UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Rencana Pengembangan Bisnis Layanan Ojek Daring PT Tetangga Saling Bantu (Tetanggaku)
Ahmad Bairuni Hasibuan, Boyke Rudy Purnomo, S.E., M.M., Ph.D., CFP
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR ISI

Lembar Judul i
Lembar Pengesahan ii
Lembar Pernyataan iii
Kata Pengantar iv
Daftar Isi v
Daftar Tabel ix
Daftar Gambar xi
Daftar Lampiran xiii
Intisari xiv
Abstract xv
Bab I Pendahuluan 1
1.1 Lingkungan Eksternal Tetanggaku (PESTEL) 3
1.2 Lingkungan Internal Tetanggaku 11
1.2.1 Sumber Daya Manusia 12
1.2.2 Sumber Daya Finansial 13
1.2.3 Teknologi dan Inovasi 13
1.2.4 Pemasaran dan Citra Merek 14
1.2.5 Operasional dan Layanan 15
1.3 Rumusan Masalah 16
1.4 Pertanyaan Penelitian 17
1.5 Tujuan Penelitian 17
1.6 Manfaat Penelitian 17
1.7 Sistematika Penulisan 17
Bab II Landasan Teori 19
2.1 Model Bisnis 19
2.1.1 Definisi Model Bisnis 19
2.1.2 *Business Model Canvas (BMC)* 19
2.1.3 *Value Creation* 21
2.1.4 Kaitan Teori dengan Penelitian 22

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Rencana Pengembangan Bisnis Layanan Ojek Daring PT Tetangga Saling Bantu (Tetanggaku)
Ahmad Bairuni Hasibuan, Boyke Rudy Purnomo, S.E., M.M., Ph.D., CFP
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

2.2 Model Bisnis Transportasi 23
2.2.1 Karakteristik Model Bisnis Transportasi 23
2.2.2 Perkembangan Model Bisnis Transportasi dari Beberapa Periode 23
2.2.3 Model Bisnis Transportasi Daring Tetanggaku 26
2.3 Rencana Bisnis 27
2.3.1 Definisi Rencana Bisnis 27
2.3.2 Komponen Rencana Bisnis 28
2.3.3 Kaitan Teori dengan Penelitian 29
2.4 Empathy Map 29
2.4.1 Definisi *Empathy Map* 29
2.4.2 Peran *Empathy Map* dalam *Value Creation* 30
2.4.3 Kaitan Teori dengan Penelitian 31
Bab III Metode Penelitian 32
3.1 Jenis Penelitian 32
3.2 Unit Analisis 32
3.3 Jenis Data 32
3.3.1 Data Primer 33
3.3.2 Data Sekunder 33
3.4 Metode Pengumpulan Data 34
3.4.1 Studi Dokumen 34
3.4.2 Wawancara 35
3.4.3 Kuesioner 37
3.5 Analisa Data 40
3.5.1 Rencana Operasional 41
3.5.2 Rencana Pemasaran 42
3.5.3 Rencana Organisasi 43
3.5.4 Rencana Keuangan 45
3.6 Kualitas Penelitian 47
3.6.1 Triangulasi 47
3.6.2 Reliabilitas 48

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Rencana Pengembangan Bisnis Layanan Ojek Daring PT Tetangga Saling Bantu (Tetanggaku)
Ahmad Bairuni Hasibuan, Boyke Rudy Purnomo, S.E., M.M., Ph.D., CFP
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Bab IV Strategi dan Rencana Bisnis 50
4.1 Model Bisnis Saat Ini 50
4.1.1 Data Layanan Tetanggaku 50
4.1.2 Pemetaan Model Bisnis Saat Ini 51
4.1.3 Permasalahan Operasional Saat Ini 58
4.1.4 Evaluasi Kinerja dan Relevansi Model Bisnis Saat Ini 62
4.2 Pengembangan Model Bisnis 65
4.2.1 Analisis Kebutuhan dan Perilaku Pelanggan *(Empathy Map)* 66
4.2.2 Kriteria Solusi Pengembangan Model Bisnis 70
4.2.3 Identifikasi Peluang Kolaborasi dengan Yodu 71
4.2.4 Model Bisnis Pengembangan 72
4.3 Rencana Bisnis 75
4.3.1 Deskripsi Bisnis 75
4.3.2 Rencana Operasional 79
4.3.3 Rencana Pemasaran 84
4.3.4 Rencana Organisasi 91
4.3.5 Rencana Keuangan 94
4.4 Analisis Risiko dan Mitigasi 112
4.4.1 Risiko Operasional 112
4.4.2 Risiko Teknologi 112
4.4.3 Risiko Pasar 113
4.4.4 Risiko Keuangan 113
4.4.5 Risiko Regulasi 113
4.4.5 Mitigasi Risiko 113
Bab V Rencana Aksi 115
5.1 Waktu dan Kegiatan 115
5.1.1 Kegiatan Operasional 115
5.1.2 Kegiatan Organisasi 116
5.1.3 Kegiatan Pemasaran 117
5.1.4 Kegiatan Keuangan 117
5.2 Ukuran Kinerja 118

