

DAFTAR ISI

Halaman

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Pemilihan Bidang Usaha	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penulisan	12
1.4 Manfaat Penulisan	12
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	13
1.6 Sistematika Penulisan	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1 <i>Business Plan</i>	16
2.2 Manajemen Strategi	17
2.1.1 Perencanaan Strategi Bisnis	17
2.1.2 Analisis Eksternal Makro	21
2.1.3 Analisis Eksternal Industri	21
2.1.5 Analisis Internal (Fungsional)	23
2.1.6 Competitive Profile Matrix (CPM)	25
2.1.7 Matrix TOWS/SWOT	26
2.1.8 QSPM	28
2.2 Strategi Fungsional	28
2.2.1 Strategi Fungsional Marketing	29

2.2.2	Strategi Fungsional Operasional	37
2.2.3	Strategi Fungsional Sumber Daya Manusia	38
2.2.4	Strategi Fungsional Keuangan	40
2.3	Pariwisata	41
4.3.1	Biro Perjalanan Wisata	41
4.3.2	Perjalanan Wisata	42
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		45
3.1	Jenis Penelitian	45
3.2	Sumber data	45
3.2.1	Data Primer	45
3.2.2	Data Sekunder	46
3.3	Kerangka Pemikiran Penelitian	46
BAB IV PROFIL PERUSAHAAN		48
4.1.	Sejarah	48
4.2.	Visi, Misi dan Nilai	48
4.3.	Struktur Organisasi	50
4.4.	Proses Bisnis dan Deskripsi Produk	50
BAB V PENYUSUNAN STRATEGI BISNIS		52
5.1.	Analisis Eksternal	52
5.1.1	Analisis Eksternal Makro	52
5.1.2	Analisis Eksternal Lingkungan Industri	60
5.1.3	<i>Key Success Factor</i>	64
5.2	Analisis Lingkungan Internal	65
5.2.1	Analisis Fungsional	65
5.2.2	Competitive Profile Matrix	66
5.2.3	Kekuatan dan Kelemahan	67
5.3	Matriks TOWS	68
5.4	QSPM	70
BAB VI PERENCANAAN STRATEGI FUNGSIONAL		72

6.1	Manajemen Pemasaran	72
6.1.1.	<i>Segmenting, Targeting & Positioning</i>	72
6.1.2.	<i>Marketing Mix (7Ps)</i>	73
6.1.3.	<i>Integrated Marketing Communication (IMC)</i>	80
6.1.4.	<i>Marketing Communication Process</i>	82
6.1.5.	<i>Marketing Program 2016-2018</i>	83
6.1.6.	<i>Time Plan Marketing Program</i>	88
6.2	Manajemen Operasional	89
6.2.1	Proses Bisnis (<i>value chain</i>)	89
6.3	Manajemen Sumber Daya Manusia	93
6.3.1.	Struktur Organisasi	93
6.3.2.	Deskripsi Pekerjaan	96
6.3.3.	Kualifikasi Perekrutan Karyawan	100
6.3.4.	Pelatihan dan Pengembangan	103
6.3.5.	Sistem Kompensasi	104
6.4	Manajemen Keuangan	106
6.4.1.	Dasar Presentasi Laporan Keuangan	106
6.4.2.	Struktur Permodalan	106
6.4.3.	Proyeksi Pendapatan	106
6.4.4.	Proyeksi Laba Rugi	107
6.4.5.	Proyeksi Arus Kas	108
6.4.6.	Proyeksi Naraca	110
6.4.7.	<i>Discounted Payback Period, NPV, Profitability Index, IRR</i>	111
BAB VII KESIMPULAN DAN SARAN		113
7.1	Kesimpulan	113
7.2	Saran	114
DAFTAR PUSTAKA		115

DAFTAR TABEL

	Halaman
Table 1.1 Ranking devisa pariwisata	1
Table 1.2 Perkembangan jumlah perjalanan wisatawan	2
Table 1.3 Perkembangan jumlah perjalanan wisatawan Nusantara	2
Table 1.4 Perkembangan usaha jasa perjalanan Wisata	5
Tabel 3.1 Sumber data penelitian	43
Tabel 5.1 Kesimpulan Analisis Eksternal Makro	57
Tabel 5.2 Pemain dalam Industri BPW <i>online</i>	58
Tabel 5.3 Kesimpulan Analisis Eksternal Makro	60
Tabel 5.4 Kesimpulan analisis Fungsional	62
Tabel 5.5 <i>Competitive Profile Matrix</i>	64
Tabel 5.6 Tabel Keuatan dan Kelemahan	64
Tabel 5.7 Matrik TOWS	65
Tabel 5.7 QSPM	67
Tabel 6.1 Destinasi produk yang di tawarkan Go-Vakanasi	71
Tabel 6.2 Go-Vakansi AIDA Model	79
Tabel 6.3 Marketing Time Plan	85
Tabel 6.4 Staffing Plan	92
Tabel 6.5 Kualifikasi perekrutan karyawan	98
Tabel 6.6 Rencana Pelatihan dan Pengembangan SDM	98
Tabel 6.7 Susunan Pemegang Saham	104
Tabel 6.8 Proyeksi pendapatan 2016-2018	104
Tabel 6.9 Proyeksi Laporan Laba Rugi 2015-2018	105
Tabel 6.10 Proyeksi Laporan Arus kas 2016-2018	108
Tabel 6.11 Proyeksi Laporan Neraca 2016-2018	108
Tabel 6.12 Tabel <i>Net Present Value</i> dan <i>Profitable Index</i>	110
Tabel 6.13 Tabel <i>Internal Rate of Return</i>	110

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Pengguna Internet Indoensia	6
Gambar 1 2 Pengguna media sosial platform	6
Gambar 1.3 Industri Travel Agent di Indonesia	7
Gambar 1.4 Target & Pencapaian Penjualan Q4 2015	9
Gambar 1.5 Persentase Pejualan Produk Target vs Actual	10
Gambar 1.6 Hasil Survey “Darimana Mengenal Go-Vakansi”	11
Gambar 2.1 <i>Porter Five Forces Model</i>	21
Gambar 2.2 <i>Holistic Marketing</i>	31
Gambar 3.1 Kerangka pemikiran penelitian	44
Gambar 4.1 Struktur organisasi Go-Vakansi	47
Gambar 4.2. Peta destinasi-destinasi produk jasa Go-Vakansi	48
Gambar 5.1 Negara bebas visa ke Indonesia	51
Gambar 5.2 Fluktuasi nilai tukar rupiah 2012-2016	52
Gambar 5.3 Proyeksi Pertumbuhan kelas menengah Indonesia 2020	52
Gambar 5.4 Peta 50 Destinasi Pariwisata Nasional	53
Gambar 6.1 <i>Service Blue Print</i> Go-Vakansi	76
Gambar 6.2 Integrated Marketing Communication Strategy Go-Vakansi	79
Gambar 6.3 Ilustrasi Google Ads & Facebook Ads	81
Gambar 6.4 Ilustrasi Go-Vakansi Discount	82
Gambar 6.5 Ilustrasi Go-Vakansi Photo Competition	83
Gambar 6.6 Ilustrasi Go-Vakansi Online Broadcast	84
Gambar 6.7 Pross Bisnis (<i>Value Chain</i>)	86
Gambar 6.8 Rencana Struktur Organisasi	91

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Proyeksi Penjualan Bulanan	116
Lampiran 2 Proyeksi Beban Operasional 2016-2018	117
Lampiran 3 Proyeksi Laporan Laba Rugi Bulanan 2016-2018	118