

INTISARI

Daerah Khusus Istimewa Jakarta merupakan ibu kota Indonesia, dikenal sebagai pusat pemerintahan, perkantoran dan bisnis. Meskipun tidak terlalu populer sebagai tujuan wisata, namun DKI Jakarta memiliki pesona tersendiri sebagai daya tariknya untuk menarik wisatawan domestik maupun mancanegara. Menurut data BPS, jumlah wisatawan asing yang masuk ke Indonesia melewati Soekarno-Hatta selalu bertambah sejak tahun 2011 sampai tahun 2014. Jika dilihat dari jumlah ini maka potensi Jakarta untuk menjaring wisatawan mancanegara cukup besar. Dengan adanya potensi ini, maka Jakarta Walking Tour hadir untuk menawarkan konsep tur unik yaitu paket tur jalan kaki dengan tur-tur yang bisa disesuaikan dengan keinginan pemesan.

Bisnis Jakarta Walking Tour telah berjalan dengan model bisnis yang ada sejak tahun 2015. Selama satu tahun lebih dijalankan, perolehan yang didapatkan kurang maksimal. Oleh karena itu, model bisnis yang sedang dijalankan dievaluasi memakai kerangka kerja empat langkah dari strategi samudra biru.

Dari hasil penelitian yang didapatkan melalui wawancara, survei, observasi dan diskusi kelompok terarah, dirumuskan model bisnis yang baru yang lebih sesuai untuk Jakarta Walking Tour, model bisnis dengan pola long-tail dengan komposisi sembilan blok bangunan yang baru. Setelah merumuskan model bisnis yang baru, juga dibuat rencana bisnisnya. Dari pengumpulan data diketahui bahwa harga yang diterima berkisar antara Rp. 735.000,00 sampai dengan Rp. 975.000,00. Pemasaran produk dilakukan sebagian besar secara daring. Investasi awal yang dibutuhkan adalah sejumlah Rp. 44.600.000,00 dengan perkiraan *Payback Period* selama 1,815 tahun.

Kata kunci: model bisnis, strategi samudra biru, kerangka kerja empat langkah, rencana bisnis, pariwisata

ABSTRACT

Special Capital Region of Jakarta is the capital city of Indonesia, known as a center for government, offices and business. Despite not too famous for being a tour destination, Jakarta also has its own charm to attract domestic and foreign tourists. Based on data that collected by BPS, the number of foreign tourists that came to Indonesia via Soekarno-Hatta always increasing since year 2011 to year 2014. Therefore, based on this number, Jakarta's potential to attract foreign tourists is quite big. With this potential, Jakarta Walking Tour is created to offer tour with unique concept, which is a walking tour package with customized tour based on customer's preferences.

Jakarta Walking Tour business had been running with the existing business model since year 2015. A year after being ran, it has not been reaching a maximal gain. Therefore, the existing business model are evaluated using four actions framework from blue ocean strategy.

Based on the research that had been done via interviews, surveys, observations and focus group discussion, a new business model with new that more suitable for Jakarta Walking Tour is formulated, which is business model with long-tail pattern with the new compositions for each nine building blocks. After formulating the new business models, a business plan also being made. From the collected data, it is known that the price that can be accepted is between the range of Rp. 735.000,00 to Rp. 975.000,00. The product is marketed mostly via online media. The initial investment required is Rp. 44.600.000,00 with estimated Payback Period of 1,815 years.

Keywords: business model, blue ocean strategy, four actions framework, business plan, tourism.