



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
LEMBAR PERNYATAAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
INTISARI .....	xi
<i>ABSTRACT</i> .....	xii
BAB IPENDAHULUAN.....	1
1.1Lingkungan Eksternal Perusahaan .....	1
1.2Lingkungan Internal Perusahaan .....	3
1.3Rumusan Masalah .....	6
1.4Tujuan Studi.....	7
1.5Manfaat Penelitian .....	8
BAB II RERANGKA TEORI.....	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Sistem Aplikasi .....	9
2.1.2 Media Sosial.....	11
2.1.3 Potret Diri atau Swafotodalam Media Sosial.....	13
2.1.4 Pariwisata .....	16
2.1.4.1 Definisi Pariwisata .....	16
2.1.4.2 Wisatawan sebagai Pelaku Pariwisata .....	17
2.1.4.3 Destinasi Wisata sebagai Objek Pariwisata .....	18
2.1.4.4 Proses Pengambilan Keputusan Berwisata .....	19
2.2 Model Teoritikal .....	20
2.2.1 Analisis 5 Kekuatan Bersaing.....	20
2.2.2 Kanvas Model Bisnis .....	23
2.2.2.1 Segmen Pelanggan .....	25
2.2.2.2 Proposisi Nilai .....	27



2.2.2.3 Saluran .....	29
2.2.2.4 Hubungan Pelanggan.....	29
2.2.2.5 Aliran Pendapatan .....	31
2.2.2.6 Sumber Daya Kunci .....	31
2.2.2.7 Aktivitas Kunci .....	32
2.2.2.8 Kemitraan Kunci .....	32
2.2.2.9 Struktur Biaya .....	33
<b>BAB III METODE STUDI .....</b>	<b>35</b>
3.1 Tingkatan Analisis .....	35
3.2. Sumber Data.....	35
3.2.1 Data Primer .....	35
3.2.2 Data Sekunder .....	36
3.3 Metode Pengumpulan Data .....	36
3.4 Metode Analisis Data.....	38
3.4.1 Metode Analisis Peta Empati .....	38
3.4.2 Metode Pengukuran Pasar Tersedia.....	41
3.4.3 Metode Analisis Investasi.....	42
<b>BAB IV STRATEGI DAN RENCANA .....</b>	<b>45</b>
4.1 Analisis Situasi.....	45
4.1.1 Analisis Persaingan Keindustrian.....	45
4.1.1.1Pesaing dalam Industri .....	45
4.1.1.2Produk Substitusi .....	52
4.1.1.3Kendala untuk Masuk Industri.....	54
4.1.1.4Kekuatan Tawar Pemasok .....	55
4.1.1.5Kekuatan Tawar Konsumen .....	55
4.1.2 Analisis Peta Empati .....	57
4.1.2.1 Apa yang Konsumen Lihat .....	58
4.1.2.2 Apa yang Konsumen Dengar.....	61
4.1.2.3 Apa yang Konsumen Pikir dan Rasa .....	63
4.1.2.4Apa yang Konsumen Katakan dan Lakukan.....	67
4.1.2.5 Keburukan Apa yang Konsumen Tanggung .....	70
4.1.2.5Kemanfaatan Apa yang Konsumen Nikmati .....	73
4.2 Analisis Utama.....	74



4.2.1 Model Bisnis Kanvas .....	74
4.2.1.1 Segmen Pelanggan .....	75
4.2.1.2 Proposisi Nilai .....	81
4.2.1.3 Saluran .....	84
4.2.1.4 Keterhubungan Pelanggan.....	84
4.2.1.5 Aktivitas Kunci .....	86
4.2.1.6 Sumber Daya Kunci .....	87
4.2.1.7 Partner Kunci.....	88
4.2.1.8 Aliran Pendapatan .....	89
4.2.1.9 Struktur Biaya .....	90
4.2.2 Rencana Keuangan.....	91
4.2.2.1 Investasi Awal .....	91
4.2.2.2 Sumber Pendanaan Usaha .....	97
4.2.2.3 Perkiraan Pendapatan .....	98
4.2.2.4 Perkiraan Biaya Operasional .....	100
4.2.2.5 Pajak dan Depresiasi.....	102
4.2.2.6 Laporan Keuangan .....	103
4.2.2.7 Analisis Kelayakan Bisnis .....	105
4.2.2.8 Analisis Sensitivitas .....	106
4.2.2.9 Risiko Bisnis .....	111
4.2.2.10 Rencana Kontingensi.....	114
<b>BAB V RENCANA AKSI.....</b>	<b>116</b>
5.1 Perencanaan Kegiatan dan Waktu Persiapan.....	116
5.2 Penanggung Jawab.....	119
5.3 Ukuran Kinerja.....	121
Daftar Pustaka.....	124