

BAB I

DESKRIPSI BISNIS

A. Latar Belakang

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang menjadi program prioritas pemerintah dalam mendukung agenda Indonesia Emas 2045, yaitu sebagai sumber penghasil devisa terbesar negara dan sumber pendapatan daerah, tak hanya itu, sektor pariwisata juga memiliki peran penting sebagai penggerak ekonomi masyarakat yang dapat membangun daerah tersebut. Jawa Barat (Jabar) merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki keunggulan komparatif potensi wisata dan budaya yang sangat besar serta beraneka ragam, baik itu wisata alam, buatan, budaya, maupun ekonomi kreatif. Provinsi Jawa Barat terletak di bagian barat Pulau Jawa, terdiri dari 27 Kabupaten/ Kota dengan ibukota Kota Bandung sebagai pusat administrasi dan pemerintahan.

Berdasarkan data yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik (BPS) (2024), Provinsi Jawa Barat menempati posisi kedua dengan jumlah perjalanan wisatawan nusantara paling banyak dikunjungi setelah Jawa Timur yaitu sebanyak 139.117.269 orang. Berikut detail jumlah kunjungan wisatawan ke objek wisata yang ada di Provinsi Jawa Barat tahun 2023 :

TABEL 1
JUMLAH KUNJUNGAN
WISATAWAN KE KOTA/ KABUPATEN (ORANG)

Kota/ Kabupaten	Wisatawan Mancanegara	Wisatawan Nusantara	Jumlah
Bogor	138.731	6.180.677	6.319.408
Subang	10.615	5.943.337	5.953.952



TABEL 1
(lanjutan)

Kota/ Kabupaten	Wisatawan Mancanegara	Wisatawan Nusantara	Jumlah
Pangandaran	3.930	3.894.645	3.898.575
Garut	182	3.874.395	3.874.577
Bandung Barat	3.996	3.808.206	3.812.202

Sumber : Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat (2023)

Dapat dilihat dari Tabel 1 bahwa Kabupaten Bandung Barat masuk dalam urutan kelima dengan jumlah kunjungan wisatawan ke obyek wisata terbanyak dari total 28 kabupaten/ kota di Jawa Barat dan kunjungan terbesar perjalanan wisata ialah menuju Kecamatan Lembang. Kecamatan Lembang merupakan bagian kecamatan di Kabupaten Bandung Barat paling timur. Secara geografis Kabupaten Bandung Barat yang berjarak 22 kilometer dari pusat ibukota kabupaten termasuk dalam kawasan dataran tinggi yang memiliki potensi lahan subur dan wilayah strategis untuk berwisata.

Tak hanya itu, bahkan dari total semua objek wisata di Kabupaten Bandung Barat, Kecamatan Lembang menjadi kawasan favorit wisatawan untuk berkunjung, karena para pengelola objek wisata terus berupaya menyuguhkan inovasi produk wisatanya dengan berbagai pilihan macam wahana baru yang berhasil mendongrak promosi kawasan Lembang dan jumlah kunjungan wisatawan (Hilman Kamaludin, 2024). Fenomena ini didukung juga dengan adanya alternatif transportasi baru menuju kota Bandung yang diluncurkan oleh PT Kereta Cepat Indonesia China (KCIC) yaitu Kereta Cepat Jakarta – Bandung “Whoosh” dengan tujuan akhir Stasiun Padalarang dan Tegalluar sebagai *point of destination*. Integrasi transportasi tersebut tentunya mendorong mobilisasi manusia yang lebih cepat dan



praktis, termasuk juga pergerakan wisatawan yang hendak berwisata mengunjungi kawasan Bandung Raya, juga Kawasan Lembang melalui Stasiun Padalarang, Kabupaten Bandung Barat.

