

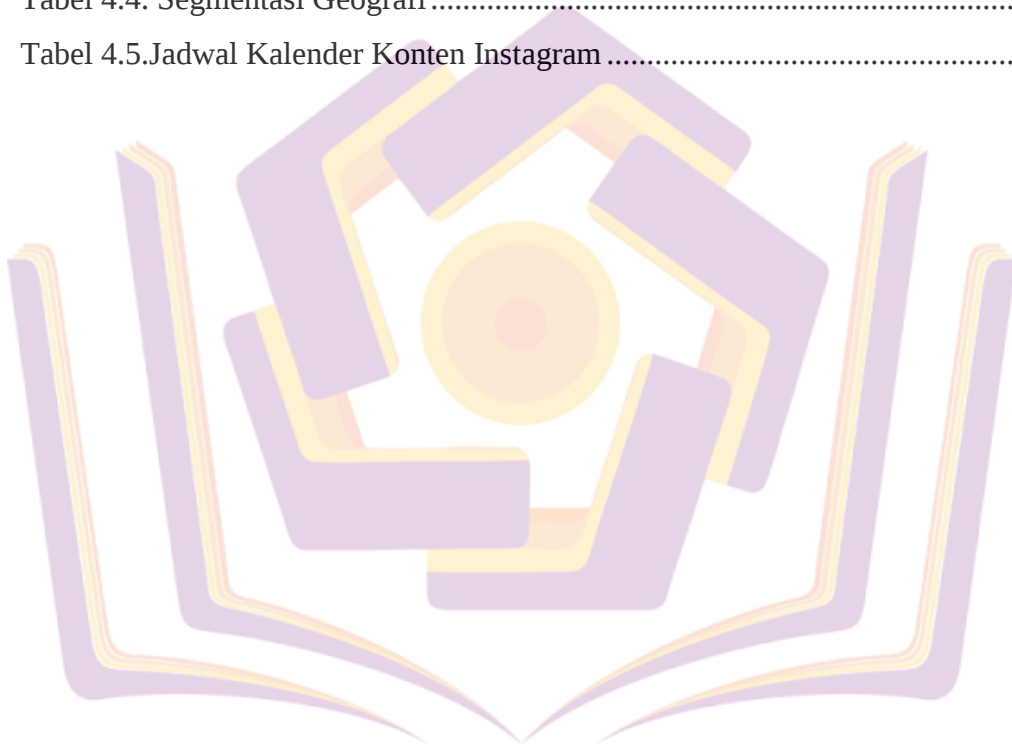
DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN COVER.....	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.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
INTISARI.....	xvii
ABSTRACT.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Batasan Penelitian.....	5
D. Tujuan Penelitian	6
E. Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori.....	8
1. Perencanaan.....	8
2. Strategi.....	8
3. Digital Marketing	9
4. UMKM	12
B. Landasan Teori Analisis Perencanaan Strategi Digital Marketing	14

1. Analisis SWOT.....	14
2. Analisis Competitive Five Forces	16
3. Value Proposition Canvas (VPC).....	17
4. Segmenting, Targeting, Postioning	20
C. Penelitian Sebelumnya.....	22
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Tempat dan Waktu Penelitian.....	27
B. Metode Pengumpulan Data.....	27
C. Alat dan Bahan Penelitian.....	29
D. Konsep Penelitian	30
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Analisis SWOT	34
B. Analisis Competitive Five Forces.....	37
C. Value Proposition Canvas.....	41
1. <i>Customer Profile</i>	41
2. Value Map	42
D. Segmenting, Targeting & Positioning.....	43
1. Segmenting.....	43
2. Targeting	45
3. Positioning.....	45
E. Analisis Digital Marketing.....	46
1. Instagram	46
2. Facebook	51
3. Instan Messenger	54
4. E-Commerce.....	55
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	56
B. Saran	56
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Sebelumnya	25
Tabel 2.2. Penelitian Sebelumnya Selanjutnya	26
Tabel 4.1. Analisis SWOT Sentra UMKM Pratistha Harsa	36
Tabel 4.2. Strategi SWOT	37
Tabel 4.3. Segmentasi Demografi	44
Tabel 4.4. Segmentasi Geografi	44
Tabel 4.5. Jadwal Kalender Konten Instagram	49



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Data Trend Internet Media Sosial 2020	10
Gambar 2.2 PlatfromMedia Sosisal Yang Paling Aktif.....	10
Gambar 2.3 Matriks Analisis SWOT	15
Gambar 2.4 Value Propotion Canvas.....	18
Gambar 3.1 Kerangka Berfikir.....	30
Gambar 4.1 Instagram Rumah BUMN	38
Gambar 4.2 Display produk Sentra UMKM Pratistha Harsa.....	39
Gambar 4.3 Kawasan pertokoan Sawangan.....	40
Gambar 4.4 Value Proposition Canvas Sentra UMKM Pratista Harsa.....	43
Gambar 4.5 Instagram Sentra UMKM Pratistha Harsa	47
Gambar 4.7 Contoh Insight geografi dan usia pengikut Cornel Bouquet.....	48
Gambar 4.8 Tools desain aplikasi Canva.....	50
Gambar 4.9 Feeds preview dari Instagram bridediary.co	51
Gambar 4.10 Facebook Sentra UMKM Pratistha Harsa.....	52
Gambar 4.11 Fanpage Outerbysaori	53
Gambar 4.12 Contoh desain sampul Facebook.....	54
Gambar 4.13 Akun e-commerce blibli.com Sentra UMKM Pratistha Harsa	55

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Dokumentasi

Lampiran 2. Kuesioner Responden Pelanggan

Lampiran 3. Hasil Kusioner Responden Pelanggan

Lampiran 4. Kuesioner Responden Mitra

Lampiran 5. Hasil Kuesioner Responden Mitra

Lampiran 6. Surat Keterangan Penelitian

Lampiran 7. Daftar Wawancara

Lampiran 8. Kartu Bimbingan

