

DAFTAR ISI

	Halaman
JUDUL SKRIPSI	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	v
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Batasan Masalah	4
1.5 Peneliti Pendahulu	4
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Industri	6
2.2 Kopi	6
2.2.1 Kopi Arabika (<i>Coffee arabica</i>)	7
2.2.2 Kopi Robusta (<i>Coffee robusta</i>)	7
2.3 Pemasaran	8
2.4 Produktivitas Pemasaran	9
2.5 SWOT (<i>Strenght, Weakness, Opportunities, Threats</i>)	10
2.6 <i>Brainstorming</i>	13
2.7 <i>Benchmarking</i>	15

2.8 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	16
2.8.1 Produk (<i>Product</i>)	16
2.8.2 Harga (<i>Price</i>)	17
2.8.3 Tempat / Saluran Distribusi (<i>Place</i>)	17
2.8.4 Promosi (<i>Promotion</i>)	17
2.8.5 Partisipan (<i>People</i>).....	18
2.8.6 Proses (<i>Process</i>).....	19
2.8.7 Lingkungan Fisik (<i>Physical Evidence</i>)	20
2.9 Distribusi.....	20
2.10 <i>E-commerce</i>	21
2.11 Wawancara	22

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Studi Lapangan.....	23
3.2 Studi Pustaka	23
3.3 Rumusan Masalah	23
3.4 Tujuan Penelitian.....	24
3.5 Pengumpulan Data.....	24
3.6 Pengolahan Data.....	24
3.7 Implementasi	25
3.8 Analisis	25
3.9 Simpulan dan Saran.....	25

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

4.1 Pengumpulan Data.....	27
4.1.1 Profil UMKM Kopi Mentari	27
4.1.2 Proses Produksi UMKM Kopi Mentari	28
4.1.3 Proses Bisnis	30
4.1.4 Hasil Produksi	31
4.2 Pengolahan Data	31
4.2.1 Data Faktor Internal UMKM	31
4.2.1.1 Kekuatan (<i>Strenghts</i>)	32
4.2.1.2 Kelemahan (<i>Weakness</i>).....	33

4.2.2 Data Faktor Eksternal UMKM.....	35
4.2.2.1 Peluang (<i>Opportunities</i>).....	36
4.2.2.2 Ancaman (<i>Threats</i>)	37
4.2.3 Matriks SWOT	38
4.2.4 Implementasi Produk	42
4.2.5 Produktivitas	56
4.2.5.1 Produktivitas Sebelum Implementasi	58
4.2.5.2 Produktivitas Setelah Implementasi.....	59
BAB V ANALISA	
5.1 Data Faktor Internal UMKM.....	61
5.2 Data Faktor Eksternal UMKM	63
5.3 Matriks SWOT	67
5.4 Implementasi Produk.....	68
5.4.1 Strategi Produk.....	68
5.4.2 Strategi Harga	70
5.4.3 Strategi Tempat / Saluran Distribusi.....	71
5.4.4 Strategi Promosi	72
5.4.5 Strategi Proses.....	73
5.4.6 Strategi Partisipan	74
5.4.7 Strategi Lingkungan Fisik.....	75
5.5 Produktivitas	75
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1 Kesimpulan.....	78
6.2 Saran	
6.2.1 Saran untuk UMKM Kopi Mentari	79
6.2.2 Saran untuk Peneliti Selanjutnya.....	80

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.	<i>Flowchart</i> Metodologi Penelitian.....	26
Gambar 2.	Denah Lokasi UMKM Kopi Mentari	28
Gambar 3.	<i>Flowchart</i> Pengolahan Kopi.....	29
Gambar 4.	Varian Ukuran Produk Lama.....	44
Gambar 5.	Varian Ukuran Produk Baru	44
Gambar 6.	Varian Jenis Produk Lama.....	45
Gambar 7.	Varian Jenis Produk Baru	45

DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Perbandingan Peneliti Pendahulu dan Penelitian yang Dilakukan	5
Tabel 2.	Matriks SWOT	13
Tabel 3.	Jumlah Produk yang Dijual UMKM Kopi Mentari Periode Agustus – September 2018	31
Tabel 4.	Perbandingan UMKM Kopi Mentari dengan Kompetitor ...	36
Tabel 5.	Analisis Matriks SWOT pada UMKM Kopi Mentari.....	41
Tabel 6.	Perbandingan Varian Ukuran Produk	43
Tabel 7.	Perbandingan Varian Jenis Produk	44
Tabel 8.	Varian Harga Produk Sesuai Ukuran	47
Tabel 9.	Jumlah Permintaan Sebelum dan Sesudah Implementasi Perbaikan.....	56
Tabel 10.	Rincian Penjualan UMKM Kopi Mentari Sesudah Implementasi Perbaikan	57
Tabel 11.	Rincian Perhitungan Biaya Plastik dan Sablon Plastik Per Satuan Lembar	57
Tabel 12.	<i>Output</i> dan <i>Input</i> Biaya Produksi Per Bulan UMKM Kopi Mentari Sebelum Implementasi Perbaikan	58
Tabel 13.	<i>Output</i> dan <i>Input</i> Biaya Produksi Per Bulan UMKM Kopi Mentari Sesudah Implementasi Perbaikan	59