



ABSTRAKSI

PERANCANGAN MODEL BISNIS APLIKASI PERJALANAN WISATA WILLGO

Yohana

17/421970/PEK/23547

Perkembangan teknologi saat ini merubah banyak aspek bisnis yang ada di dunia termasuk Indonesia. Salah satu bisnis yang kena dampak dari perkembangan teknologi adalah bisnis Biro Perjalanan Wisata (BPW). BPW bertanggung jawab untuk menyediakan jasa penjualan tiket pesawat, reservasi hotel, tiket atraksi wisata dan paket wisata baik domestik maupun internasional. Namun sejak kemunculan beberapa *online travel agent* (OTA) seperti Traveloka, tiket.com, pegi-peggi dan OTA lainnya, hal itu membuat penjualan biro perjalanan wisata cenderung menurun dari tahun ke tahun bahkan bangkrut.

Di Indonesia, seluruh BPW bersaing dalam samudera merah dimana semuanya bersaing untuk mendapatkan pelanggan sebanyak-banyaknya dengan melakukan perang harga sehingga siapa yang memberikan harga terendah yang akan menang dalam merebut hati pelanggan. Hanya BPW yang memiliki kekuatan modal yang dapat memberikan harga tersebut karena mereka sanggup melakukan blok besar terhadap komponen perjalanan wisata dalam jumlah banyak dan memperoleh harga rendah dari pemasok. Sehingga BPW dalam skala UMKM kesulitan memperoleh pelanggannya. Dengan adanya aplikasi ini diharapkan dapat membantu UMKM memperoleh pelanggan dengan keunikan destinasi wisata yang miliki yang akan ditonjolkan oleh aplikasi ini.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk merancang model bisnis yang tepat untuk aplikasi seluler Willgo. Aplikasi ini menawarkan solusi dengan mempertemukan BPW dengan pelanggannya dan memberikan kemudahan bagi kedua belah pihak. Metode penelitian yang digunakan adalah wawancara dan survei menggunakan kuesioner serta studi literatur. Data yang dihasilkan dari hasil survei kemudian dianalisis untuk merancang peta empati dan kemudian digunakan untuk membangun sembilan blok bangunan model bisnis Willgo.

Kesimpulan yang diperoleh adalah bahwa BPW membutuhkan aplikasi Willgo sebagai salah satu saluran untuk mencapai pelanggan dan pelanggan membutuhkan aplikasi ini untuk memudahkan pencarian paket perjalanan yang bersifat grup, dengan fitur-fitur menarik serta adanya promo dan cashback yang ditawarkan. Kesimpulan berikutnya bahwa arus kas pesimis diproyeksikan untuk Willgo menunjukkan NPV positif sebesar Rp 263.584.819,72 dan IRR positif sebesar 15% dengan Payback Period 48 bulan atau 4 tahun. Indikator keuangan tersebut menunjukkan bahwa bisnis ini layak untuk dijalankan.



ABSTRACT

DESIGN OF BUSINESS MODEL ON TRAVEL APPLICATION “WILLGO”

Yohana

17/421970/PEK/23547

The development of technology is currently changing many aspects of business in the world, including Indonesia. One of the businesses affected by technological developments is the business of the Travel Agency (TA). TA is responsible for providing flight ticket sales services, hotel reservations, tourist attraction tickets and tour packages both domestically and internationally. But since the emergence of several online travel agents (OTA) such as Traveloka, Tiket.com, pegi-peggi and other OTAs, it has made sales of travel agents tend to decrease from year to year and even go bankrupt.

In Indonesia, all Travel Agencies compete in the red ocean where all compete to get as many customers as possible by price wars so that whoever gives the lowest price will win in winning the hearts of customers. Only TA who have the capital strength can provide this price because they are able to make a large block of components in large quantities and get low prices from suppliers. So that TA in the Micro, Small and Medium Enterprises (MSME) scale has difficulty getting its customers. With this application, it is expected to be able to help MSMEs gain customers with unique tourist destinations that will be highlighted by this application.

The purpose of this research is to design the right business model for the Willgo mobile application. This application offers a solution by bringing together TA with its customers and providing convenience for both parties. The research method used was interviews and surveys using questionnaires and literature studies. Data generated from the results of the survey were then analyzed to design empathy maps and then used to construct nine building blocks of the Willgo business model.

The conclusion obtained is that TA requires the Willgo application as one of the channels to reach customers and customers need this application to facilitate the search for group travel packages, with attractive features and the promos and cashback offered. The next conclusion is that the pessimistic cash flow projected to Willgo shows a positive NPV of IDR 263,584,819.72 and a positive IRR of 15% with a Payback Period of 48 months or 4 years. These financial indicators show that this business is feasible to run.