

**PERENCANAAN BISNIS TOUR OPERATOR
BERBASIS BUDAYA LOKAL DI JAWA BARAT
“PASUNDAN JOURNEYS”**

PROYEK AHKIR

Diajukan sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan
Program Diploma IV
Program Studi Usaha Perjalanan Wisata
Politeknik Pariwisata NHI Bandung



Disusun Oleh:
YOHANES VITO ADI KELVIANTO
2021307023

**PROGRAM STUDI USAHA PERJALANAN WISATA
JURUSAN PERJALANAN
POLTEKPAR NHI BANDUNG
2025**

LEMBAR PENGESAHAN

PERENCANAAN BISNIS TOUR OPERATOR BERBASIS BUDAYA LOKAL DI JAWA BARAT "PASUNDAN JOURNEYS"

NAMA : YOHANES VITO ADI KELVIANTO
NIM : 2021307023
JURUSAN : PERJALANAN
PROGRAM STUDI : USAHA PERJALANAN WISATA

Pembimbing Utama,



Syaeful Muslim S.Pd., MM.

NIP. 19721019 200502 1 001

Pembimbing Pendamping,



Faisal Fahdian Puksi S.Hum., M.Sc., M.Hum., CHE

NIP. 19850419 200912 1 002

Bandung, 17 Juni 2025

Mengetahui,

Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerjasama,



Ni Gusti Made Kerti Utami, BA., MM.Par., CHE.

NIP. 19710316 199603 2 001

LEMBAR PENGESAHAN

PERENCANAAN BISNIS TOUR OPERATOR BERBASIS BUDAYA LOKAL DI JAWA BARAT "PASUNDAN JOURNEYS"

NAMA : Yohanes Vito Adi Kelvianto
NIM : 2021307023
PROGRAM STUDI : Usaha Perjalanan Wisata

Pembimbing Utama,



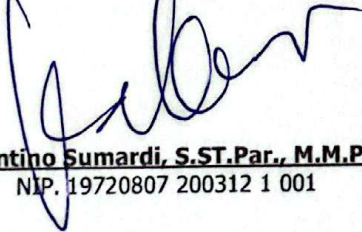
Syaeful Muslim, S.Pd., M.M.
NIP. 19721019 200502 1 001

Pembimbing Pendamping,



Faisal Fahdian Puksi, M.Hum., M.Sc., CHE
NIP. 19850419 200912 1 002

Penguji I,



Valentino Sumardi, S.ST.Par., M.M.Par
NIP. 19720807 200312 1 001

Penguji II,

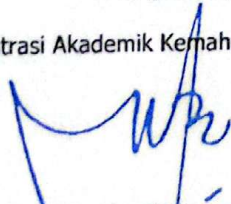


R. Anggi P Supriadi, MM.Par
NIP. 19860201 202421 1 002

Bandung, 4 Agustus 2025

Mengetahui,

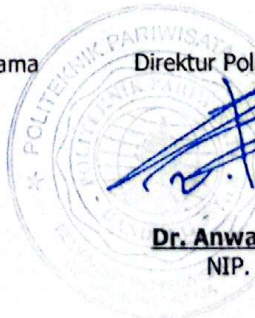
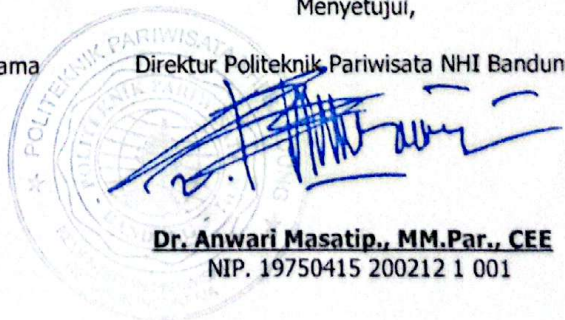
Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerja Sama



Ni Gusti Made Kerti Utami, BA., MM.Par., CHE
NIP. 19710316 199603 2 001

Menyetujui,

Direktur Politeknik Pariwisata NHI Bandung



Dr. Anwari Masatip., MM.Par., CEE
NIP. 19750415 200212 1 001

MOTTO

“Sebab seperti tubuh tanpa roh adalah mati, demikian jugalah iman tanpa perbuatan-perbuatan adalah mati.”

Yakobus 2:26

PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : YOHANES VITO ADI KELVIANTO
Tempat/Tanggal Lahir : SALATIGA, 09 MEI 2003
NIM : 2021307023
Program Studi : USAHA PERJALANAN WISATA
Jurusan : PERJALANAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir/Proyek Akhir yang berjudul:
PERENCANAAN BISNIS TOUR OPERATOR BERBASIS BUDAYA LOKAL DI JAWA BARAT "PASUNDAN JOURNEYS"
ini adalah merupakan hasil karya dan hasil penelitian saya sendiri, bukan merupakan hasil penjiplakan, pengutipan, penyusunan oleh orang atau pihak lain atau cara-cara lain yang tidak sesuai dengan ketentuan akademik yang berlaku di Politeknik Pariwisata NHI Bandung dan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan kecuali arahan dari Tim Pembimbing.
2. Dalam Tugas Akhir/Proyek Akhir ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang atau pihak lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan sumber, nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Surat Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, apabila dalam naskah Tugas Akhir/Proyek Akhir ini ditemukan adanya pelanggaran atas apa yang saya nyatakan di atas, atau pelanggaran atas etika keilmuan, dan/atau ada klaim terhadap keaslian naskah ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini dan sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Politeknik Pariwisata NHI Bandung ini serta peraturan-peraturan terkait lainnya.
4. Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, 19 Juni 2025



Yohanes Vito Adi Kelvianto

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Proyek Akhir ini dengan judul “ Perencanaan Bisnis Tour Operator Berbasis Budaya Lokal Di Jawa Barat (Pasundan Journeys)” sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program Diploma IV pada Program Studi Usaha Perjalanan Wisata, Jurusan Perjalanan, Politeknik Pariwisata NHI Bandung. Penulis mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada seluruh pihak yang telah membantu penulis menyelesaikan Proyek Akhir ini, di antaranya:

1. Bapak Dr. Anwari Masatip, S.Sos., MM.Par., CEE, selaku Direktur Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
2. Ibu Ni Gusti Made Kerti Utami, B.A., MM.Par., CHE, selaku Kepala Bagian Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerjasama Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
3. Bapak Marsianus Raga, S.ST.Par., MM.Par., CE, selaku Ketua Jurusan Perjalanan Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
4. Bapak Syaeful Muslim S.Pd., MM. selaku pembimbing utama.
5. Bapak Faisal Fahdian Puksi, M.Hum., M.Sc., CHE, selaku pembimbing pendamping sekaligus Ketua Program Studi Usaha Perjalanan Wisata.
6. Seluruh dosen, tenaga pengajar, dan staff pendidikan di *civitas academica* Politeknik Pariwisata NHI Bandung, yang selalu menemani, memberikan semangat dan dukungan moral kepada penulis.

7. Ibu Indriani Handyastuti, S.I.Kom.,M.Sc., CHE. (kepala unit Enhaiipreneur Center) selaku narasumber untuk validasi ide bisnis.
8. Bapak Hendri (*owner* Magnus Wisata) selaku selaku narasumber untuk validasi ide bisnis.
9. Kedua orang tua penulis, atas doa, dukungan moral, dan semangat yang tiada henti dalam setiap langkah.
10. Ibu Siti Jubaedah, saudara Joshua Kaori Kuswoyo, saudara Esrendi Setiawan, saudara Kevin Irfan Wahyu Erlangga, saudara Sayyid Haikal Kamilin, dan teman-teman di Kang Jalan (UPW 8B), yang selalu yang selalu menemani, memberikan semangat dan dukungan moral kepada penulis dalam proses penyusunan tugas akhir business plan.

Penulis menyadari bahwa penulisan Proyek Akhir ini masih terdapat kekurangan baik dari bahasa dan tata cara penulisan, sehingga kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi penyempurnaan di masa mendatang.

