

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
ABSTRAK.....	vii
<i>ABSTRACT</i> .....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	4
1.3 Rumusan Masalah.....	4
1.4 Tujuan Tugas Akhir .....	5
1.5 Manfaat Tugas Akhir .....	5
1.6 Lingkup Tugas Akhir.....	6
1.7 Kerangka Berpikir.....	7
1.8 Metodologi Penelitian.....	8
1.9 Sistematika Penulisan Tugas Akhir .....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Konsep Perencanaan Strategi.....	12
2.2 Konsep Perencanaan Strategis dan Implementasi UMKM.....	14
2.2.1 Strategi Pemasaran Terpadu .....	14
2.2.2 Pelaksanaan Komunikasi Pemasaran Terpadu .....	16
2.2.3 Evaluasi Komunikasi Pemasaran Terpadu .....	18
2.3 <i>Digital Marketing</i> .....	18
2.3.1 Definisi <i>Digital Marketing</i> .....	18

2.3.2 Saluran Media Digital.....	19
2.3.3 Pemasaran Media Sosial ( <i>Social Media Marketing</i> ) .....	21
2.4 Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM).....	29
2.5 Metode Pengembangan Perangkat Lunak.....	40
2.5.1 Konsep <i>Rapid Application Development</i> (RAD) .....	41
2.5.2 Keuntungan Menggunakan RAD .....	41
2.5.3 Tahapan-Tahapan Dalam RAD .....	42
2.6 Alat Pengembangan Perangkat Lunak .....	44
2.6.1 PHP.....	44
2.6.2 <i>Website</i> .....	45
2.6.3 Basis Data ( <i>Database</i> ).....	45
2.6.4 <i>Framework</i> CodeIgniter .....	47
2.6.5 <i>Unified Modeling Language</i> (UML) .....	48
2.7 Penelitian Yang Relevan.....	52
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>54</b>
3.1 Rencana Penelitian.....	54
3.2 Obyek dan Subyek Penelitian .....	54
3.2.1 Obyek Penelitian .....	54
3.2.2 Subyek Penelitian .....	55
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	55
3.3.1 Observasi .....	55
3.3.2 Wawancara .....	56
3.3.3 Dokumentasi.....	56
3.3.4 Jenis dan Sumber Data .....	56
3.4 Tahapan Penelitian.....	57
3.4.1 Tahap Pra-Lapangan.....	57
3.4.2 Tahap Pekerjaan Lapangan.....	58
3.5 Teknik Analisis Data.....	58
3.6 Perencanaan Strategi dan Implementasi UMKM <i>Go-Digital</i> .....	60
3.6.1 Faktor Internal .....	60
3.6.2 Faktor Eksternal.....	62

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....	64
4.1    Gambaran Usaha UMKM Eskimo.....	64
4.1.1 Sejarah Singkat Usaha.....	64
4.1.2 Lokasi Usaha .....	65
4.1.3 Struktur Organisasi.....	65
4.1.4 Personalia .....	67
4.2    Hasil Pengumpulan Data Penelitian.....	70
4.2.1 Faktor Internal .....	70
4.2.2 Faktor Eksternal.....	75
4.2.3 Identifikasi Faktor-faktor <i>Internal</i> dan <i>Eksternal</i> .....	76
4.3    Pembahasan Strategi UMKM Go Digital .....	80
4.3.1 Faktor <i>Internal</i> (Aplikasi Penjualan).....	81
4.3.2 Faktor <i>Eksternal</i> .....	105
4.4    Hasil dan Pembahasan Strategi UMKM Go Digital .....	111
BAB V PENUTUP.....	112
5.1    Kesimpulan .....	112
5.2    Saran .....	112
DAFTAR PUSTAKA .....	113
DAFTAR LAMPIRAN.....	118

