

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Penetrasi dan Penggunaan Internet .....	3
Gambar 1.2 Data Pengunjung Bulanan E-Commerce Indonesia 2019 & 2020 ....	4
Gambar 1.3 Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Penjualan dan Keuntungan ..	6
Gambar 1.4 Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Skala dan Penjualan .....	6
Gambar 1.5 Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Kebertahanan UMKM .....	7
Gambar 1.6 <i>Website dan Platform Selada Segar</i> .....	7
Gambar 1.7 <i>Digital SME Confidence Index &amp; Average of Sales Decrease</i> .....	11
Gambar 2.1 Perubahan Karakter Konsumen.....	22
Gambar 2.2 Perbandingan Konsep Inovasi Tradisional dan Eksperimental.....	25
Gambar 2.3 Tiga Pilar Keberlanjutan .....	29
Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran .....	44
Gambar 3.1 Proses Penelitian Kuantitatif .....	55
Gambar 4.1 Jenis Kelamin Responden .....	66
Gambar 4.2 Usia Responden.....	67
Gambar 4.3 Pendidikan Responden .....	68
Gambar 4.4 Badan Usaha.....	69
Gambar 4.5 Tahun Berdiri Usaha .....	70
Gambar 4.6 Domisili Responden .....	71
Gambar 4.7 Omset Per Tahun .....	71
Gambar 4.8 Jenis Usaha .....	72
Gambar 4.9 Saluran Pemasaran Digital .....	73
Gambar 4.10 Jumlah Tenaga Kerja.....	74

Gambar 4.11 Kriteria atas Interpretasi Nilai Persentase .....	75
Gambar 4.12 <i>Customer Network Effect</i> .....	98
Gambar 4.13 Penerapan Transformasi Digital Strategi Persaingan.....	99
Gambar 4.14 Penerapan Transformasi Digital Strategi Data.....	101
Gambar 4.15 Penerapan Transformasi Digital Strategi Inovasi.....	103
Gambar 4.16 Penerapan Transformasi Digital Strategi Data dan Pelanggan .....	105

