

## DAFTAR ISI

PERNYATAAN.....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
INTISARI.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB 1 .....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1    Lingkungan Eksternal Perusahaan .....	1
1.1.1 Tren Kunci Wisata Kuliner .....	1
1.1.2 Pasar Sasaran Utama .....	2
1.1.3 Ancaman Usaha .....	5
1.1.4 Analisis    Kompetitor Usaha .....	6
1.2    Lingkungan Internal Perusahaan .....	9
1.3    Rumusan Masalah .....	11
1.4    Pertanyaan Penelitian .....	13
1.5    Tujuan Penelitian.....	13
1.6    Manfaat Penelitian.....	14

1.7	Sistematika Penulisan .....	14
BAB II.....		16
LANDASAN TEORI.....		16
2.1	Model Bisnis .....	16
2.2	Kanvas Model Bisnis .....	17
2.2.1	Segmen Pelanggan .....	17
2.2.2	Proposisi Nilai.....	19
2.2.3	Saluran .....	20
2.2.4	Hubungan Pelanggan .....	20
2.2.5	Arus Pendapatan.....	21
2.2.6	Sumber Daya Utama .....	22
2.2.7	Aktivitas Kunci .....	24
2.2.8	Kemitraan Utama .....	26
2.2.9	Struktur Biaya .....	26
2.3	Platform Bersisi Banyak .....	27
2.3.1	Platform Berbagi Makanan ( <i>Food Sharing Platform</i> ) .....	29
2.4	Inovasi Model Bisnis untuk Mencapai Keberlanjutan.....	32
2.5	Konsep Perusahaan <i>B Corps</i> .....	34
2.5.1	Tahapan Perusahaan untuk Menjadi <i>B Corps</i> yang Tersertifikasi .....	35

2.5.2 Tata Kelola Perusahaan sesuai Standar <i>B Corps</i> .....	36
2.6 Makanan Lokal.....	37
<b>BAB III .....</b>	<b>39</b>
<b>METODE PENELITIAN.....</b>	<b>39</b>
3.1 Desain Penelitian.....	39
3.2 Level Analisis Data .....	39
3.3 Sumber Data.....	40
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	41
3.4.1 Metode Wawancara.....	41
3.4.2 Metode Netnografi .....	42
3.4.3 Metode Studi Literatur .....	44
3.5 Instrumen Penelitian.....	44
3.6 Metode Analisis Data .....	45
<b>BAB IV .....</b>	<b>48</b>
<b>STRATEGI DAN RENCANA .....</b>	<b>48</b>
4.1 Wawancara Manajemen ViaVia Jogja .....	48
4.1.1 Model Bisnis ViaVia Jogja .....	48
4.1.2 Bentuk Penerapan Tata Kelola <i>B Corps</i> pada ViaVia Jogja.....	53
4.2 Peta Empati dari Hasil Netnografi dan Wawancara dengan Wisatawan ....	60

4.2.1 Apa yang dilihat pelanggan?.....	61
4.2.2 Apa yang didengar pelanggan? .....	62
4.2.3 Apa yang benar benar dirasakan dan dipikirkannya? .....	63
4.2.4 Apa yang dikatakan dan dilakukan? .....	64
4.2.5 Apa sakit hati yang dirasakan pelanggan? .....	65
4.2.6 Apa saja perolehan pelanggan?.....	66
4.3 Model Bisnis <i>Food&amp;Stories</i> .....	68
4.3.1 Segmen Pelanggan .....	69
4.3.2 Proposisi Nilai.....	70
4.3.3 Saluran .....	74
4.3.4 Hubungan Pelanggan .....	75
4.3.5 Arus Pendapatan.....	76
4.3.6 Sumber Daya Utama .....	77
4.3.7 Aktivitas Kunci .....	79
4.3.8 Kemitraan Utama .....	81
4.3.9 Struktur Biaya .....	81
4.4 Rencana Penerapan Tata Kelola <i>B Corps</i> pada <i>Food&amp;Stories</i> .....	85
4.5 Rencana Keuangan.....	92
BAB V.....	97

RENCANA AKSI .....	97
5.1 Matrik Kegiatan .....	97
5.2 Ukuran Kinerja.....	100
5.3 Strategi Keluar .....	100
DAFTAR PUSTAKA: .....	101
LAMPIRAN .....	109
Transkrip Wawancara dengan <i>Supervisor</i> ViaVia Jogja .....	109
Transkrip wawancara dengan calon <i>host</i> (1).....	113
Transkrip wawancara dengan calon <i>host</i> (2).....	115
Transkrip wawancara dengan calon <i>host</i> (3).....	117
Transkrip wawancara dengan calon <i>host</i> (4).....	119
Transkrip wawancara dengan calon <i>host</i> (5).....	121
Transkrip wawancara dengan calon <i>host</i> (6).....	123
Transkrip wawancara dengan wisatawan asing (1).....	125
Transkrip wawancara dengan wisatawan asing (2).....	129
Transkrip wawancara dengan wisatawan asing (3).....	134
Transkrip wawancara dengan wisatawan asing (4).....	138
Transkrip wawancara dengan wisatawan asing (5).....	142

