UNIVERSITAS
GADJAH MADA
MODEL BISNIS: TRIAL.ID LAMAN PENYEDIA PAKET LIBURAN SESUAI DENGAN KEINGINAN PELANGGAN
RIZA ANTARES, Nurul Indarti Sivilokonom, Cand.Merc., Ph.D
Universitas Gadjah Mada, 2020 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN.....i

KATA PENGANTAR.....ii

DAFTAR ISI.....iii

DAFTAR TABEL vi

DAFTAR GAMBAR.....viii

DAFTAR LAMPIRAN ix

ABSTRAK xi

ABSTRACT.....xii

BAB I PENDAHULUAN.....1

1.1 Lingkungan Eksternal Perusahaan.....1

1.2 Lingkungan Internal Perusahaan 8

1.3 Rumusan Masalah.....10

1.4 Tujuan Penelitian 10

1.5 Manfaat Penelitian 11

1.6 Sistematika Penelitian.....11

BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....12

2.1 Model Bisnis 12

2.2 Komponen Model Bisnis 14

2.2.1 Segmen Pelanggan.....16

2.2.2 Proposisi Nilai 20

2.2.3 Saluran 22

2.2.4 Hubungan Pelanggan.....25

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
MODEL BISNIS: TRIAL.ID LAMAN PENYEDIA PAKET LIBURAN SESUAI DENGAN KEINGINAN PELANGGAN
RIZA ANTARES, Nurul Indarti Sivilokonom, Cand.Merc., Ph.D
Universitas Gadjah Mada, 2020 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

2.2.5 Sumber Pendapatan 28

2.2.6 Sumber Daya Utama.....29

2.2.7 Aktivitas Utama.....30

2.2.8 Mitra Kunci 31

2.2.9 Struktur Biaya.....33

2.3 Pemasaran Daring.....35

2.3.1 Definisi Pemasaran Daring.....35

2.3.2 Jenis Pemasaran Daring.....35

2.3.3 Manfaat Pemasaran Daring 37

2.4 Renacana Model Bisnis Trial.id 38

BAB III METODE PENELITIAN 39

3.1 Metode Penelitian 39

3.2 Unit Analisis 39

3.3 Sumber dan Metode Pengumpulan Data 39

3.4 Responden.....41

3.5 Analisis Data.....42

3.5.1 Analisis Kualitatif.....43

3.5.2 Analisis Kuantitatif.....43

BAB IV STRATEGI DAN RENCANA.....45

4.1 Data Survei 45

4.2 Analisis Peta Empati.....46

4.2.1 Apa yang dilihat pelanggan 49

4.2.2 Apa yang didengar pelanggan 50

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
MODEL BISNIS: TRIAL.ID LAMAN PENYEDIA PAKET LIBURAN SESUAI DENGAN KEINGINAN PELANGGAN
RIZA ANTARES, Nurul Indarti Sivilokonom, Cand.Merc., Ph.D
Universitas Gadjah Mada, 2020 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

4.2.3 Apa yang dirasakan dan dipikirkan pelanggan 52
4.2.4 Apa yang dikatakan dan dilakukan pelanggan 54
4.2.5 Apa yang ditakutkan pelanggan 55
4.2.6 Apa keuntungan yang pelanggan dapatkan 56
4.3 Model Bisnis Permatawisata.id 59
4.3.1 Segmen Pelanggan.....60
4.3.2 Proposisi Nilai 60
4.3.3 Saluran.....61
4.3.4 Hubungan Pelanggan.....62
4.3.5 Sumber Pendapatan 63
4.3.6 Sumber Daya Utama.....63
4.3.7 Aktivitas Utama.....64
4.3.8 Mitra Kunci 65
4.3.9 Struktur Biaya.....65
4.4 Model Bisnis Alodia Tour 66
4.4.1 Segmen Pelanggan.....67
4.4.2 Proposisi Nilai 67
4.4.3 Saluran.....68
4.4.4 Hubungan Pelanggan.....68
4.4.5 Sumber Pendapatan 69
4.4.6 Sumber Daya Utama.....69
4.4.7 Aktivitas Utama.....70
4.4.8 Mitra Kunci 70

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
MODEL BISNIS: TRIAL.ID LAMAN PENYEDIA PAKET LIBURAN SESUAI DENGAN KEINGINAN PELANGGAN
RIZA ANTARES, Nurul Indarti Sivilokonom, Cand.Merc., Ph.D
Universitas Gadjah Mada, 2020 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

4.4.9 Struktur Biaya 71
4.5 Rancangan Model Bisnis Trial.id 71
4.5.1 Segmen Pelanggan 71
4.5.2 Proposisi Nilai 72
4.5.3 Saluran 73
4.5.4 Hubungan Pelanggan 74
4.5.5 Sumber Pendapatan 75
4.5.6 Sumber Daya Utama 77
4.5.7 Aktivitas Utama 78
4.5.8 Mitra Kunci 79
4.5.9 Struktur Biaya 79
4.6 Analisis Skenario 82
BAB V RENCANA AKSI 85
5.1 Rencana Kegiatan 85
5.2 Penanggung Jawab 86
5.3 Penilaian Kinerja 87
5.4 Rencana Mitigasi 89
DAFTAR PUSTAKA 90
LAMPIRAN 94