

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Struktur Organisasi CV.BBM.....	16
Gambar 1. 2 Persentase Ekonomi Indonesia dan Kontribusi Industri Olahan	17
Gambar 1. 3 Laju Pertumbuhan dan Kontraksi Industri Sektor nonmigas.....	18
Gambar 1. 4 Grafik Pertumbuhan dan Kontribusi Industri Makanan Minuman.....	19
Gambar 1. 5 Persentase Jumlah Industri Berdasarkan Klasifikasinya di Jawa Barat.....	20
Gambar 1. 6 Persentase Jumlah Bahan Baku yang Dihasilkan dari Industri	20
Gambar 1. 7 Grafik Pembelian Produk Secara Daring di Indonesia	22
Gambar 1. 8 Grafik Penjualan CV.BBM Terhadap Target Penjualan Per Bulan	24
Gambar 1. 9 Komponen Kemampuan Adaptasi Bisnis pada Platform Daring	25
Gambar 1. 10 Rasio Penjual Berdasarkan Kategori Utama	26
Gambar 1. 11 Brand Awareness dari CV.BBM	28
Gambar 1. 12 Persepsi Konsumen Terhadap Merek CV.BBM.....	30
Gambar 2. 1 Ketergantungan antara Strategi dan Taktik	36
Gambar 2. 2 Tahapan untuk mendefinisikan Strategi Bisnis	37
Gambar 2. 3 Contoh Perceptual Mapping pada setiap Merek dan Dimensinya.....	44
Gambar 2. 4 Alur Penggunaan TOWS Analisis untuk setiap kolom pada matriksnya.....	45
Gambar 2. 5 Kerangka Pemikiran	65
Gambar 3. 1 Sistematika penyelesaian masalah.....	69
Gambar 3. 2 Spatial Map yang berisikan koordinat dari setiap variabel operasional	74
Gambar 4. 1 Audiens Survei CV. BBM Berdasarkan Variabel Operasional.....	80
Gambar 4. 2 Audiens Berdasarkan Penggunaan Produk.....	80
Gambar 4. 3 Tampilan IMB SPSS Pada Bagian Variable View	84
Gambar 4. 4 Pilihan Menu untuk Melakukan Simulasi MDS pada IBM SPSS.....	85
Gambar 4. 5 Menu MDS untuk Memasukan Atribut Variabel Operasional	85
Gambar 4. 6 Measure Hasil Simulasi Statistik Setelah Dilakukan Simulasi MDS.....	86
Gambar 4. 7 Koordinat dari Hasil Simulasi MDS pada Variabel Operasional	86
Gambar 4. 8 Perceptual Mapping pada Variabel Operasional	87
Gambar 4. 9 Perceptual Mapping CV. BBM Terhadap Operasional Variabel	90