



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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

## 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



## 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