

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL DALAM	i
HALAMAN PENGESAHAN TESIS.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN DEWAN PENGUJI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TESIS.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TESIS	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABLE.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	6
1.2.1 Pandemi Covid 19 di Indonesia Tahun 2020-2022.....	6
1.2.2 Okupansi Hotel Menurun Selama Pandemi Covid 19	7
1.2.3 Pasca Pandemi Covid 19 di Indonesia Tahun 2022	10
1.3 Rumusan Masalah	11
1.4 Tujuan Studi Penelitian Bisnis	13
1.5 Batasan Studi Penelitian Bisnis	13
1.6 Manfaat Studi Penelitian Bisnis.....	14
1.7 Sistematika Penulisan	16
1.7.1 Halaman Sampul	16
1.7.2 Halaman Pengesahan.....	17
1.7.3 Kata Pengantar	17
1.7.4 Daftar Isi:.....	17
1.7.5 BAB 1: PENDAHULUAN	18
1.7.6 BAB 2: TINJAUAN PUSTAKA.....	18
1.7.7 BAB 3: METODE PENELITIAN.....	18
1.7.8 BAB 4: HASIL DAN PEMBAHASAN.....	18

1.7.9	BAB 5: PENUTUP.....	19
1.7.10	Daftar Pustaka	19
1.7.11	Lampiran:	19
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA		
2.1	Landasan Teori.....	20
2.1.1	Strategi.....	22
2.1.2	Manajemen Strategi.....	23
2.1.3	Strategi Bisnis.....	24
2.1.4	Strategi Pemasaran	28
2.2	Evolusi Strategi Pemasaran.....	29
2.2.1	Strategi Pemasaran Industri 1.0	29
2.2.2	Strategi Pemasaran Industri 2.0	33
2.2.3	Strategi Pemasaran Industri 3.0	36
2.2.4	Strategi Pemasaran Industri 4.0	39
2.2.5	Strategi Pemasaran Industri 5.0.....	43
2.3	Bisnis Model	47
2.3.1	Perbedaan Strategi, Model dan Taktik Bisnis.....	49
2.3.2	Jenis – Jenis Model Bisnis.....	49
2.4	Manajemen Perhotelan.....	53
2.4.1	Struktur Organisasi Hotel	54
2.4.2	Sumber Pendapatan dan Pengeluaran Hotel.....	56
2.4.3	Chains Hotel	57
2.4.4	Independent Hotel.....	59
2.5	Bisnis Berkelanjutan	60
2.5.1	Analisa Ekonomi	60
2.5.2	PESTEL C Analisis	61
2.5.3	<i>Five Forces</i> Porter Analisis	63
2.5.4	STP Analisis	64
2.5.5	SWOT Analisis.....	65
2.5.6	Marketing Mix 7P Kotler	69
2.5.7	Bisnis Model Canva	71

2.5.8 Manajemen Agile	73
2.5.9 Transformasi Digital.....	79
2.5.10 Digital Marketing	82
2.5.11 Project Operation.....	87
2.5.12 Manajemen KPI.....	89
2.6 Kerangka Konseptual.....	92
2.7 Penelitian terdahulu	93

BAB 3 METODELOGI PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian.	99
3.1.1 Jenis Penelitian	100
3.1.2 Pendekatan Penelitian.....	101
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	102
3.2.1 Lokasi Penelitian	102
3.2.2 Waktu Penelitian.....	103
3.3 Sumber Data Penelitian.....	104
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	105
3.5 Protokoler Pengumpulan Data.....	106
3.5.1 Protokoler Observasi	106
3.5.2 Protokoler Wawancara.....	107
3.5.3 Protokoler Dokumentasi	108
3.6 Profil Narasumber.....	109
3.7 Teknik Analisa Data.....	110
3.8 Uji Validitas Data.....	111

BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	114
4.1.1 Profil Perusahaan.....	114
4.1.2 Identitas	119
4.1.3 Lingkup Bisnis.....	119
4.1.4 Visi dan Misi.....	119
4.1.5 Brand	119

4.1.6	Legalitas Perusahaan	121
4.1.7	Struktur Permodalan	121
4.2	Observasi dan Wawancara	121
4.2.1	Analisa data Observasi	121
4.2.2	Analisa Data Wawancara	130
4.2.3	Laporan Hasil Penelitian.....	162
4.3	Perumusan Strategi Bisnis	166
4.3.1	Value Proposition B2B	166
4.3.2	Analisis Eksternal PESTLE-C.....	168
4.3.3	Analisis Porter (Five Forces Analisis)	172
4.3.4	Analisis STP	177
4.3.5	Analisis 7P Marketing MIX.....	180
4.3.6	Analisis Bisnis Model Canva (BMC).....	184
4.4	Rencana Strategi Bisnis Berkelanjutan.....	187
4.4.1	Manajemen Agile.....	187
4.4.2	Stakeholder Mapping.....	188
4.4.3	Stakeholder Engagement.....	191
4.4.4	Digital Marketing Plan	193
	Target Market	196
	Market Strategi.....	199
	Budget	201
	Estimated Price.....	201
	Marketing Channels	202
	Marketing Technology	202
4.4.5	Marketing CRM	203
4.4.6	Email Marketing Software	203
4.4.7	Blogging Software.....	203
4.4.8	Social Media Management Software	203
4.4.9	Manajemen Operasional.....	203
4.4.10	Capital Bugeting.....	207

BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan	214
5.2 Saran	218
DAFTAR PUSTAKA	221
RIWAYAT HIDUP PENULIS	231
LAMPIRAN	

