



DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	i
DAFTAR GAMBAR	ii
DAFTAR LAMPIRAN	ii
1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan	3
2 METODE KAJIAN PENGEMBANGAN BISNIS	3
2.1 Lokasi dan Waktu	3
2.2 Data dan Sumber Data serta Metode Pengumpulan Data	3
2.3 Metode Kajian	4
2.3.1 <i>Business Model Canvas</i>	4
2.3.2 Efektivitas Periklanan Digital	4
3 KERAGAAN PERUSAHAAN	8
3.1 Sejarah dan Perkembangan perusahaan	8
3.2 Aspek Organisasi dan Manajemen Perusahaan	9
3.3 Unit Bisnis	10
3.4 Kegiatan Bisnis	11
3.5 BMC pada Divisi Digital Marketing	11
4 KAJIAN PENGEMBANGAN BISNIS	24
4.1 <i>Business Model Canvas</i>	24
4.2 Tingkat Efektivitas pada periklanan <i>groceries</i> di PT. X	27
5 SIMPULAN DAN SARAN	29
5.1 Simpulan	29
5.2 Saran	29
DAFTAR PUSTAKA	30
LAMPIRAN	32

DAFTAR TABEL

1 Klasifikasi bentuk <i>e-commerce</i> di dunia	2
2 Teknik pengumpulan data	3
3 Klasifikasi <i>economic</i> status di Indonesia	13

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies



DAFTAR GAMBAR

1	Perkembangan pengguna internet di Indonesia tahun 2017 – 2018	1
2	Struktur organisasi divisi <i>digital marketing</i> PT. X	9
3	Alur pembuatan sebuah <i>digital campaign</i> di PT X	20
4	Alur pembuatan sebuah <i>campaign</i> di PT. X	26

DAFTAR LAMPIRAN

1	<i>Business model canvas</i> PT X	33
2	<i>Business model canvas</i> setelah dianalisis	34



Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies