

DAFTAR ISI

| | |
|---|-----|
| ABSTRAK..... | ii |
| ABSTRACT..... | iii |
| LEMBAR PENGESAHAN | iv |
| HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS..... | v |
| KATA PENGANTAR | vi |
| DAFTAR ISI..... | 1 |
| DAFTAR GAMBAR | 3 |
| DAFTAR TABEL..... | 4 |
| DAFTAR ISTILAH | 6 |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | 7 |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 8 |
| I.1 Latar Belakang..... | 8 |
| I.2 Alternatif Solusi..... | 14 |
| I.3 Rumusan Masalah..... | 16 |
| I.4 Tujuan Tugas Akhir..... | 16 |
| I.5 Manfaat Tugas Akhir..... | 16 |
| I.6 Sistematika Penulisan | 17 |
| BAB II LANDASAN TEORI..... | 19 |
| II.1 Studi Literatur | 19 |
| II.1.1 Pemodelan | 19 |
| II.1.2 Manajemen Pemasaran..... | 19 |
| II.1.3 Akuntansi Biaya | 21 |
| II.1.4 Analisis SWOT | 22 |
| II.1.5 Perancangan Model Bisnis | 24 |
| II.2 Perbandingan dan Pemilihan Metode..... | 29 |
| BAB III METODOLOGI PERANCANGAN..... | 31 |
| III.1 Sistematika Perancangan | 31 |
| III.1.1 Tahap Pengumpulan Data | 33 |
| III.1.2 Tahap Pengolahan Data | 33 |
| III.1.3 Tahap Analisis Dan Perancangan Model Bisnis | 34 |
| III.1.4 Tahap Verifikasi Dan Validasi..... | 34 |
| III.1.5 Tahap Akhir | 35 |
| III.2 Batasan dan Asumsi Tugas Akhir..... | 35 |
| BAB IV PERANCANGAN SISTEM TERINTEGRASI | 36 |
| IV.1 Profil Bisnis | 36 |

| | |
|--|------------|
| IV.2 Deskripsi Data | 36 |
| IV.2.1 <i>Business Model Canvas Existing</i> PT Batemuri Tours | 37 |
| IV.2.2 Data Profil Kostumer PT Batemuri Tours | 52 |
| IV.2.3 Data Lingkungan bisnis PT Batemuri Tours | 62 |
| IV.3 Spesifikasi Perancangan dan Standar Perancangan Model Bisnis Pada PT Batemuri Tours | 75 |
| IV.4 Proses Perancangan | 76 |
| IV.4.1 Analisis SWOT <i>Customer Interface</i> | 76 |
| IV.4.2 Analisis SWOT <i>Value Propositions</i> | 78 |
| IV.4.3 Analisis SWOT <i>Cost/Revenue Streams</i> | 81 |
| IV.4.4 Analisis SWOT <i>Company Infrastructures</i> | 82 |
| IV.5 Perhitungan Bobot, Skor, Matriks SWOT, dan Usulan pada PT Batemuri Tours | 84 |
| IV.5.1 <i>Value Propositions</i> | 84 |
| IV.5.2 <i>Cost/Revenue Streams</i> | 89 |
| IV.5.3 <i>Company Infrastructures</i> | 93 |
| IV.5.4 <i>Costumers Interface</i> | 96 |
| IV.6 Keseluruhan Strategi Usulan PT Batemuri Tours | 100 |
| IV.7 Perancangan <i>Value Proposition Canvas</i> PT Batemuri Tours | 103 |
| IV.7.1 <i>Pain Relievers</i> | 104 |
| IV.7.2 <i>Gain Creators</i> | 105 |
| IV.7.3 <i>Product and Service</i> | 106 |
| IV.7.4 Fit Customer Profile Dengan <i>Value Proposition</i> | 107 |
| BAB V VALIDASI DAN EVALUASI HASIL RANCANGAN | 116 |
| V.1 Validasi Hasil Rancangan | 116 |
| V.2 Evaluasi Hasil Rancangan | 118 |
| BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN | 122 |
| VI.1 Kesimpulan | 122 |
| VI.2 Saran | 125 |
| DAFTAR PUSTAKA | 126 |
| LAMPIRAN | 127 |
| LAMPIRAN WAWANCARA KONSUMEN | 127 |
| LAMPIRAN KUESIONER SKOR | 130 |