

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN MOTTO	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
INTISARI.....	xviii
ABSTRACT.....	xix
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian	4
D. Batasan Penelitian.....	4
E. Manfaat Penelitian	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori.....	6
1. Sistem Informasi.....	6
2. Enterprise Resource Planning.....	7
3. BPMN.....	7
4. Marketing	11
5. Odoo	12

6. Value Chain.....	16
B. Penelitian Sebelumnya.....	22
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Tempat dan Waktu Penelitian.....	28
B. Metode Pengumpulan Data.....	28
C. Alat dan Bahan Penelitian.....	29
D. Konsep Penelitian	30
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Pengumpulan Data	33
B. Analisis Value Chain	33
1. Kegiatan Utama (Primary Activities)	34
2. Kegiatan Pendukung (Support Activites).....	35
C. Business Process Model and Nation (BPMN).....	36
1. Menciptakan Brand Awareness.....	36
2. Meraih calon customer	39
3. Mengubah calon customer menjadi customer	39
4. Menyediakan Customer Service Yang Baik	42
5. Meningkatkan upsell dan cross-sell	43
D. Analisis GAP dengan Odoo	46
E. Implementasi Odoo	49
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	51
B. Saran	51
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Sebelumnya.....	26
Tabel 4. 1 Analisis GAP ODO.....	46



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Google Trend Untuk Bisnis Sparepart Motor.....	1
Gambar 1. 2 Pembagian Wilayah Berdasarkan Peminat Sperpart.....	2
Gambar 2. 1 Elemen Start, Intermediate dan End Event.	9
Gambar 2. 2 Elemen-elemen Activity.....	9
Gambar 2. 3 Elemen sequence flow, message flow, dan Association	10
Gambar 2. 4 Pool dan Lane.....	10
Gambar 2. 5 Elemen data object, group, dan annotation	11
Gambar 2. 6 Arsitektur Odoos.....	15
Gambar 2. 7 Value Chain.....	18
Gambar 3.1 Konsep penelitian.....	30
Gambar 4. 1 Value Chain.....	33
Gambar 4.2 Proses meminta katalog ke distributor	37
Gambar 4.3 Proses pengecekan barang di gudang.....	38
Gambar 4.4 Proses pengenalan produk.....	38
Gambar 4.5 Proses menyebarkan katalog	39
Gambar 4.6 Proses pendataan bengkel.....	40
Gambar 4.7 Proses penitipan barang.....	41
Gambar 4.8 Proses pengambilan barang sisa.....	41
Gambar 4. 9 Proses pengambilan uang pelunasan	42
Gambar 4.10 Proses layanan informasi.....	43
Gambar 4.11 Proses menawarkan produk.....	44
Gambar 4. 12 Permodelan BPMN Proses Marketing	45
Gambar 4. 13 Proses pengecekan barang.....	49
Gambar 4. 14 Proses penitipan barang di bengkel.....	50
Gambar 4. 15 Proses pengambilan uang pelunasan	50

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Observasi dan Wawancara di SHM Purwokerto

Lampiran 2. Surat Keterangan Penelitian

Lampiran 3. Kartu Bimbingan

