

DAFTAR GAMBAR

| | Halaman |
|--|---------|
| Gambar | |
| 1.1 Logo CV. Mustika Permata..... | 1 |
| 1.2 Denah Lokasi dan Detail Usaha Blessing Farm..... | 2 |
| 1.3 Struktur Organisasi Blessing Farm | 2 |
| 1.4 Situasi Perkebunan Blessing Farm | 3 |
| 1.5 Situasi Green House 2 Blessing Farm..... | 4 |
| 1.6 Catatan Tahapan Produksi Blessing Farm | 5 |
| 1.7 Grafik Rata-Rata Omset Penjualan Sayuran Hidroponik Blessing Farm..... | 8 |
| 1.8 Grafik Perbandingan Rata-Rata Omset Penjualan Sayuran dengan Beban Rutin Usaha Hidroponik Blessing Farm..... | 10 |
| 1.9 Grafik Peringkat Daya Saing Digital Indonesia terhadap Dunia | 14 |
| 1.10 Grafik Peringkat Digitalisasi dan Daya Saing Kelompok Asia Pasifik | 15 |
| 1.11 GCI 2020 <i>Country Ranking</i> | 16 |
| 1.12 Forum Diskusi Digitalisasi Pertanian dari Ditjen PDT | 19 |
| 2.1 Proses Manajemen Strategi | 25 |
| 2.2 Irisan Tiga Jenis Media <i>Online</i> | 27 |
| 2.3 Pengaruh Internal dan Eksternal pada Strategi Pemasaran Digital | 28 |
| 2.4 Analisis SWOT | 29 |
| 2.5 Matrik SWOT/ TOWS | 30 |
| 2.6 Strategi Pemasaran STP (<i>Segmenting, Targeting, Positioning</i>)..... | 34 |
| 2.7 Kerangka Pemikiran | 50 |
| 3.1 Tahapan Penelitian | 65 |
| 3.2 Analisis Data Penelitian Kualitatif | 67 |
| 4.1 Realisasi Visi dan Misi Blessing Farm | 70 |
| 4.2 Perbedaan Sayuran Konvensional dengan Hidroponik | 77 |
| 4.3 Tampilan Media Sosial Instagram Blessing Farm | 79 |
| 4.4 Ulasan Google Bisnis Blessing Farm..... | 80 |
| 4.5 Kemasan dan Bobot Produk Blessing Farm..... | 81 |
| 4.6 Contoh Konten Edukasi | 101 |
| 4.7 Nilai TAM Blessing Farm..... | 103 |