

ABSTRAK TESIS

<u>Title</u>	: "Penyusunan <i>Business Model Canvas</i> Hotel Aerotel Billiton Beach Belitung"
<u>Author</u>	: Parulian Yoga Primadana
<u>Program</u>	: Wijawiyata Manajemen Angkatan 64
<u>Degree</u>	: Magister of Management
<u>Year Completed</u>	: 2012
	<u>No of Pages</u> : 110

PT. Aero Wisata yang bergerak di bidang hospitality, pada tahun 2012 melakukan ekspansi pada unit bisnisnya divisi Hotels & Resorts seiring dengan perkembangan iklim ekonomi, industri hospitality, dan industri pariwisata nasional yang cerah. Ekspansi yang dilakukan adalah membangun hotel resort yaitu Aerotel Billiton Beach di Tanjung Kelayang, Belitung. Konsep Business Model Canvas baru dari Osterwalder&Pigneur dicoba diterapkan di perhotelan Aerowisata sehingga diharapkan perusahaan dapat memiliki value proposition yang tepat bagi wisatawan sehingga Aerotel dapat bersaing dengan hotel lain dan dapat menghasilkan pendapatan serta keuntungan di kemudian hari. Penelitian tesis ini mengenai Penyusunan Business Model Canvas Hotel Aerotel Billiton Beach Belitung. Rumusan Permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah: (1) Bagaimanakah bentuk business model canvas yang akan ditujukan untuk pembangunan maupun pengoperasian Hotel Aerotel Billiton Beach., (2) Bagaimanakah bentuk rencana program implementasi dari business model canvas Hotel Aerotel Billiton Beach.

Penelitian tesis ini menggunakan analisis eksternal dilihat dari analisis makro, industri, dan pesaing, analisis internal dari 7s mckinsey, dan survey pelanggan yaitu wisatawan dan tour&travel. Analisis eksternal dan internal digunakan untuk mengetahui seberapa besar peluang, ancaman, kekuatan dan kelemahan terhadap pembangunan hotel Aerotel Billiton Beach. Analisis survey pelanggan untuk mengetahui keinginan dan kebutuhan dari wisatawan dalam memilih hotel untuk menginap. Jumlah sampel wisatawan yang diambil sebanyak 30 wisatawan dengan menggunakan kuesioner untuk

memperoleh data, dan untuk tour&travel sebanyak 3 travel di Jakarta dengan menggunakan teknik wawancara.

Hasil analisis menunjukkan bahwa berdasarkan kuesioner yang ditujukan kepada para wisatawan didapatkan bahwa pelanggan memiliki beberapa faktor yang sangat berpengaruh dalam keputusan memilih hotel sebagai tempat menginap yaitu lokasi, tarif dan fasilitas. Juga didapatkan bahwa value proposition yang menjadi nilai lebih dari hotel ini adalah lokasi yang strategis yaitu di depan pantai Tanjung Kelayang dan penetapan tarif yang bersaing dengan fasilitas yang setara dengan hotel bintang 4.