

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Kegunaan Penelitian	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Tinjauan Pustaka	5
2.1.1 Manfaat Hutan	5
2.1.2 Potensi dan Manfaat Hasil Hutan Bukan Kayu (HHBK)	6
2.1.3 Karakteristik Konsumen	8
2.1.4 Transformasi Pemasaran Tradisional ke Digital.....	9
2.1.5 Potensi Digital dan <i>E-commerce</i>	10
2.1.6 Faktor-Faktor yang mempengaruhi Pemasaran (Digital)	12
2.2 Penelitian Terdahulu	14
2.3 Kerangka Pemikiran	17
BAB III METODE PENELITIAN	20
3.1 Jenis Penelitian	20
3.2 Operasionalisasi Variabel	20
3.3 Teknik Pengumpulan Data	22
3.4 Teknik Penarikan Sampel	24

3.5 Rancangan Analisis Data	26
3.6 Tempat dan Waktu Penelitian	33
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	34
4.1 Keadaan Umum Daerah Penelitian	34
4.1.1 Lokasi Penelitian	34
4.1.2 Potensi Kehutanan dan Ekonomi Lokal	35
4.1.3 Keadaan Penduduk	36
4.2 Identitas Informan dan Responden Penelitian	39
4.2.1 Profil Informan Kunci Penelitian	40
4.2.2 Profil Kelompok Tani Hutan pada Pasar <i>Leuweung</i> Digital	54
4.3 Strategi Pemasaran Pasar <i>Leuweung</i> Digital	60
4.3.1 Analisis Matriks <i>Internal Factor Analysis Summary</i> (IFAS)	60
4.3.2 Analisis Matriks <i>External Factor Analysis Summary</i> (EFAS)	65
4.3.3 Hasil Analisis SWOT Berdasarkan Matriks IFAS dan EFAS	69
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	76
5.1 Kesimpulan	76
5.2 Saran	78
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN	84