Analisis Netnografi – Data <i>travelers’ review</i> dari website TripAdvisor dengan kata kunci <i>culinary tour</i> .....	145
Analisis Netnografi – Data <i>travelers’ review</i> dari website TripAdvisor dengan kata kunci <i>cooking class</i> .....	157

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Rencana Segmentasi Pasar secara Demografis dari Bisnis Platform <i>Food&amp;Stories</i> .....	2
Tabel 1.2 Daftar Biro Perjalanan dengan Paket Wisata Kuliner di Provinsi DIY Yogyakarta .....	7
Tabel 1.3 SPOT Matrix untuk Rencana Pengembangan Model Bisnis Platform <i>Food&amp;Stories</i> .....	12
Tabel 2.1 Rangkuman Definisi Model Bisnis.....	16
Tabel 2.2 Atribut Rumus Profit pada Model Bisnis Platform.....	22
Tabel 2.3 Atribut Kunci Dimensi Penciptaan Nilai pada Model Bisnis Platform	29
Tabel 2.4 Tipologi Platform Berbagi Makanan .....	31
Tabel 2.5 Berbagai Istilah dan Definisi Terkait Inovasi Model Bisnis yang Berkelanjutan .....	32
Tabel 3.1 Rangkuman Metode Pengumpulan Data yang Digunakan pada Penelitian ini.....	46
Tabel 4.1 Rangkuman Bentuk Kegiatan ViaVia yang Sejalan dengan Model Bisnis <i>B Corps</i> .....	60
Tabel 4.2 Harga Paket <i>Food&amp;Stories</i> .....	73
Tabel 4.3 Biaya Modal Aktiva Tetap <i>Food&amp;Stories</i> .....	83
Tabel 4.4 Struktur Biaya Modal Aktiva Tetap <i>Food&amp;Stories</i> .....	83
Tabel 4.5 Biaya Tetap Operasional <i>Food&amp;Stories</i> .....	84
Tabel 4.6 Biaya Variabel Operasional <i>Food&amp;Stories</i> .....	85

Tabel 4.7 Rangkuman <i>B Impact Assessment</i> pada Aspek Penerapan Tata Kelola Berdampak .....	87
Tabel 4.8 Rangkuman <i>B Impact Assessment</i> pada Aspek Penerapan Praktik Berdampak Baik bagi Karyawan .....	89
Tabel 4.9 Rangkuman <i>B Impact Assessment</i> pada Aspek Dampak Terhadap Masyarakat .....	90
Tabel 4.10 Rangkuman <i>B Impact Assessment</i> pada Aspek Dampak Lingkungan	91
Tabel 4.11 Rangkuman <i>B Impact Assessment</i> pada Aspek Dampak Terhadap Pelanggan .....	91
Tabel 4.12 Proyeksi Laporan Laba Rugi <i>Food&amp;Stories</i> – Skenario Pesimis .....	94
Tabel 4.13 Proyeksi Laporan Laba Rugi <i>Food&amp;Stories</i> – Skenario Moderat .....	95
Tabel 4.14 Proyeksi Laporan Laba Rugi <i>Food&amp;Stories</i> – Skenario Optimis.....	95
Tabel 4.15 Proyeksi Laporan Laba Rugi <i>Food&amp;Stories</i> – Skenario Optimis.....	96
Tabel 5.1 Kegiatan dan Waktu Pelaksanaan Kegiatan <i>Food&amp;Stories</i> .....	99

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Fase Saluran .....	20
Gambar 2.2 Kanvas Model Bisnis dengan Bentuk Platform .....	28
Gambar 2.3 Tahapan Perusahaan Mendapat Sertifikasi <i>B Corps</i> .....	36
Gambar 3.1 Peta Empati sebagai Alat Pembuat Profil Pelanggan Sederhana.....	45
Gambar 4.1 Model Bisnis Kanvas ViaVia Jogja.....	49
Gambar 4.2 Peta Empati Wisatawan Sebagai Calon Pelanggan <i>Food&amp;Stories</i> ...	67
Gambar 4.3 Model Bisnis <i>Food&amp;Stories</i> .....	68
Gambar 4.4 Kedatangan Penumpang Pesawat di Bandara Adi Sucipto Tahun 2016 .....	93