

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Integrasi Perspektif pada Balanced Scorecard.....	14
Gambar II.2 <i>Value Chain Model</i> pada Perspektif Internal Bisnis	17
Gambar II.3 Contoh <i>Strategy Maps</i>	20
Gambar II.4 <i>Traffic Light System</i> pada <i>Scoring System</i>	20
Gambar II.5 Contoh Struktur Level Hierarki.....	26
Gambar II.6 Indeks Random MaktriI.....	29
Gambar III.1 Sistematika Perancangan.....	35
Gambar III.2 Lanjutan Sistematika Perancangan.....	36
Gambar III.3 Visualisasi <i>Design Strategy Map</i>	43
Gambar III.4 Contoh Visualisasi Struktur Hierarki	45
Gambar III.5 Kerangka Perhitungan Kuesioner AHP yang Menunjukkan Halaman Penuh.....	51
Gambar III.6 Kerangka Perhitungan Perbandingan Kriteria pada Masing – Masing Responden	52
Gambar III.7 Kerangka Perhitungan <i>Eigen Vector</i>	52
Gambar III.8 Contoh <i>Scorecard</i> Sistem Penilaian Kinerja <i>7+2 Digital Product</i> ..	54
Gambar III.9 Contoh Visualisasi Perhiutngan Pengukuran Kinerja	55
Gambar III.10 Klasifikasi Nilai pada <i>Scorecard 7+2 digital product</i>	55
Gambar III.11 Contoh Visualisasi Perhiutngan Pengukuran Kinerja.....	55
Gambar IV.1 Logo Perusahaan PT Telkom Indonesia	60
Gambar IV.2 Struktur Organisasi Unit BPPLP PT Telkom Indonesia Regional III	62
Gambar IV.3 Logo Digital Produk “Antares”	63

Gambar IV.4 Logo Digital Produk “BigBox”	63
Gambar IV.5 Logo Digital Produk “Netmonk”	64
Gambar IV.6 Logo Digital Produk “OCA”	64
Gambar IV.7 Logo Digital Produk “Pijar Sekolah”	64
Gambar IV.8 Logo Digital Produk “Smart Village Nusantara”	65
Gambar IV.9 Logo Digital Produk “Indibiz Pay”	65
Gambar IV.10 Logo Digital Produk “Agree”	66
Gambar IV.11 Logo Digital Produk “Logee”	66
Gambar IV.12 Hasil <i>Strategy Formulation</i> Berdasarkan TOWS Matriks.....	73
Gambar IV.13 Contoh Penggunaan <i>Strategy Maps</i>	88
Gambar IV.14 <i>Strategy Map</i>	89
Gambar IV.15 Struktur Hierarki AHP	125
Gambar IV.16 Pembobotan Aspek Tingkat Kepentingan pada Perspektif Balanced Scorecard.....	126
Gambar IV.17 Pembobotan Aspek Tingkat Kepentingan <i>Strategic Objective</i> pada <i>Financial Perspective</i>	127
Gambar IV.18 Pembobotan Aspek Tingkat Kepentingan <i>Key Performance Indicator</i> pada <i>Financial Perspective</i>	128
Gambar IV.19 Pembobotan Aspek Tingkat Kepentingan <i>Strategy Formulation</i> pada <i>Customer Perspective</i>	129
Gambar IV.20 Pembobotan Aspek Tingkat Kepentingan <i>Strategic Objective</i> pada <i>Customer Perspective</i>	130
Gambar IV.21 Pembobotan Aspek Tingkat Kepentingan <i>Strategy Formulation</i> pada <i>Internal Business Perspective</i>	132

Gambar IV.22 Pembobotan Aspek Tingkat Kepentingan <i>Strategy Formulation</i> pada <i>Learning and Growth Perspective</i>	134
Gambar IV.23 Pembobotan Aspek Tingkat Kepentingan <i>Key Performance Indicator</i> pada <i>Learning and Growth perspective</i>	135
Gambar V.1 Perbandingan Hasil <i>Initial Wight</i> dan Normalisasi AHP	140
Gambar V.2 Hasil Normasilasi Bobot Tingkat Kepentingan <i>Scorecard</i>	142
Gambar V.3 Pembobotan Akhir Tingkat Kepentingan Perspektif <i>Balanced Scorecard</i>	143
Gambar V.4 Pembobotan Akhir Tingkat Kepentingan <i>Strategy Formulation Balanced Scorecard</i>	144
Gambar V.5 Pembobotan Akhir Tingkat Kepentingan <i>Strategy Objective Balanced Scorecard</i>	145
Gambar V.6 Pembobotan Akhir Tingkat Kepentingan KPI <i>Balanced Scorecard</i>	146
Gambar V.7 <i>Scorecard</i> Sistem Penilaian Kinerja 7+2 <i>Digital Product</i>	147
Gambar V.8 Contoh Perhitungan Simulasi Pengukuran Kinerja 7+2 <i>Digital Product</i>	148
Gambar V.9 Klasifikasi Nilai pada <i>Scorecard 7+2 digital product</i>	149
Gambar V.10 Contoh Simulasi Pengukuran Kinerja 7+2 <i>Digital Product</i>	149