

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>BAB 1</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan dan Manfaat Perencanaan Bisnis .....	7
1.3.1 Tujuan Perencanaan Bisnis .....	7
1.3.2 Manfaat Perencanaan Bisnis .....	7
<b>BAB 2</b> .....	<b>8</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>8</b>
2.1 Data Primer dan Data Sekunder .....	8
2.2 Jasa dan Karakteristik Jasa .....	8
2.3 PESTEL .....	9
2.4 <i>Porter's 5 Forces</i> .....	9
2.5 <i>Marketing Mix (7P)</i> .....	9
<b>BAB 3</b> .....	<b>11</b>
<b>METODOLOGI</b> .....	<b>11</b>
3.1 Kerangka Kerja .....	11
3.2 Metode Pengumpulan dan Analisis Data .....	11
<b>BAB 4</b> .....	<b>13</b>
<b>PROFIL PERUSAHAAN</b> .....	<b>13</b>
<b>BAB 5</b> .....	<b>18</b>
<b>ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>18</b>
5.1 Analisis Lingkungan Eksternal .....	18
5.1.1 Karakteristik Industri <i>Online Travel Agent (OTA)</i> .....	18

5.1.2 Analisis Lingkungan Makro.....	19
5.1.3 Analisis Lingkungan Industri.....	21
5.1.4 Kekuatan dan Kelemahan.....	23
5.1.5 Peluang dan Ancaman.....	23
5.1.6 <i>Threat-Opportunity, Weaknesses-Strength (TOWS)</i> .....	24
5.2 Pembahasan .....	25
5.2.1 Sistem <i>Online Travel Agent (OTA)</i> .....	25
5.2.2 Aspek Keuangan .....	32
5.2.3 Aspek Pemasaran <i>Marketing Mix (7P)</i> .....	37
5.2.4 Aspek Sumber Daya Manusia dan Operasional.....	41
5.2.5 <i>Timeline</i> Perencanaan Bisnis.....	44
5.2.6 Strategi Pendanaan .....	45
<b>BAB 6.....</b>	<b>47</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>47</b>
6.1 Kesimpulan .....	47
6.2 Saran .....	49
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>50</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 3.1 Kerangka Kerja Skripsi Perencanaan Bisnis.....</b>	<b>11</b>
<b>Tabel 4.1 <i>Business Model Canvas (BMC)</i> Seat2Fly.....</b>	<b>16</b>
<b>Tabel 4.2 <i>Business Model Canvas (BMC) Online Travel Agent (OTA)</i> Seat2Fly.....</b>	<b>16</b>
<b>Tabel 5.1 <i>Threat-Opportunity, Weaknesses-Strength (TOWS)</i> Seat2Fly.....</b>	<b>24</b>
<b>Tabel 5.2 Laporan <i>Budgeting</i> Seat2Fly.....</b>	<b>32</b>
<b>Tabel 5.3 <i>Projected Income Statement</i> Seat2Fly Optimis.....</b>	<b>33</b>
<b>Tabel 5.4 <i>Projected Income Statement</i> Seat2Fly Pesimis.....</b>	<b>34</b>
<b>Tabel 5.5 <i>Timeline</i> Perencanaan Bisnis Seat2Fly.....</b>	<b>44</b>

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 4.1 Logo Seat2Fly.....</b>	<b>13</b>
<b>Gambar 4.2 <i>Service Blueprint</i> Seat2Fly.....</b>	<b>17</b>
<b>Gambar 5.1 Produk <i>Global Distribution System (GDS)</i> Sabre.....</b>	<b>30</b>
<b>Gambar 5.2 Desain dan <i>Layout Website</i> Seat2Fly.....</b>	<b>37</b>
<b>Gambar 5.3 <i>Service Blueprint Online Travel Agent (OTA)</i> Seat2Fly.....</b>	<b>40</b>
<b>Gambar 5.4 Struktur Organisasi Seat2Fly.....</b>	<b>41</b>