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1-1 Kerangka Berpikir Penelitian.....	7
Gambar 2-1 Contoh <i>Fan Page</i> (kiri) dan Whatsapp Business (kanan).....	26
Gambar 2-2 Contoh Profil <i>Business</i> Instagram.....	27
Gambar 2-3 <i>Flowchart</i> Aplikasi dalam CodeIgniter .....	48
Gambar 3-1 Rencana Penelitian.....	54
Gambar 4-1 Struktur Organisasi UMKM Eskimo.....	65
Gambar 4-2 Skema Navigasi Perancangan Menu Aplikasi Penjualan .....	82
Gambar 4-3 <i>Use Case</i> Aplikasi Penjualan.....	83
Gambar 4-4 <i>Activity Diagram Login</i> .....	85
Gambar 4-5 <i>Activity Diagram Dashboard</i> .....	85
Gambar 4-6 <i>Activity Diagram</i> Penjualan .....	86
Gambar 4-7 <i>Activity Diagram</i> Barang .....	87
Gambar 4-8 <i>Activity Diagram List User</i> .....	88
Gambar 4-9 <i>Class Diagram</i> Aplikasi Penjualan.....	89
Gambar 4-10 Antarmuka <i>Login</i> .....	93
Gambar 4-11 Antarmuka Penjualan.....	93
Gambar 4-12 Tampilan Struk Penjualan.....	94
Gambar 4-13 Antarmuka <i>History</i> Penjualan.....	94
Gambar 4-14 Antarmuka Data Pelanggan .....	95
Gambar 4-15 Antarmuka Barang .....	95
Gambar 4-16 Antarmuka <i>List Merk</i> .....	96
Gambar 4-17 Antarmuka <i>List Kategori</i> .....	96
Gambar 4-18 Antarmuka Laporan .....	97
Gambar 4-19 Tampilan Laporan Penjualan (Berperiode).....	97
Gambar 4-20 Antarmuka Daftar User.....	98
Gambar 4-21 Elemen <i>Header</i> dan <i>Jumbotron</i> .....	107
Gambar 4-22 Elemen Produk Terlaris dan Kategori Produk.....	108
Gambar 4-23 Elemen Promo.....	109
Gambar 4-24 Elemen Testimoni .....	109

Gambar 4-25 Elemen Lokasi Cabang ..... 110

Gambar 4-26 Elemen *Footer* ..... 110

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2-1 <i>Use Case Diagram</i> .....	49
Tabel 2-2 <i>Activity Diagram</i> .....	50
Tabel 2-3 Simbol <i>Class Diagram</i> .....	51
Tabel 2-4 Penelitian Yang Relevan .....	52
Tabel 4-1 Penjabaran Tenaga Kerja.....	67
Tabel 4-2 Nama dan Kategori Produk Minuman UMKM Eskimo.....	68
Tabel 4-3 Analisis SWOT Faktor <i>Intern</i> dan <i>Ekstern</i> Strategi Produk Minuman UMKM Eskimo .....	76
Tabel 4.4 Faktor <i>Internal</i> dan <i>Eksternal</i> UMKM Eskimo Dalam Perspektif SWOT.....	79
Tabel 4-5 Pengelompokkan Hak Akses .....	98
Tabel 4-6 Hasil Pengujian Aplikasi .....	101
Tabel 4-7 Usulan Strategi <i>Digital Marketing</i> .....	105

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Daftar Pertanyaan dan Jawaban Wawancara.....	119
Lampiran 2. <i>Class Diagram</i> Aplikasi Penjualan.....	122
Lampiran 3. Perancangan <i>website</i> UMKM Eskimo ( <i>Wireframe mid-fidelity</i> ) ..	123
Lampiran 4. Dokumentasi .....	124
Lampiran 5. Surat Permohonan Izin Penelitian dan Pengambilan Data .....	126
Lampiran 6. Surat Mengizinkan Penelitian Skripsi .....	127
Lampiran 7. Daftar Riwayat Hidup.....	128