

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	ii
<i>ABSTRACT</i>	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Perumusan Masalah.....	3
I.3 Tujuan Tugas Akhir	4
I.4 Batasan Tugas Akhir	4
I.5 Manfaat Tugas Akhir	4
I.6 Sistematika Penulisan.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
II.1 Manajemen Strategis	7
II.2 Strategi	9
II.3 Strategi Pemasaran	9
II.4 Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal	11
II.4.1 Analisis Lingkungan Internal.....	11
II.4.2 Analisis Lingkungan Eksternal	12
II.5 Matriks <i>Internal Factor Evaluation</i> (IFE) dan Matriks <i>External Factor Evaluation</i> (EFE).....	15
II.5.1 Matriks IFE	15
II.5.2 Matriks EFE	16
II.6 Matriks Internal Eksternal (IE)	17
II.7 Analisis.....	20
II.8 Analisis <i>Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats</i> (SWOT)	20

II.9	Matriks Strength, Weakness, Opportunity, Threats (SWOT)	23
II.10	Matriks Quantitative Strategic Planning (QSPM)	24
II.11	Perbandingan Metode	26
II.12	Tugas Akhir Sebelumnya	27
BAB III	METODOLOGI PENYELESAIAN MASALAH	29
III.1	Model Konseptual	29
III.2	Sistematika Pemecahan Masalah.....	31
III.3	Tahap Identifikasi.....	32
III.4	Tahap Pengumpulan Data dan Pengolahan Data	33
III.5	Metode Evaluasi	35
III.6	Tahap Kesimpulan dan Saran.....	35
BAB IV	PERANCANGAN SISTEM TERINTEGRASI	36
IV.1	Pengumpulan Data	36
IV.1.1	Gambaran UMKM.....	36
IV.1.2	Profil Singkat UMKM	36
IV.1.3	Struktur Organisasi	36
IV.1.4	Produk UMKM.....	37
IV.2	Pengumpulan Data Penelitian	39
IV.2.1	Lingkungan Internal UMKM Sate Emong	39
IV.2.2	Faktor Internal	42
IV.2.3	Lingkungan Eksternal UMKM Sate Emong	43
IV.2.4	Faktor Eksternal.....	46
IV.3	Pengolahan Data.....	47
IV.3.1	Menentukan Bobot Matriks IFE dan EFE	47
IV.3.2	Menentukan Rating Matriks IFE dan EFE	47
IV.3.3	Matriks IFE.....	48
IV.3.4	Matriks EFE.....	49
IV.3.5	Matriks IE.....	50
IV.3.6	Matriks SWOT	51
IV.3.7	Matriks QSPM.....	54
IV.4	Perancangan Sistem Integrasi.....	61
BAB V	ANALISA DAN EVALUASI HASIL PERANCANGAN	62

V.1	Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal	62
V.1.1	Faktor Internal.....	62
V.1.2	Faktor Eksternal	65
V.2	Analisis Matriks IE.....	68
V.3	Analisis Matriks SWOT	69
V.3.1	Strategi S-O.....	70
V.3.2	Strategi S-T	71
V.3.3	Strategi W-O	71
V3.4	Strategi W-T.....	72
V.4	Analisis Matriks QSPM	72
V.5	Analisis Verifikasi Perancangan Strategi Pemasaran.....	75
V.6	Analisis Validasi Perancangan Strategi Pemasaran	76
BAB VI	KESIMPULAN DAN SARAN	78
VI.1	Kesimpulan.....	78
VI.2	Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA		81