

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Relevansi.....	1
1.2 Rasionalitas.....	4
1.3 <i>Logical Framework</i> .....	6
1.4 Metode Pelaksanaan Kegiatan Magang.....	13
BAB II DESKRIPSI KELEMBAGAAN DAN KERANGKA BISNIS.....	16
2.1 Profil Inkubator Mina Bisnis (IMB).....	16
2.2 Pengembangan IMB dalam Tinjauan Sosiologi Ekonomi.....	21
BAB III PROSES KEGIATAN MAGANG.....	23
3.1 <i>Forum Group Discussion</i> Bersama Keluarga Mahasiswa Ilmu Perikanan....	23
3.1.1 Persiapan.....	24
3.1.2 Pelaksanaan.....	25
3.1.3 Hasil <i>Forum Group Discussion</i> .....	26
3.2 <i>Sharing Session</i> Pengenalan IMB di Kalangan Mahasiswa.....	27
3.2.1 Menyusun <i>Term of References</i> .....	28
3.2.2 Membuat Video Profil IMB.....	33

3.2.3	Membuat Rubrikasi Kegiatan IMB.....	34
3.2.4	Menyusun Kuesioner Pengenalan IMB di Kalangan Mahasiswa.....	35
3.2.5	Koordinasi dengan Para Pihak.....	36
3.2.6	Pelaksanaan.....	37
3.2.7	Hasil Survei Pengenalan IMB di Kalangan Mahasiswa.....	39
3.3	<i>Social Campaign</i> Gemar Makan Ikan Untuk Anak-Anak.....	40
3.3.1	Persiapan.....	41
3.3.2	Pelaksanaan.....	44
3.3.3	Membuat Laporan Pertanggungjawaban.....	45
3.4	Pembuatan Basis Data Penjualan Produk Rumah Makan Terpadu .....	47
3.4.1	Mengumpulkan Data Penjualan Produk Resto IMB Bulan Agustus-Desember 2018 .....	48
3.4.2	Merekapitulasi Data Penjualan Produk Resto IMB Bulan Agustus-Desember 2018 .....	48
3.4.3	Mengolah Data Penjualan Produk Resto IMB Bulan Agustus-Desember 2018.....	48
3.4.4	Memperbaharui Menu Resto IMB.....	53
3.4.5	Membuat Buku Menu Baru Resto IMB.....	54
3.5	Survei Waktu Tunggu Makanan yang Dihadangkan Resto IMB.....	56
3.5.1	Menyusun Kuesioner Waktu Tunggu Makanan yang Dihadangkan Resto IMB.....	56
3.5.2	Mengumpulkan Data di Lapangan.....	57
3.5.3	Hasil Survei Waktu Tunggu Makanan yang Dihadangkan Resto IMB....	58
3.6	<i>Online Marketing (E-marketing)</i> dan <i>Offline Marketing</i> .....	59
3.6.1	<i>Online Marketing (E-marketing)</i> .....	62

3.6.1.1	Membuat Instagram Resto IMB.....	62
3.6.1.2	Mengumpulkan Informasi Bidang Perikanan.....	62
3.6.1.3	Membuat Desain Promosi Resto IMB.....	63
3.6.1.4	Membuat Desain Infografis.....	64
3.6.1.5	Membuat Meme.....	65
3.6.1.6	<i>Shooting</i> Video Tutorial Memasak Produk Resto IMB.....	66
3.6.1.7	Publikasi konten <i>Online Marketing</i> Di Sosial media Instagram.....	66
3.6.2	<i>Offline Marketing</i> .....	69
3.6.2.1	Membuat Konsep Brosur Menu dan Paket Nasi Kotak.....	69
3.6.2.2	Cetak Brosur Menu dan Paket Nasi Kotak.....	69
3.6.2.3	Membuat Buku Panduan Peluang Pengembangan Pemasaran <i>Online</i> .....	70
BAB IV CAPAIAN KEGIATAN MAGANG.....		72
4.1	Keterlekatan Antar Aktor IMB .....	72
4.2	Peluang Pengembangan IMB.....	77
4.3	Refleksi Peneliti Terkait Kegiatan Magang.....	78
BAB V PENUTUP.....		80
5.1	Kesimpulan.....	80
5.2	Rekomendasi.....	82
DAFTAR PUSTAKA.....		83
LAMPIRAN.....		86