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Rencana Pengembangan Bisnis Layanan Ojek Daring PT Tetangga Saling Bantu (Tetanggaku)
Ahmad Bairuni Hasibuan, Boyke Rudy Purnomo, S.E., M.M., Ph.D., CFP
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

5.3 Kesimpulan Umum 119
Daftar Pustaka 120
Lampiran 121

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Rencana Pengembangan Bisnis Layanan Ojek Daring PT Tetangga Saling Bantu (Tetanggaku)
Ahmad Bairuni Hasibuan, Boyke Rudy Purnomo, S.E., M.M., Ph.D., CFP
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Profil Responden dan Waktu Pelaksanaan Wawancara 37
Tabel 3.2 Profil Responden Kuesioner 38
Tabel 3.3 Waktu Pelaksanaan Kuesioner 39
Tabel 3.4 Metode Pengumpulan Data 40
Tabel 3.5 Penilaian Kelayakan Investasi 45
Tabel 3.6 Metode Analisa Data 46
Tabel 4.1 Data Layanan Tetanggku Per Agustus 2025 50
Tabel 4.2 Perbandingan BMC Eksisting Terhadap Target Perusahaan 63
Tabel 4.3 Permasalahan Operasional dan Kriteria Solusi 71
Tabel 4.4 Perbandingan BMC Eksisting dan BMC Pengembangan 74
Tabel 4.5 Mekanisme Pencocokan Bertahap *(Tiered Matching Logic)* 82
Tabel 4.6 Tarif Tetanggaku Berdasarkan Zona Operasional 87
Tabel 4.7 Biaya Per Bulan Kegiatan Pemasaran Tetanggaku 92
Tabel 4.8 Deskripsi Pekerjaan Manajemen Tetanggaku 92
Tabel 4.9 Biaya Investasi Awal Untuk Pengembangan Bisnis Tetanggaku 97
Tabel 4.10 Tambahan Biaya Tetap Pengembangan Bisnis Tetanggaku 98
Tabel 4.11 Tambahan Biaya Variabel Pengembangan Bisnis Tetanggaku 100
Tabel 4.12 Biaya Depresiasi Aset Tetanggaku 100
Tabel 4.13 Perkiraan Jumlah *Daily Order* (Skenario Optimis) 101
Tabel 4.14 Perkiraan Jumlah *Daily Order* (Skenario *Most Likely*) 102
Tabel 4.15 Perkiraan Jumlah *Daily Order* (Skenario Pesimis) 103
Tabel 4.16 Pendapatan dari Biaya Layanan Tetanggaku 104
Tabel 4.17 Perkiraan Pendapatan Selama 3 Tahun (Skenario Optimis) 104
Tabel 4.18 Perkiraan Pendapatan Selama 3 Tahun (Skenario *Most Likely*) 105
Tabel 4.19 Perkiraan Pendapatan Selama 3 Tahun (Skenario Pesimis) 105
Tabel 4.20 Proyeksi Laba Rugi Selama 3 Tahun (Skenario Optimis) 106
Tabel 4.21 Proyeksi Laba Rugi Selama 3 Tahun (Skenario *Most Likely*) 107
Tabel 4.22 Proyeksi Laba Rugi Selama 3 Tahun (Skenario Pesimis) 108
Tabel 4.23 Kriteria Kelayakan Investasi 109

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Rencana Pengembangan Bisnis Layanan Ojek Daring PT Tetangga Saling Bantu (Tetanggaku)
Ahmad Bairuni Hasibuan, Boyke Rudy Purnomo, S.E., M.M., Ph.D., CFP
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Tabel 5.1 Waktu dan Kegiatan 115
Tabel 5.2 Ukuran Kinerja 118

