

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS	i
ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan Penyusunan <i>Business Plan</i>	7
1.3 Manfaat Penelitian	8
1.4 Sistematika Penyusunan <i>Business Plan</i>	8
BAB 2 TELAAH PUSTAKA	11
2.1 Telaah Pustaka	11
2.1.1 Konsep Pariwisata	11
2.1.1.1 Pengertian Travel Agent & Biro Perjalanan	19
2.1.2 Konsepe- <i>Business dan e-Commerce</i>	23
2.1.2.1 Fungsi Website E-commerce	25
2.1.2.2 Karakteristik E-commerce	26
2.1.2.3 Komponen E-commerce	26
2.1.2.4 Kategori Situs Web E-Commerce	26
2.1.3 Perencanaan Bisnis (<i>Business Plan</i>)	28
2.1.3.1 Pengertian <i>Business Plan</i>	28
2.1.3.2 Alasan Perlunya Menyusun <i>Business Plan</i>	29
2.1.4 Tahapan <i>Business Plan</i>	30
2.1.4.1 Ringkasan Eksekutif (<i>Executive Summary</i>)	30
2.1.4.2 Latar belakang (<i>Background</i>)	31
2.1.4.3 Analisis Pemasaran (<i>Marketing Analysis</i>)	34

2.1.4.4 AnalisisProduk(<i>Product Analysis</i>)	37
2.1.4.5 AnalisisManajemen(<i>Management Analysis</i>)	39
2.1.4.6 AnalisisKeuangan(<i>Financial Analysis</i>)	40
2.1.5 AnalisisLingkungan Usaha	42
2.1.5.1 Analisis <i>Five Forces</i> Porter	43
2.1.6 Key Success Factors.....	53
2.1.6 KajianElemen-elemen <i>Business Plan</i>	54
2.1.6.1 AspekPemasaran	55
2.1.6.2 AspekOperasional	62
2.1.6.3 AspekSumberDayaManusia	65
2.1.6.4 AspekKeuangan	67
2.2 HasilPenelitian yang Relevan	70
2.3 KerangkaAnalisis	82
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	85
3.1 Data danTeknikPengumpulan Data	85
3.2 Analisis Data	88
3.3 ValiditasdanRealibilitas	90
3.3.1 PengujianValiditasdanReliabilitasPenelitianKualitatif	91
3.3.1.1 UjiKredibilitas	91
3.3.1.2 Pengujian Transferability	95
3.3.1.3 Pengujian Dependability	95
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	97
4.1 AnalisisLingkunganBisnis	97
4.1.1 <i>The Five Forces Porter</i>	99
4.1.1.1 Ancamanpendatangbaru	104
4.1.1.2 Ancamanprodukpengganti	107
4.1.1.3 KekuatanTawarMenawarPembeli	108
4.1.1.4 KekuatanTawarMenawarPemasok	111
4.1.1.5 PersainganAntarPesaingdalamIndustri Travel Online	113

4.1.2 Hasil Analisis <i>Five Forces</i> Porter	116
4.2 <i>Key Success Factors</i>	118
4.3 Aspek Pemasaran	120
4.3.1 Segmentasi	120
4.3.2 Target Pasar	124
4.3.3 Posisi Perusahaan (Positioning)	128
4.3.4 Bauran Pemasaran (Marketing Mix / 4P)	131
4.3.5 Indikator Aspek Pemasaran	137
4.4 Aspek Operasional	138
4.4.1 Aspek Struktural	138
4.4.2 Aspek Fungsional	139
4.4.3 Aspek Lingkungan	144
4.5 Aspek Sumber Daya Manusia	146
4.5.1 Personel Inti	146
4.5.2 Rancangan Spesifikasi Pekerjaan dan Deskripsi Pekerjaan	147
4.5.3 Rancangan Struktur Organisasi	149
4.6 Aspek Keuangan	150
4.6.1 Rencana Pengeluaran	151
4.6.2 Proyeksi Sales Revenue	161
4.6.3 Proyeksi Margin	167
4.6.4 Analisa Kelayakan Investasi	168
4.7 Keputusan Investasi	170
4.8 <i>Action Plan</i>	171
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	174
5.1 Kesimpulan	174
5.2 Saran	177
DAFTAR REFERENSI	179
LAMPIRAN 1	187