

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>12</b>
I.1 Latar Belakang.....	12
I.2 Rumusan Masalah.....	18
I.3 Tujuan Penelitian.....	18
I.4 Manfaat Penelitian.....	19
I.5 Sistematika Penulisan.....	19
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>21</b>
II. Literatur/Teori/Konsep Umum/Model/Kerangka Standar.....	21
II.1 Strategi Promosi.....	21
II.2 Bauran Promosi.....	21
II.3 Pemasaran (Manajemen Pemasaran).....	22
II.4 Kewirausahaan.....	23
II.5 UMKM.....	23
II.6 Analisis SWOT.....	24
II.7 Matriks IFE dan Matriks EFE.....	26
II.8 Matriks IE.....	28
II.9 <i>Quantitatif Strategic Planning Matriks</i> .....	29
II.10 Pemilihan Teori.....	30
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>32</b>
III.1 Sistematika Perancangan.....	32
III.2 Identifikasi sistem terintegrasi.....	36
III.3 Batasan Asumsi Tugas Akhir.....	37
<b>BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA.....</b>	<b>38</b>
IV.1 Deskripsi Data.....	38
IV.1.1 Profil UMKM.....	38
IV.1.2 Data Lingkungan Internal.....	38

IV.1.2 Analisis Bauran Promosi .....	39
IV.1.3 Faktor Internal .....	40
IV.1.4 Data Lingkungan Eksternal .....	41
IV.1.5 Kondisi Eksternal Perusahaan .....	41
IV.1.6 Faktor Eksternal.....	42
IV.2 Spesifikasi Rancangan dan Standar Perancangan .....	43
IV.3 Proses Perancangan .....	44
IV.3.1 Menentukan Bobot IFAS ( <i>Internal Factor Analysis Strategic</i> ) dan EFAS ( <i>Exsternal Factor Analysis</i> ) .....	50
IV.3.2 Menentukan Rating IFAS ( <i>Internal factor Analysis Strategic</i> ) dan EFAS ( <i>Exsternal Factor Analysis Strategic</i> ).....	51
IV.3.3 Membuat Matriks IE .....	51
IV.4 Hasil Rancangan.....	52
IV.4.1 IFAS .....	52
IV.4.2 Bauran Promosi .....	53
IV.4.3 Analisis SWOT .....	55
IV.3 Analisis Matrik <i>Quantitavie Strategic Planning Matrix</i> .....	57
<b>BAB V ANALISIS.....</b>	<b>59</b>
V.1 Analisis Faktor Lingkungan Internal dan Eksternal .....	59
V.2 Analisis Alternatif Strategi Pemasaran Menggunakan Metode Matrik SWOT .....	59
V.3 Analisis Matrik IE.....	60
V.4 Rekomendasi Strategi Pemasaran Untuk bubur bayi inna .....	61
<b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>63</b>
VI.1 Kesimpulan .....	63
VI.2 Saran.....	64
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>65</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>68</b>