Namun berdasarkan fakta di lapangan dan hasil *pra-survey* yang telah dilakukan oleh penulis, dari banyaknya bisnis shuttle travel yang berkembang saat ini, para wisatawan termasuk juga penulis masih merasa kesulitan menemukan shuttle travel dengan rute perjalanan dari Kota Bandung maupun dari Stasiun Kereta Cepat Padalarang menuju objek wisata di Kawasan Lembang, begitu juga sebaliknya saat kembali dari objek wisata menuju Kota Bandung. Integrasi angkutan umum menjadi masalah utama yang dirasakan oleh penumpang Kereta Cepat saat ini, hal tersebut juga yang menjadi salah satu faktor penyebab tingkat okupansi PT KCIC hanya berkisar 60 – 70 persen saja dan belum dapat menembus target 30 ribu penumpang per hari hingga kini. Menurut Djoko Setijowarno, Ketua Bidang Advokasi dan Kemasyarakatan Masyarakat Transportasi Indonesia (MTI) mengungkapkan bahwa angkutan *feeder* atau pengumpan terintegrasi dengan Kereta Cepat Whoosh merupakan bagian yang sangat vital untuk menarik calon penumpang, diperlukan angkutan umum yang bagus, terawat baik, dan nyaman bagi calon penumpang yaitu masyarakat yang selama ini menggunakan kendaraan pribadi dalam melakukan perjalanan dari Jakarta ke Bandung atau sebaliknya (Kontan.co.id, 2024).

Melihat peluang tersebut, maka penulis bermaksud untuk membuat perencanaan bisnis “Shuttour Wisata Lembang” sebagai usaha jasa transportasi yang akan melayani penumpang dengan rute Stasiun Padalarang



- Lembang – Bandung dan sebaliknya untuk merasakan pengalaman berwisata menyenangkan #DimulaidariShuttour.

B. Gambaran Umum Bisnis

1. Deskripsi Bisnis

Shuttour Wisata Lembang merupakan usaha jasa sarana pariwisata yang melayani angkutan wisatawan dengan rute utama dari Stasiun Padalarang menuju Kawasan Lembang, serta layanan rute dari Kawasan Lembang menuju Kota Bandung dan sebaliknya. Selain melayani mobilitas wisatawan, fokus utama Shuttour Wisata Lembang juga memberikan pengalaman menggunakan transportasi yang memiliki akses informasi wisata dalam rute perjalanannya atau *audio guide tour* Kawasan Wisata Lembang sebagai destinasi primadona di Bandung Raya dengan konsep berwisata #DimulaidariShuttour. Selain itu para wisatawan akan memiliki keleluasan untuk memesan, membatalkan tiket, merubah jadwal, hingga mengakses informasi lokasi kendaraan secara *real time* melalui aplikasi Shuttour.

2. Deskripsi Logo dan Nama

GAMBAR 1 LOGO SHUTTOUR WISATA LEMBANG



Sumber : Data Olahan Penulis (2024)



Adapun makna dari logo di atas menggambarkan tulisan “Shuttour” yang adalah nama usaha jasa sarana pariwisata, merupakan gabungan 2 kata serapan bahasa Inggris yaitu “Shuttle” dan “Tour” yang berarti transportasi shuttle untuk berkeliling. Ditambah dengan tulisan Wisata – Lembang di bawahnya yang mengartikan shuttle ini dibuat untuk berwisata menuju Kawasan Lembang. Kemudian terdapat garis putus – putus yang menandakan marka perjalanan dengan 5 buah kelopak bunga di ujungnya. Bunga tersebut ialah ciri dari Bunga Krisan sebagai tanaman hias khas Kabupaten Bandung Barat yang menginspirasi penulis dalam membuat perencanaan bisnis ini agar nama “Shuttour” dapat abadi, harum, dan menyenangkan dalam melayani kebutuhan wisatawan di Bumi Pasundan. Seiring dengan pemilihan warna dalam logo tersebut, yaitu perpaduan merah dan kuning atau oranye, melambangkan keberanian, keharmonisan, dan kebahagiaan yang dapat dirasakan oleh seluruh pengguna jasa transportasi (Indrajati, *et al.*, 2023).

3. Identitas Bisnis

Nama Perusahaan	: PT. WISATA PASUNDAN TRANSPORT
Bidang Usaha	: Pariwisata
Jenis Usaha	: Jasa Transportasi Wisata
Alamat Kantor	: Jl. Raya Lembang, Kec. Lembang, Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat 40391
Alamat Email	: shuttour.lembang@gmail.com
Media Sosial	: @shuttour.lembang (Instagram dan TikTok)
Website	: www.shuttour/lembang.com



C. Visi dan Misi

Visi

Menjadi *shuttle travel* terpercaya memberikan pengalaman berwisata terbaik (#DimulaidariShuttour) di Bumi Pasundan.

