

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	v
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Rumusan Masalah	5
I.3 Tujuan Penelitian.....	5
I.4 Manfaat Penelitian.....	6
I.5 Batasan Masalah.....	6
I.6 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II KAJIAN LITERATUR	8
II.1 Strategi.....	8
II.1.1 Manajemen Strategi	8
II.2 Strategi Pemasaran	8
II.3 Analisis Lingkungan.....	9
II.3.1 Matriks Internal Factor Evaluation (IFE) dan Matriks External Factor Evaluation (EFE)	10
II.3.1.1 Matriks IFE.....	10
II.3.1.2 Matriks EFE	11
II.4 Matriks Internal Eksternal (IE).....	12
II.5 Analisis <i>Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats</i> (SWOT)	16
II.5.1 Matriks SWOT	17
II.6 Matriks <i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i> (QSPM).....	19

BAB III SISTEMATIKA PENYELESAIAN MASALAH	22
III.1 Model Konseptual.....	22
III.2 Sistematika Pemecahan Masalah	24
III.3 Tahap Identifikasi	26
III.4 Tahap Pengumpulan Data dan Pengolahan Data	26
III.4.1 Tahap Pengolahan Data.....	27
III.4.2 Tahap Evaluasi	28
III.5 Tahap Kesimpulan dan Saran	28
BAB IV PERANCANGAN SISTEM TERINTEGRASI	29
IV.1 Pengumpulan Data	29
IV.1.1 Gambaran UMKM	29
IV.1.2 Profil Singkat UMKM	29
IV.1.3 Struktur Organisasi	30
IV.1.4 Produk UMKM	31
IV.2 Pengumpulan Data Penelitian	32
IV.2.1 Lingkungan Internal UMKM Friendate	32
IV.2.1.1 Manajemen.....	32
IV.2.1.2 <i>Segmenting, Targeting, Positioning</i>	32
IV.2.1.3 Bauran Pemasaran Produk	33
IV.2.1.4 Wawancara Konsumen	36
IV.2.2 Faktor Internal	36
IV.2.3 Lingkungan Eksternal UMKM Friendate	37
IV.2.3.1 Ekonomi.....	37
IV.2.3.2 Sosial dan Lingkungan.....	37
IV.2.3.3 Pemerintah, Politik dan Hukum.....	38

IV.2.3.4 Teknologi	38
IV.2.3.5 Kompetitif	38
IV.2.4 Faktor Eksternal	40
IV.3 Pengolahan Data	41
IV.3.1 Menentukan Bobot Matriks IFE dan EFE	41
IV.3.2 Menentukan Rating Matriks IFE dan EFE	41
IV.3.3 Matriks IFE	41
IV.3.4 Matriks EFE	42
IV.3.5 Matriks IE	43
IV.3.6 Matriks SWOT	44
IV.3.7 Matriks QSPM	46
IV.4 Perancangan Sistem Integrasi	53
BAB V ANALISA DAN EVALUASI PERANCANGAN	54
V.1 Analisa Lingkungan Internal dan Eksternal	54
V.1.1 Faktor Internal	54
V.1.1.1 Faktor Kekuatan	54
V.1.1.2 Faktor Kelemahan	57
V.1.2 Faktor Eksternal	58
V.1.2.1 Faktor Peluang	58
V.1.2.2 Faktor Ancaman	60
V.2 Analisis Matriks IE	62
V.3 Analisis Matriks SWOT	63
V.3.1 Strategi S-O	63
V.3.2 Strategi S-T	64
V.3.3 Strategi W-O	65

V.3.4	Strategi W-T	66
V.4	Analisis Matriks QSPM.....	66
V.5	Analisis Verifikasi Perancangan Strategi Pemasaran.....	69
V.6	Analisis Validasi Perancangan Strategi Pemasaran	70
BAB VI	KESIMPULAN DAN SARAN	72
VI.1	Kesimpulan.....	72
VI.2	Saran	73
DAFTAR PUSTAKA		74
LAMPIRAN A		76
LAMPIRAN B		79
LAMPIRAN C		83