

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR ISTILAH	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang.....	1
I.2 Alternatif Pembangkitan Solusi.....	6
I.3 Rumusan Masalah.....	10
I.4 Tujuan Tugas Akhir.....	10
I.5 Manfaat Penelitian	10
I.6 Sistematika Penulis.....	11
BAB II LANDASAN TEORI	13
II.1 Teori / Konsep Umum	13
II.1.1 Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)	13
II.1.2 Manajemen Pemasaran	13
II.1.3 Statistika Industri	14
II.1.4 Komunikasi Pemasaran	15
II.1.5 Benchmarking.....	17

II.1.6	<i>Key Performance Indicator</i>	18
II.1.7	Operational Research.....	19
II.2	Pemilihan Teori / Model / Kerangka Standar Perancangan	23
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN.....		27
III.1	Sistematika Perancangan	27
III.1.1	Tahap Pengumpulan data.....	29
III.1.2	Tahap Perancangan Solusi.....	31
III.1.3	Validasi dan Evaluasi Hasil Rancangan	34
III.1.4	Kesimpulan dan Saran	35
III.2	Batasan dan Asumsi Tugas Akhir	35
BAB IV PERANCANGAN SISTEM TERINTEGRASI		37
IV.1	Deskripsi Data	37
IV.1.1	Identifikasi Profil Pie Susu Hasil.....	37
IV.1.2	Identifikasi Profil Alternatif <i>Partner Benchmark</i>	39
IV.1.3	Rekapitulasi Data Responden	40
IV.2	Spesifikasi Rancangan dan Standar Perancangan	41
IV.3	Proses Perancangan	43
IV.3.1	Identifikasi Program Komunikasi Pemasaran	43
IV.3.2	Penentuan Struktur Hierarki	45
IV.3.3	Pengolahan Data	47
IV.3.4	Uji Konsistensi	52
IV.3.5	Penentuan Alternatif <i>Partner Benchmark</i> Terpilih	55
IV.3.6	Identifikasi <i>Key Performance Indicator</i> (KPI).....	55
IV.3.7	Identifikasi Gap	57
IV.3.8	Penentuan <i>Future Performance</i>	60
IV.3.9	Analisis Gap	62

IV.4	Hasil Rancangan	68
IV.4.1	Rancangan Sistem Integrasi.....	69
IV.5	Verifikasi Hasil Rancangan	75
BAB V VALIDASI DAN EVALUASI HASIL RANCANGAN.....		77
V.1	Validasi Hasil Rancangan.....	77
V.2	Evaluasi Hasil Rancangan	85
V.3	Analisis dan Rencana Implementasi Hasil Rancangan.....	87
V.3.1	Analisis dan Rencana Implementasi <i>Online and Social Media Marketing</i> (Pemasaran Online dan Media Sosial)	87
V.3.2	Analisis dan Rencana Implementasi <i>Sales Promotion</i> (Promosi Penjualan)	91
V.3.3	Analisis dan Rencana Implementasi <i>Mobile Marketing</i>	93
V.3.4	Analisis dan Rencana Implementasi <i>Personal Selling</i> (Penjualan Personal)	95
V.3.5	Analisis dan Rencana Implementasi <i>Direct Direct and Database Marketing</i> (Pemasaran Langsung dan <i>Database</i>).....	97
V.3.6	Analisis dan Rencana Implementasi Advertising (Periklanan)	98
V.3.7	Analisis dan Rencana Implementasi <i>Event and Experience</i> (Acara dan Pengalaman).....	101
V.3.8	Analisis dan Rencana Implementasi <i>Public Relation and Publicity</i> (Hubungan Masyarakat dan Publisitas).....	102
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN		105
VI.1	Kesimpulan.....	105
VI.2	Saran	106
VI.2.1	Saran untuk Pie Susu Hasih.....	106
VI.2.2	Saran Untuk Penelitian Selanjutnya	106
DAFTAR PUSTAKA		107