UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Perancangan Model Bisnis Layanan Private Trip Documentation Untuk Segmen Khusus "Dokutrip" di Yogyakarta
Agus Widodo, Rocky Adiguna, S.E., M.Sc., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk merancang model bisnis inovatif bagi "DOKUTRIP", sebuah layanan yang mengintegrasikan perjalanan privat (*private trips*) dengan dokumentasi profesional berkonsep di Yogyakarta, serta untuk mengevaluasi kelayakan finansialnya. Pergeseran tren pariwisata menuju wisata berbasis pengalaman (*experiential travel*) yang didominasi oleh Milenial dan Generasi Z telah menciptakan permintaan yang tinggi akan layanan yang dipersonalisasi dan dokumentasi visual berkualitas tinggi untuk media sosial. Namun, terdapat kesenjangan di mana paket wisata konvensional belum memiliki layanan dokumentasi profesional yang praktis dengan segmentasi khusus. Penelitian ini menggunakan pendekatan metode campuran (*mixed-methods*) dengan desain sekuensial eksploratif. Data kualitatif dikumpulkan melalui wawancara semi-terstruktur dengan pemilik usaha dan calon pelanggan potensial menggunakan kerangka *Business Model Canvas* (BMC) dan Peta Empati (*Empathy Map*). Data kuantitatif diperoleh dari survei terhadap 131 responden untuk memvalidasi preferensi dan perilaku pasar. Peta Empati dan hasil survei menunjukkan bahwa 72,6% responden sangat tertarik dengan konsep paket perjalanan segmen khusus, yang dianggap mampu menyelesaikan masalah layanan perjalanan dan hasil foto amatir yang kurang memuaskan saat liburan. Proposisi nilai utama DOKUTRIP berfokus pada penyediaan perjalanan segmen khusus, jaminan kualitas visual dengan konsep tematik, dan pengalaman perjalanan yang autentik hasil kolaborasi dengan pengelola destinasi lokal. Struktur pendapatan berasal dari paket perjalanan berjenjang (Reguler dan Premium), layanan tambahan (*add-on services*), dan proyek komersial. Analisis keunggulan kompetitif VRIO menunjukkan bahwa orkestrasi ekosistem lintas sektor dan aset relasional merupakan kekuatan utama perusahaan. Analisis kelayakan finansial pada skenario moderat memproyeksikan bahwa dengan investasi awal sebesar Rp110 juta, bisnis ini sangat layak, menghasilkan *Net Present Value* (NPV) positif sebesar Rp599,14 juta, *Internal Rate of Return* (IRR) sebesar 101,98%, dan *Payback Period* selama 1,23 tahun. Sebagai kesimpulan, model bisnis DOKUTRIP terbukti sangat relevan dengan kebutuhan pasar saat ini, mampu menyelesaikan masalah operasional wisatawan, dan secara finansial sangat layak untuk diimplementasikan.

Kata Kunci: Inovasi Model Bisnis, *Business Model Canvas*, Peta Empati, Pariwisata Berbasis Pengalaman, Dokumentasi Perjalanan, Kelayakan Finansial.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Perancangan Model Bisnis Layanan Private Trip Documentation Untuk Segmen Khusus "Dokutrip" di Yogyakarta
Agus Widodo, Rocky Adiguna, S.E., M.Sc., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

ABSTRACT

This study aims to design an innovative business model for "DOKUTRIP", a service that integrates private trips with conceptual professional documentation in Yogyakarta, and to evaluate its financial feasibility. The shift in tourism trends towards experiential travel, dominated by Millennials and Generation Z, has created a high demand for personalized services and high-quality visual documentation for social media. However, there is a gap where conventional tour packages lack practical, integrated professional documentation services. This study uses a mixed-methods approach with an exploratory-sequential design. Qualitative data was collected through semi-structured interviews with business owners and potential customers using the Business Model Canvas (BMC) and Empathy Map frameworks. Quantitative data was obtained from a survey of 131 respondents to validate market preferences and behaviours. The Empathy Map and survey results show that 72.6% of respondents are highly interested in the integrated tour package concept, which is deemed capable of solving logistical synchronization issues between service vendors and poor amateur photo results during holidays. DOKUTRIP's main value proposition focuses on providing a one-stop solution, visual quality guarantees with thematic concepts, and authentic travel experiences in collaboration with local destination managers. The revenue structure derives from tiered travel packages (Regular and Premium), add-on services, and commercial projects. The VRIO competitive advantage analysis indicates that cross-sector ecosystem orchestration and relational assets are the company's primary strengths. The financial feasibility analysis under a moderate scenario projects that with an initial investment of Rp110 million, the business is highly viable, generating a positive Net Present Value (NPV) of Rp599.14 million, an Internal Rate of Return (IRR) of 101.98%, and a Payback Period of 1.23 years. In conclusion, the DOKUTRIP business model is proven to be highly relevant to current market needs, capable of solving tourists' operational problems, and financially highly feasible for implementation.

Keywords: *Business Model Innovation, Business Model Canvas, Empathy Map, Experiential Tourism, Trip Documentation, Financial Feasibility.*