Misi

1. Berkolaborasi dengan obyek wisata di Kawasan Lembang untuk menjangkau wisatawan dan memberikan pengalaman berwisata tak terlupakan #DimulaidariShuttour
2. Menyediakan layanan ilustrasi *audio guide* di setiap unit minibus Shuttour
3. Memberikan kemudahan akses informasi keberadaan kendaraan, pemesanan, pembatalan, dan perubahan jadwal melalui aplikasi Shuttour
4. Berkomitmen memberikan pelayanan hospitaliti yang optimal sebagai moda transportasi wisata
5. Memastikan unit kendaraan dalam keadaan bersih dan nyaman
6. Mengutamakan kebahagiaan dan kepuasan wisatawan sebagai tonggak utama bisnis.

D. Analisis SWOT

Dalam menjalankan bisnis, Shuttour menggunakan alat analisis SWOT untuk menggambarkan bagaimana peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal, serta kekuatan dan kelemahan dari produk jasa layanannya pada industry bisnis serupa. Adapun elemen yang diukur pada analisis SWOT mencakup strategi dalam menganalisis kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*).



TABEL 2
ANALISIS SWOT

SW	Strength	Weaknesses
<p>OT</p> <p>Opportunities</p> <ol style="list-style-type: none"> Potensi peningkatan jumlah wisnus maupun wisman yang berkunjung ke Lembang setiap tahunnya Memperkenalkan rute dan sistem operasional baru berupa <i>audio guide tour</i> Kolaborasi dengan berbagai usaha jasa pariwisata di Kawasan Lembang 	<p>SO Strategies</p> <ol style="list-style-type: none"> Optimalisasi pengembangan rute baru dan konsep berwisata baru #DimulaidariShuttour yaitu layanan <i>attraction to attraction</i> Pengembangan konten fitur <i>audio guide tour</i> secara maksimal disertai penambahan bahasa asing untuk menjangkau wisatawan mancanegara Memperkuat dan memperluas jejaring kemitraan untuk promosi pariwisata Lembang Memastikan akurasi dan keandalan informasi <i>real time</i> untuk kepuasan wisatawan 	<p>WO Strategies</p> <ol style="list-style-type: none"> Diversifikasi segmen pasar selain wisatawan dari luar kota yang ingin ke Lembang, seperti wisatawan lokal pelajar korporat, dan keluarga Buat promosi khusus <i>trial</i> layanan Shuttour untuk meningkatkan kepercayaan wisatawan Bermitra dengan perusahaan teknologi terpercaya untuk mengembangkan sistem manajemen operasional yang efisien dan andal bagi wisatawan Bekerja sama dengan objek wisata untuk meningkatkan pengalaman wisatawan melalui program AR atau VR dalam fitur <i>audio guide tour</i>



Threats	ST Strategies	WT Strategies
<ol style="list-style-type: none"> 1. Duplikasi rute dan produk dengan layanan transportasi lainnya 2. Perubahan regulasi pemerintah terkait transportasi dan pariwisata 3. Ketidakpastian ekonomi yang berpengaruh pada daya beli dan jumlah wisatawan 4. Isu keamanan dan keselamatan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memberikan pelayanan yang lebih personal dan eksklusif dibandingkan layanan transportasi lainnya 2. Fokus mempromosikan fitur <i>audio guide tour</i>, paket bundling, dan rute-rute strategis yang memiliki permintaan tinggi untuk menghadapi ketidakpastian ekonomi 3. Memanfaatkan <i>audio guide tour</i> sebagai alat edukasi regulasi lokal dan keselamatan 4. Integrasi aplikasi dengan fitur pelacakan, notifikasi <i>real time</i>, pelaporan keluhan, dan kondisi unit kendaraan yang digunakan untuk memastikan keamanan juga keselamatan wisatawan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya program poin dan diskon untuk wisatawan yang setia menggunakan layanan Shuttour 2. Memanfaatkan branding #DimulaidariShuttour untuk meningkatkan kesadaran dan menarik perhatian wisatawan 3. Perluasan kemitraan dengan pemerintah daerah untuk mendapat dukungan dan insentif menghadapi situasi ekonomi yang tidak pasti 4. Memastikan efisiensi operasional serta keamanan teknologi berjalan sesuai standar industri dan regulasi terbaru 5. Menerapkan protokol kesehatan dan prosedur keselamatan yang ketat pada seluruh armada Shuttour

Sumber : Data Olahan Penulis (2024)

