

## 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