

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN MENGENAI TUGAS AKHIR SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA*</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>PRAKATA</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan TA.....	4
1.4 Kontribusi/Manfaat TA .....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>6</b>
2.1 Model Bisnis .....	6
a. <i>Value Proposition</i> (Proposisi Nilai) .....	6
b. <i>Customer Segment</i> (Segmen Pelanggan) .....	8
c. <i>Channels</i> (Saluran) .....	8
d. <i>Customer Relationship</i> (Hubungan Pelanggan) .....	9
e. <i>Revenue Streams</i> (Sumber Pendapatan) .....	9
f. <i>Key Resources</i> (Sumber Daya Utama) .....	10
g. <i>Key Activities</i> (Aktivitas Utama).....	10
h. <i>Key Partners</i> (Kemitraan Utama) .....	10
i. <i>Cost Structures</i> (Struktur Biaya).....	11
2.2 Pemasaran .....	11
2.3 Strategi Pemasaran.....	12
2.4 Bauran Pemasaran 4P ( <i>Marketing Mix 4P</i> ) .....	15
a. <i>Product</i> (Produk) .....	16
b. <i>Price</i> (Harga).....	16
c. <i>Place</i> (Tempat).....	17
d. <i>Promotion</i> (Promosi) .....	18

<b>BAB III METODE</b> .....	<b>19</b>
3.1 Waktu dan Tempat Proyek Tugas Akhir.....	19
3.2 Jenis Proyek Tugas Akhir.....	19
3.3 Jenis Data .....	19
3.4 Pengumpulan Data.....	19
3.5 Metode Analisis .....	20
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>22</b>
4.1 Profil Perusahaan.....	22
4.2 Produk KYTa.....	23
4.3 Model Bisnis.....	30
4.4 Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix – 4P</i> ).....	44
4.5 Rancangan Model Bisnis dan Strategi Pemasaran .....	52
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>57</b>
5.1 Kesimpulan.....	57
5.2 Saran.....	57
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>58</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>60</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1. <i>Choosing The Right Social Media Platform</i> .....	35
Gambar 4.2. Usulan Ide Logo UMKM KYTa.....	45
Gambar 4.3. Usulan/Ide Kemasan Produk Jahe Merah KYTa – Versi Coklat .....	46
Gambar 4.4. Usulan/Ide Kemasan Produk Jahe Merah KYTa – Versi Hitam .....	46
Gambar 4.5. Tampilan Usulan Kemasan.....	47
Gambar 4.6. Rancangan Model Bisnis UMKM KYTa .....	54

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Hasil Uji Organoleptik Produk KYTa .....	23
Tabel 4.2. Hasil Uji Organoleptik Produk Kompetitor.....	24
Tabel 4.3. Hasil Uji Penilaian Harga Produk KYTa .....	26
Tabel 4.4. Hasil Uji Penilaian Harga Produk Kompetitor .....	27
Tabel 4.5. Hasil Uji Hedonik Produk KYTa pada Pelanggan Loyal UMKM KYTa.....	28
Tabel 4.6. Hasil Uji Penilaian Harga Produk KYTa pada Pelanggan Loyal KYTa .....	29
Tabel 4.7. Aset Usaha dan Biaya Penyusutan .....	42
Tabel 4.8. Biaya Bahan Baku dan Habis Pakai .....	42
Tabel 4.9. Biaya Tenaga Kerja .....	43
Tabel 4.10. Biaya Overhead .....	43
Tabel 4.11. Harga Pokok Produksi (HPP) .....	43
Tabel 4.12. Rancangan Model Bisnis UMKM KYTa .....	52
Tabel 4.13. Strategi Pemasaran UMKM KYTa ( <b>saat ini</b> ) .....	55
Tabel 4.14. Rancangan Strategi Pemasaran UMKM KYTa.....	56

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pertanyaan berdasarkan BMC.....	60
Lampiran 2. Kuesioner Uji Produk.....	68
Lampiran 3. Pertanyaan berdasarkan <i>Marketing Mix - 4P</i> .....	72
Lampiran 4. Dokumentasi Produk KYTa, Wawancara dan Uji Pasar .....	75