemesanan Sebelum Di Digitalisasi.....	33
IV.3.2.	Tata Cara Pemesanan Setelah Di Digitalisasi.....	34
IV.4	Perhitungan Tingkat Pertumbuhan Pasar Villa Arriza	35
IV.5	Perhitungan Tingkat Pertumbuhan Pasar Pesaing	37
IV.6	Tingkat Pangsa Pasar Relatif	38
IV.7	Matriks BCG.....	39
IV.8	Analisis SWOT	40
IV.9	Perancangan <i>Framework</i> BCG	43
IV.9.1.	<i>Digitize the Core</i>	45
IV.9.2.	<i>New Digital Growth</i>	46

IV.9.3. <i>Shared Digital Accelerators</i>	47
BAB V ANALISIS	49
V.1 Analisis Perancangan Pemesanan	49
V.2 Analisis Matriks BCG	49
V.3 Analisis Matriks SWOT	50
V.4 Analisis Perancangan <i>Framework</i> BCG.....	50
V.4.1 <i>Digitize the Core</i>	50
V.4.2 <i>New Digital Growth</i>	52
V.4.3 <i>Shared Digital Accelerators</i>	53
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	56
VI.1 Kesimpulan	56
VI.2 Saran.....	58
VI.2.1. Saran Untuk Objek Penelitian	58
VI.2.2. Saran Untuk Penelitian Selanjutnya	59
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN	61