



## DAFTAR ISI

	Halaman
Lembar Judul.....	i
Lembar Pengesahan.....	ii
Lembar Pernyataan.....	iii
Kata Pengantar.....	iv
Daftar Isi.....	vi
Daftar Tabel.....	ix
Daftar Gambar.....	x
Daftar Lampiran.....	xii
Abstrak.....	xiii
Abstract.....	xiv
<b>PERNYATAAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1. 1    Latar Belakang.....	1
1. 2    Rumusan Masalah.....	5
1. 3    Pertanyaan Penelitian.....	5
1. 4    Tujuan Penelitian.....	6
1. 5    Manfaat Penelitian.....	6
1. 6    Sistematika Penulisan.....	7
<b>BAB II TINJAUAN LITERATUR.....</b>	<b>9</b>
2. 1    E-Commerce.....	9
2. 1. 1    Pengertian E-commerce.....	9
2. 1. 2    Jenis E-commerce.....	10
2. 1. 3    Model Bisnis E-commerce.....	11
2. 2    Marketing Plan.....	13
2. 2. 1    Pengertian Marketing Plan.....	13
2. 2. 2    Tahapan Marketing Plan.....	14



2.3	Analisis Lingkungan .....	15
2.3.1	Analisis Industri .....	15
2.3.2	Analisis Pesaing .....	18
2.3.3	Analisis Konsumen .....	18
2.4	Strategi Pemasaran .....	19
2.4.1	Segmenting, Targeting, dan Positioning .....	19
2.4.2	Bauran Pemasaran .....	22
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>25</b>
3.1	Desain Penelitian .....	25
3.2	Sumber Data .....	27
3.3	Metode Pengumpulan Data .....	27
3.4	Metode Analisis Data .....	29
3.5	Data Observasi .....	31
<b>BAB IV ANALISIS LINGKUNGAN EKSTERNAL .....</b>		<b>33</b>
4.1	Faktor Ekonomi .....	34
4.2	Faktor Sosial Budaya .....	37
4.3	Faktor Teknologi .....	38
4.4	Konsekuensi Pengaruh Faktor Eksternal .....	39
4.4.1	Peluang .....	39
4.4.2	Ancaman .....	40
<b>BAB V ANALISIS PASAR DAN PERSAINGAN .....</b>		<b>41</b>
5.1	Model Lima Kekuatan Bersaing .....	41
5.1.1	Persaingan diantara Pesaing yang ada .....	43
5.1.2	Ancaman dari Pendetang Baru .....	44
5.1.3	Ancaman dari Produk Substitusi .....	45
5.1.4	Kekuatan Tawar-Menawar dari Pembeli .....	46
5.1.5	Kekuatan Tawar-Menawar dari Pemasok .....	47
5.2	Analisis Pasar dan Persaingan .....	48
<b>BAB VI ANALISIS KONSUMEN .....</b>		<b>49</b>
6.1	Survey Konsumen .....	49
6.1.1	Hasil Survey Konsumen .....	49
6.2	Analisis Konsumen .....	72



<b>BAB VII STRATEGI PEMASARAN .....</b>	<b>74</b>
7.1 Segmenting, Targeting, dan Positioning .....	74
7.1.1 Segmenting .....	74
7.1.2 Targeting .....	82
7.1.3 Positioning .....	84
7.2 Bauran Pemasaran.....	91
7.2.1 Produk ( <i>Product</i> ).....	91
7.2.2 Harga ( <i>Price</i> ).....	92
7.2.3 Tempat ( <i>Place</i> ).....	93
7.2.4 Promosi ( <i>Promotion</i> ).....	94
<b>BAB VIII RENCANA AKSI .....</b>	<b>96</b>
8.1 Rencana Fungsional .....	96
8.1.1 Rencana Sumber Daya Manusia .....	96
8.1.2 Rencana Operasional.....	101
8.1.3 Rencana Keuangan.....	105
8.2 Rencana Aksi .....	115
8.2.1 Kegiatan dan Waktu.....	115
8.2.2 Penanggung Jawab.....	116
8.2.3 Ukuran Kinerja.....	117
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>118</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>120</b>



## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1. Alur Pikir Penelitian.....	26
Tabel 4.1. Kategori C Distribusi Produk Domestik Bruto Seri 2010 Triwulan.....	35
Tabel 4.2. Kategori C Produk Domestik Bruto Seri 2010 Triwulan.....	36
Tabel 5.1. Perbandingan Empat Kerajinan Dompot Kulit di Indonesia.....	43
Tabel 8.1. Sumber Pendapatan Skenario Moderate.....	105
Tabel 8.2. Sumber Pendapatan Skenario Optimis.....	106
Tabel 8.3. Sumber Pendapatan Selama Lima Tahun Skenario Moderate.....	106
Tabel 8.4. Sumber Pendapatan Sleama Lima Tahun Skenario Optimis.....	107
Tabel 8.5. Biaya Investasi.....	108
Tabel 8.6. Biaya Investasi Selama Lima Tahun.....	109
Tabel 8.7. Biaya Operasional.....	110
Tabel 8.8. Biaya Operasional Selama Lima Tahun.....	111
Tabel 8.9. Perhitungan Kelayakan Bisnis Skenario Moderate.....	113
Tabel 8.10. Perhitungan kelayakan Bisnis Skenario Optimis.....	114
Tabel 8.11. Kegiatan dan Waktu Realisasi GAMA Indonesia.....	116



## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 3.1. Level Kompetisi Kerajinan Dompot Kulit.....	28
Gambar 5.1. Model Lima Kekuatan Porter.....	42
Gambar 6.1. Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
Gambar 6.2. Gambaran Responden Berdasarkan Usia.....	50
Gambar 6.3. Gambaran Responden Berdasarkan Latar Belakang Pendidikan.....	51
Gambar 6.4. Gambaran Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	51
Gambar 6.5. Gambaran Responden Berdasarkan Status Pernikahan.....	52
Gambar 6.6. Gambaran Responden Berdasarkan Pendapatan.....	52
Gambar 6.7. Gambaran Responden Berdasarkan Pengeluaran untuk Fashion.....	53
Gambar 6.8. Gambaran Responden Berdasarkan Brand Dompot Kulit.....	53
Gambar 6.9. Gambaran Responden Berdasarkan Harga Dompot Kulit.....	54
Gambar 6.10. Gambaran Responden Berdasarkan Belanja Online dalam Sebulan.....	54
Gambar 6.11. Gambaran Responden Berdasarkan Pengguna Internet.....	55
Gambar 6.12. Pertimbangan dalam Memilih Produk Dompot Kulit.....	56
Gambar 6.13. Kualitas yang Diharapkan.....	57
Gambar 6.14. Tren Fashion yang Diminati.....	58
Gambar 6.15. Warna Produk Kulit yang Diminati.....	59
Gambar 6.16. Desain atau Motif pada Produk Kulit.....	60
Gambar 6.17. Tempat Belanja yang Diminati.....	61
Gambar 6.18. Yang Mempengaruhi dalam Berbelanja Online.....	62
Gambar 6.19. Penilaian Responden Terhadap Kualitas Pembuatan.....	63
Gambar 6.20. Penilaian Responden Terhadap Unsur Budaya/Seni/Nasionalisme.....	64
Gambar 6.21. Penilaian Responden Terhadap Layanan Produk Custom.....	65
Gambar 6.22. Penilaian Responden Terhadap Cara Merawat Dompot Kulit.....	66
Gambar 6.23. Penilaian Responden Terhadap Fasilitas Reparasi.....	67
Gambar 6.24. Penilaian Responden Terhadap Manfaat dari Membership.....	68
Gambar 6.25. Penilaian Responden Terhadap Kegiatan Rutin Kerajinan Kulit.....	69
Gambar 6.26. Price Sensitivity Meter: Harga yang Terlalu Mahal.....	69



Gambar 6.27. Price Sensitivity Meter: Harga yang Terlalu Murah.....	70
Gambar 6.28. Price Sensitivity Meter: Terlalu Mahal Tetapi Masih Terjangkau....	71
Gambar 6.29. Price Sensitivity Meter: Value for Money.....	72
Gambar 7.1. Logo GAMA Indonesia.....	89
Gambar 8.1. Struktur Organisasi.....	97
Gambar 8.2. Rencana Alur Rekrutmen.....	100
Gambar 8.3. Contoh Bahan Baku dan Alat Produksi yang Sederhana.....	102
Gambar 8.4. Proses Penjahitan Kerajinan Kulit.....	103
Gambar 8.5. Hasil Akhir Produk.....	104



## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Wawancara Individual: Revolt Industry.....	120
Lampiran 2. Wawancara Individual: BRODO.....	125
Lampiran 3. Survey Perilaku Konsumen.....	130