

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Pengesahan.....	ii
Halaman Pernyataan.....	iii
Kata Pengantar.....	iv
Daftar Isi.....	vi
Daftar Tabel.....	ix
Daftar Gambar.....	xi
Daftar Lampiran.....	xiv
Intisari.....	xv
Abstract.....	xvi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Lingkungan Eksternal.....	1
1.2 Lingkungan Internal.....	9
1.3 Rumusan Masalah.....	12
1.4 Pertanyaan Penelitian.....	14
1.5 Tujuan Penelitian.....	14
1.6 Manfaat Penelitian.....	14
1.7 Sistematika Penulisan.....	15

BAB II KERANGKA TEORI

2.1 Landasan Teori.....	16
2.2 Model Teoritikal.....	18
2.3 Peta Empati.....	22
2.4 Analisis Model Bisnis.....	23
2.5 Rencana Bisnis.....	25

BAB III METODE PENELITIAN.....27

3.1 Desain Penelitian.....	27
3.2 Metoda Pengumpulan Data.....	28
3.3 Instrumen Penelitian.....	32
3.4 Analisis Model Bisnis.....	32

BAB IV STRATEGI DAN RENCANA

4.1 Hasil Wawancara.....	33
4.2 Hasil Survei.....	42
4.3 Hasil Observasi.....	58
4.5 Hasil Diskusi Kelompok Terarah.....	61
4.6 Kerangka Kerja Empat Langkah.....	68

4.7 Model Bisnis Baru dengan Pola Long Tail.....	73
4.8 Rencana Bisnis Fungsional.....	82
 BAB V RENCANA AKSI	
5.1 Perencanaan Kegiatan.....	92
5.2 Penanggung Jawab.....	93
5.3 Ukuran Kinerja.....	94
 Daftar Pustaka.....	 95

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Wisman Berdasarkan Pintu Masuk Tahun 2010-2014.....	2
Tabel 1.2 Daftar Museum dan Monumen di Jakarta.....	4
Tabel 1.3 Daftar Teater Seni dan Budaya Serta Galeri-Galeri di Jakarta.....	4
Tabel 1.4 Jumlah Kedatangan Wisatawan Berdasarkan Tujuan Wisata Unggulan di Jakarta Tahun 2010 sampai dengan 2014.....	5
Tabel 1.5 Perkembangan Usaha Jasa Perjalanan Wisata Berskala Menengah dan Besar dari Tahun 2009-2013.....	6
Tabel 2.1 Enam Prinsip Strategi Samudra Biru.....	24
Tabel 3.1 Daftar Peserta Diskusi Kelompok Terarah.....	31
Tabel 4.1 Profil Narasumber Wawancara.....	33
Tabel 4.2 Jawaban Peserta FGD Untuk Perspektif Segmen Pelanggan (Pertanyaan Pertama).....	62
Tabel 4.3 Jawaban Peserta FGD Untuk Perspektif Segmen Pelanggan (Pertanyaan Kedua).....	63
Tabel 4.4 Jawaban Peserta FGD Untuk Perspektif Segmen Pelanggan (Pertanyaan Ketiga).....	63
Tabel 4.5 Jawaban Peserta FGD Untuk Perspektif Dampak Biaya (Pertanyaan Pertama).....	64
Tabel 4.6 Jawaban Peserta FGD Untuk Perspektif Dampak Biaya	

(Pertanyaan Kedua).....	65
Tabel 4.7 Jawaban Peserta FGD Untuk Perspektif Proposisi Nilai	
(Pertanyaan Pertama).....	66
Tabel 4.8 Jawaban Peserta FGD Untuk Perspektif Proposisi Nilai	
(Pertanyaan Kedua).....	67
Tabel 4.9 Kerangka Kerja Empat Langkah.....	72
Tabel 4.10 Daftar Harga Paket Tur Jakarta Walking Tour.....	85
Tabel 4.11 Jabatan dan Tugas Staf Jakarta Walking Tour.....	88
Tabel 4.12 Proyeksi Arus Kas (Per Tahun).....	90
Tabel 5.1 Perencanaan Kegiatan.....	92
Tabel 5.2 Pengukuran Kinerja.....	94