E. Gambaran Umum Produk dan Jasa

Produk jasa layanan yang ditawarkan oleh Shuttour terbagi menjadi 5 produk utama yaitu :

1. Tiket Perorangan yaitu perjalanan dengan rute tetap sebagai berikut :
 - a. Stasiun Padalarang – Curug Pelangi – Jalan Cihanjuang (CIC) – Lembang Park & Zoo – Alun Alun Lembang – Hotel Augusta Lembang (Gunung Putri) – Lembah Dewata – Terminal Wisata Grafika Cikole – Orchid Forest – Gunung Tangkuban Perahu – Orchid



- Forest – Terminal Wisata Grafika Cikole – Lembah Dewata – Hotel Augusta Lembang (Gunung Putri) – Floating Market – Lembang Park & Zoo – Jalan Cihanjuang (CIC) – Curug Pelangi – Stasiun Padalarang
- b. Stasiun Padalarang – Curug Pelangi – Jalan Cihanjuang (CIC) – Lembang Park & Zoo – Alun Alun Lembang – The Landen – Kebun Begonia – Maribaya Natural Hot Spring – The Lodge Maribaya – Maribaya Natural Hot Spring – Kebun Begonia – The Landen – Floating Market – Lembang Park & Zoo – Jalan Cihanjuang (CIC) – Curug Pelangi – Stasiun Padalarang
- c. Daytrans Cihampelas – Paris Van Java – Farm House – Mini Mania – Alun Alun Lembang – Floating Market – Lembang Park & Zoo – Jalan Cihanjuang (CIC) – Curug Pelangi – Stasiun Padalarang – Curug Pelangi – Jalan Cihanjuang (CIC) – Lembang Park & Zoo – Alun-Alun Lembang – Floating Market - Mini Mania – Farm House – Daytrans Cihampelas

2. Layanan Carter Unit Minibus Shuttour

Carter adalah layanan sewa kendaraan untuk digunakan oleh satu rombongan wisatawan dengan kapasitas maksimum 16 orang, tetapi tidak lepas kunci atau didampingi oleh pengemudi Shuttour. Layanan carter dapat digunakan untuk perjalanan rute yang telah ditetapkan oleh Shuttour dengan cara memesannya sejak satu minggu sebelum keberangkatan.

3. *Audio Guide Tour* parwisata Lembang dan Bandung dalam setiap unit mobil yang berisikan video perjalanan wisata selama mengikuti rute tetap Shuttour



4. Aplikasi Terintegrasi Shuttour yang dapat diakses untuk reservasi tiket, perubahan jadwal, pembatalan tiket, serta pemantauan lokasi unit kendaraan Shuttour secara *real time*

F. Jenis/ Badan Usaha

Jenis badan hukum Shuttour ialah Perseroan Perorangan (PT Perorangan) yang hanya didirikan oleh 1 (satu) orang saja yang cakap hukum tanpa minimal besaran modal tertentu dan memenuhi kriteria usaha mikro atau usaha kecil (UMK). Di mana Shuttour masuk ke dalam kriteria usaha kecil yaitu :

1. Memiliki modal usaha lebih dari Rp 1.000.000.000 (satu miliar rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 5.000.000.000 (lima miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau
2. Usaha yang memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 2.000.000.000 (dua miliar rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 15.000.000.000 (lima belas miliar rupiah).

Adapun keunggulan dari Perseroan Perorangan ialah pendirian yang sangat mudah tanpa akta notaris, tanggung jawab keuangan terdapat pemisahan antara harta pribadi dan perseroan, pelaku usaha juga bertindak menjadi direktur sekaligus pemegang saham, biaya ringan PNBPN, dan status badan hukumnya juga dapat langsung diperoleh setelah mendaftarkan pendirian secara *online* melalui *website* (Kemenkumham, 2022).



G. Aspek Legalitas

Menurut PP No. 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, beberapa persyaratan dokumen yang harus dipersiapkan sebelum mendaftar PT Perorangan antara lain KTP Warga Negara Indonesia, NPWP Pribadi, dan alamat email yang valid. Disusul langkah efektif selanjutnya ialah dengan masuk ke halaman resmi *website* www.ahu.go.id dan memilih jenis badan usaha Perseroan Perorangan lalu dilanjutkan tahap berikut :

GAMBAR 2

PROSEDUR PENDIRIAN PT PERORANGAN

