



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
INTISARI	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Lingkungan Eksternal Perusahaan	1
1.2 Lingkungan Internal Perusahaan	5
1.3 Rumusan Masalah	7
1.4 Pertanyaan Penelitian	7
1.5 Tujuan Penelitian	7
1.6 Manfaat Penelitian	8
1.7 Sistematika Penulisan	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Pengertian Biro Perjalanan Wisata	10
2.2 Pengertian Aplikasi Seluler	12
2.3 Kanvas Model Bisnis	12
2.3.1 Segmen Pelanggan	13
2.3.2 Proposisi Nilai	14
2.3.3 Saluran Perantara	19
2.3.4 Hubungan pelanggan	19
2.3.5 Sumber Pendapatan	22



2.3.6	Sumber Daya Utama	23
2.3.7	Aktivitas Kunci	24
2.3.8	Kunci Kemitraan	25
2.3.9	Struktur Biaya	26
2.4	Peta Empati	28
2.5	Kelayakan Ekonomi	32
2.6	Analisis Sensitivitas	34
2.7	Strategi Keluar	34
BAB III METODE PENELITIAN		36
3.1	Unit Analisis	36
3.2	Sumber dan Metode	36
3.3	Teknik Analisis Data	40
BAB IV STRATEGI DAN RENCANA		42
4.1	Hasil Wawancara dengan Pelaku Bisnis	42
4.2	Peta Empati Calon Pelanggan	47
4.2.1	Yang Dilihat Pelanggan	50
4.2.2	Yang Didengar Pelanggan	52
4.2.3	Yang Dipikirkan dan Dirasakan Pelanggan	52
4.2.4	Yang Dikatakan dan Dilakukan Pelanggan	54
4.2.5	Yang Ditakutkan Pelanggan	55
4.2.6	Keuntungan Yang Diperoleh Pelanggan	56
4.3	Kanvas Model Bisnis Willgo	57
4.3.1	Segmen Pelanggan	57
4.3.2	Proposisi Nilai	58
4.3.3	Saluran	59
4.3.4	Hubungan Konsumen	60
4.3.5	Aliran Pendapatan	61
4.3.6	Sumber Daya Kunci	62



4.3.7	Aktivitas Kunci	64
4.3.8	Kemitraan Kunci	65
4.3.9	Struktur Biaya	66
4.4	Analisis Kelayakan Bisnis	68
4.4.1	Analisis Kelayakan Ekonomi	68
4.4.2	Analisis Sensitivitas	71
4.4.3	Analisis Risiko dan Strategi Keluar	71
BAB V RENCANA AKSI		74
5.1	Kegiatan dan Waktu Pelaksanaan	74
5.1.1	Aktivitas Persiapan	74
5.1.2	Aktivitas Pelaksanaan	75
5.1.3	Aktivitas Evaluasi	75
5.2	Penanggung Jawab	76
5.3	Ukuran Kinerja	77
DAFTAR PUSTAKA		79
DAFTAR LAMPIRAN		82



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Definisi Segmen Pelanggan	14
Tabel 2.2 Saluran Perantara	19
Tabel 2.3 Definisi Customer Relationship Management	20
Tabel 2.4 Definisi Sumber Pendapatan	22
Tabel 3.1 Daftar Pertanyaan Wawancara kepada Pelaku Bisnis	37
Tabel 3.2 Daftar Pertanyaan Wawancara kepada Calon Pelanggan Potensial ...	37
Tabel 3.3 Pertanyaan Data Pribadi dan Data Perilaku Calon Pelanggan Willgo .	38
Tabel 3.4 Pertanyaan Peta Empati Calon Konsumen Willgo	39
Tabel 3.5 Sumber dan Metode Pengumpulan Data	40
Tabel 4.1 Data Responden Pelaku Bisnis	42
Tabel 4.2 Data Pribadi Responden	48
Tabel 4.3 Data Perilaku Responden Terhadap Kegiatan Berwisata	48
Tabel 4.4 Yang Dilihat Pelanggan terhadap Sebuah Platform	51
Tabel 4.5 Yang Didengar Pelanggan terhadap Kegiatan Wisata	52
Tabel 4.6 Yang Dipikir dan Dirasakan Pelanggan	53
Tabel 4.7 Yang Dikatakan dan Dilakukan Pelanggan	54
Tabel 4.8 Yang Dikhawatirkan Pelanggan	55
Tabel 4.8 Yang Diperoleh Pelanggan	57
Tabel 4.9 Proposisi Nilai	59
Tabel 4.10 Kategori Harga	61
Tabel 4.11 Aliran Pendapatan	62
Tabel 4.12 Biaya Investasi Willgo	67
Tabel 4.13 Biaya Operasional Willgo	67
Tabel 4.14 Proyeksi Arus Kas Willgo Selama Lima Tahun	70
Tabel 4.15 Hasil Analisis Sensitivitas Keuangan Willgo	71
Tabel 5.1 Waktu Pelaksanaan	74



Tabel 5.2 Penanggung Jawab Willgo 76



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Laju Pertumbuhan Tiket.com	3
Gambar 2.1 Peta Empati	30
Gambar 4.1 Kanvas Model Bisnis BPW Konvensional	47
Gambar 4.2 Kanvas Model Bisnis Willgo	68