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Kedatangan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia dari Tahun 2011 sampai 2014.....	1
Gambar 1.2 Kanvas Model Bisnis Agen Perjalanan Konvensional.....	7
Gambar 1.3 Kanvas Model Bisnis Usaha Jasa Walking Tour.....	9
Gambar 1.4 Tampilan situs Jakarta Walking Tour.....	10
Gambar 2.1 Sembilan blok bangunan Kanvas Model Bisnis.....	21
Gambar 2.2 Peta Empati.....	22
Gambar 2.3 Pendekatan Memadukan Strategi Blue Ocean dan Kanvas Model Bisnis.....	25
Gambar 4.1 Kanvas Model Bisnis Jakarta Walking Tour Saat Ini.....	38
Gambar 4.2.1 Jenis Kelamin Responden Klien.....	42
Gambar 4.2.2 Kisaran Usia Responden Klien.....	42
Gambar 4.2.3 Pendidikan Terakhir Responden Klien.....	43
Gambar 4.2.4 Status Responden Klien.....	43
Gambar 4.2.5 Frekuensi Bepergian Responden Klien.....	44
Gambar 4.2.6 Alasan Bepergian ke Luar Negeri Klien.....	44
Gambar 4.2.7 Tujuan Klien Mengunjungi Jakarta.....	44
Gambar 4.2.8 Teman Bepergian Klien.....	45

Gambar 4.2.9 Pilihan Jenis Paket Layanan Klien.....	45
Gambar 4.2.10 Pilihan Tipe Tur Klien.....	46
Gambar 4.2.11 Jumlah Partisipan Maksimal Klien.....	46
Gambar 4.2.12 Pengetahuan Tentang Walking Tour.....	47
Gambar 4.2.13 Sumber Informasi Tentang Jakarta Walking Tour.....	47
Gambar 4.2.14 Harga Menurut Klien.....	48
Gambar 4.2.15 Perubahan Harga Layanan Menurut Klien.....	49
Gambar 4.2.16 Pengalaman yang Diharapkan Klien.....	49
Gambar 4.2.17 Pendapat Klien Mengenai Layanan Jakarta Walking Tour.....	50
Gambar 4.2.18 Keinginan Untuk Memesan Layanan Kembali.....	50
Gambar 4.2.19 Kesiediaan Untuk Merekomendasikan Layanan.....	51
Gambar 4.3.1 Jenis Kelamin Pelanggan Potensial.....	52
Gambar 4.3.2 Usia Pelanggan Potensial.....	52
Gambar 4.3.3 Pendidikan Terakhir Pelanggan Potensial.....	52
Gambar 4.3.4 Frekuensi Berpergian Pelanggan Potensial.....	53
Gambar 4.3.5 Tujuan Berpergian Pelanggan Potensial.....	53
Gambar 4.3.6 Teman Berpergian Pelanggan Potensial.....	53
Gambar 4.3.7 Pilihan Paket Harga dan Rencana Perjalanan.....	54

Gambar 4.3.8 Pilihan Tipe Tur Pelanggan Potensial.....	54
Gambar 4.3.9 Tujuan Berkunjung Pelangan Potensial.....	55
Gambar 4.3.10 Sumber Informasi Tentang Walking Tour.....	55
Gambar 4.3.11 Aspek Yang Perlu Diperbaiki Menurut Pelanggan Potensial.....	56
Gambar 4.3.12 Paket Harga dan Rencana Perjalanan Yang Lebih Disukai Pelanggan Potensial.....	56
Gambar 4.3.13 Rentang Harga Maksimal Yang Rela Dibayarkan Pelanggan Potensial.....	58
Gambar 4.3.14 Perolehan Yang Diharapkan Pelanggan Potensial.....	57
Gambar 4.3.15 Aspek Yang Memerlukan Perubahan Menurut Pelanggan Potensial.....	57
Gambar 4.3.16 Keinginan Pelanggan Potensial Untuk Mencoba Layanan Wisata.....	58
Gambar 4.4.1 Situasi di Museum Bahari.....	58
Gambar 4.4.2 Situasi di Kota Tua Pada Hari Biasa.....	59
Gambar 4.6 Peta Empati Pelanggan Potensial Jakarta Walking Tour.....	60
Gambar 4.7 Kanvas Model Bisnis Long-Tail Jakarta Walking Tour.....	74
Gambar 4.8.1 Struktur Organisasi Jakarta Walking Tour.....	87
Gambar 4.8.2 Alur Operasional Jakarta Walking Tour.....	88

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Transkrip Wawancara Dengan Pemilik Jakarta Walking Tour.....	97
Lampiran 2 Transkrip Wawancara Dengan Perwakilan Dinas Pariwisata DKI Jakarta.....	108
Lampiran 3 Transkrip Wawancara Dengan Wisatawan Asing.....	116