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Rencana Pengembangan Bisnis Layanan Ojek Daring PT Tetangga Saling Bantu (Tetanggaku)
Ahmad Bairuni Hasibuan, Boyke Rudy Purnomo, S.E., M.M., Ph.D., CFP
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Ekonomi Digital dalam GMV *(Gross Merchandise Value)* 5
Gambar 1.2 Pertumbuhan Ekonomi Digital Per Sektor 5
Gambar 1.3 Survey Goodstats 2023 7
Gambar 3.1 Tahapan Metode Analisis Kualitatif 41
Gambar 4.1 *Business Model Canvas (BMC) Saat Ini* 52
Gambar 4.2 Kendala yang Paling Sering Dialami Pengguna Tetanggaku 59
Gambar 4.3 Pembatalan Pesanan *Order* Oleh *Driver* 60
Gambar 4.4 Pembatalan Pesanan *Order* Oleh Pengguna 60
Gambar 4.5 Kendala yang Paling Sering *Driver* Tetanggaku 61
Gambar 4.6 Jumlah *Order* yang Diterima Driver Tetanggaku 61
Gambar 4.7 Total Durasi *Driver* Aktif Per Hari 62
Gambar 4.8 Empathy Map Pengguna Tetanggaku 66
Gambar 4.9 Empathy Map Pengemudi Tetanggaku 68
Gambar 4.10 *Business Model Canvas (BMC)* Pengembangan 73
Gambar 4.11 Tampilan Layanan Tetanggaku Pada Aplikasi Pengguna 76
Gambar 4.12 Alur Pemesanan Aplikasi Tetanggaku 77
Gambar 4.13 Fitur yang Perlu Ditambahkan di Tetanggaku 80
Gambar 4.14 Alur Pemesanan Tetanggaku Setelah Integrasi dengan Yodu 80
Gambar 4.15 Aplikasi Pengguna Sebelum dan Setelah Integrasi Yodu 81
Gambar 4.16 Aplikasi Pengemudi Sebelum dan Setelah Integrasi Yodu 81
Gambar 4.17 Diagram Alir Pencocokan Bertahap 82
Gambar 4.18 Contoh Visualisasi Peta Permintaan *(Heatmap Order)* 83
Gambar 4.19 Faktor Utama Pengguna Memilih Layanan Transportasi Daring 85
Gambar 4.20 Alasan Pengguna Memilih Tetanggaku 86
Gambar 4.21 Alasan Pengemudi Bergabung Menjadi Mitra Tetanggaku 86
Gambar 4.22 Rekomendasi Tambahan Fitur Tetanggaku 87
Gambar 4.23 Harga Layanan Aplikasi Tetanggaku Menurut Pengguna 88
Gambar 4.24 Kemudahan Aplikasi Tetanggaku 88
Gambar 4.25 Tampilan *(User Interface)* Aplikasi Tetanggaku 89

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Rencana Pengembangan Bisnis Layanan Ojek Daring PT Tetangga Saling Bantu (Tetanggaku)
Ahmad Bairuni Hasibuan, Boyke Rudy Purnomo, S.E., M.M., Ph.D., CFP
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Gambar 4.26 Jenis Promosi yang Paling Diminati 89
Gambar 4.27 Kolaborasi Pemasaran Tetanggaku dan Yodu di Media Sosial 90
Gambar 4.28 Struktur Organisasi PT Tetangga Saling Bantu 91
Gambar 4.29 Komposisi Pesanan Berdasarkan Biaya Layanan 105

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Rencana Pengembangan Bisnis Layanan Ojek Daring PT Tetangga Saling Bantu (Tetanggaku)
Ahmad Bairuni Hasibuan, Boyke Rudy Purnomo, S.E., M.M., Ph.D., CFP
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Transkrip Wawancara *Chief Operating Officer (COO)* 121
Lampiran 2 Transkrip Wawancara Tim Pemasaran..... 124
Lampiran 3 Transkrip Wawancara Tim Keuangan Merangkap Kepegawaian... 127
Lampiran 4 Daftar Pertanyaan Kuesioner Pengguna Tetanggaku 130
Lampiran 5 Daftar Pertanyaan Kuesioner *Driver* Tetanggaku 136
Lampiran 6 Hasil Kuesioner Pengguna Tetanggaku..... 141
Lampiran 7 Hasil Kuesioner Driver Tetanggaku 150
Lampiran 8 Perkiraan Biaya..... 158
Lampiran 9 Perkiraan Pendapatan 159
Lampiran 10 Proyeksi Laba Rugi 161
Lampiran 11 Proyeksi Arus Kas 163
Lampiran 12 Proyeksi Neraca Keuangan..... 166
Lampiran 13 Kriteria Kelayakan Investasi 168
Lampiran 14 Rencana Kegiatan dan Waktu..... 169
Lampiran 15 Ukuran Kinerja 170