Sekian yang dapat penulis sampaikan, semoga Proyek Akhir ini dapat berguna bagi pembacanya. Atas perhatiannya, Terima kasih.

Bandung, 18 Juni 2025

Penulis

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| LEMBAR PENGESAHAN..... | i |
| MOTTO..... | iii |
| PERNYATAAN MAHASISWA..... | iv |
| KATA PENGANTAR..... | v |
| DAFTAR ISI..... | vii |
| DAFTAR TABEL..... | ix |
| DAFTAR GAMBAR..... | xi |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xiii |
| EXECUTIVE SUMMARY..... | xiv |
| BAB I DESKRIPSI BISNIS..... | 1 |
| A. Latar Belakang..... | 1 |
| B. Gambaran Umum Bisnis..... | 10 |
| C. Visi dan Misi..... | 12 |
| D. SWOT Analysis..... | 13 |
| E. Gambaran Umum Produk dan Jasa..... | 20 |
| F. Jenis/Badan Usaha..... | 21 |
| G. Aspek Legalitas..... | 22 |
| BAB II RENCANA PRODUK/JASA..... | 25 |
| A. Daftar Dan Deskripsi Produk..... | 25 |
| B. Analisa Keunggulan Produk/Jasa..... | 33 |
| C. Penyajian dan Kemasan Produk/Jasa..... | 33 |
| D. Analisa Resources..... | 35 |
| E. Analisa Proses Produk/ Jasa..... | 36 |
| F. Inventory System..... | 37 |
| G. Supply Chain..... | 38 |
| BAB III RENCANA PEMASARAN..... | 40 |
| A. Riset Pasar..... | 40 |
| B. Analisa Produk – Market Fit..... | 50 |
| C. Analisa Kompetitor..... | 53 |
| D. Program Pemasaran..... | 53 |
| E. Media Pemasaran..... | 56 |
| F. Proyeksi Penjualan..... | 58 |
| BAB IV ASPEK SDM DAN OPERASIONAL..... | 60 |
| A. Identitas Owners/Founder..... | 60 |
| B. Struktur Organisasi..... | 60 |

| | |
|---|------------|
| C. Job Analysis dan Job Description..... | 61 |
| D. Manning Budget/ Anggaran Tenaga Kerja..... | 68 |
| E. Recruitment & Hiring Procedure..... | 69 |
| F. Service Scape (Layout, Flow, SOP)..... | 72 |
| G. Action Plan..... | 83 |
| BAB V ASPEK KEUANGAN..... | 85 |
| A. Metode Pencatatan Akuntansi..... | 85 |
| B. Capital Expenditure (Identifikasi Initial Investment)..... | 85 |
| C. Time Value of Money (Nilai Waktu Uang)..... | 91 |
| D. Pendanaan Investasi..... | 92 |
| E. Penentuan Titik Impas dan Laba yang Diharapkan..... | 93 |
| F. Identifikasi Cash Inflow & Outflow..... | 100 |
| G. Metode Penilaian Investasi..... | 103 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 108 |
| LAMPIRAN..... | 112 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|-----|
| TABEL 1 JUMLAH POTENSI OBYEK DAYA TARIK WISATA (ODTW) BERDASARKAN JENISNYA DI JAWA BARAT TAHUN 2023..... | 3 |
| TABEL 2 ANALISIS SWOT PASUNDAN JOURNEYS..... | 13 |
| TABEL 3 INVENTORY SYSTEM PASUNDAN JOURNEYS..... | 39 |
| TABEL 4 TAM SAM SOM PASUNDAN JOURNEYS..... | 49 |
| TABEL 5 ANALISIS KOMPETITOR..... | 53 |
| TABEL 6 PROYEKSI PENJUALAN PASANDAN JOURNEYS PER BULAN DI TAHUN 1..... | 58 |
| TABEL 7 PROYEKSI PENJUALAN PASUNDAN JOURNEYS PER TAHUN..... | 59 |
| TABEL 8 ANGGARAN TENAGA KERJA..... | 68 |
| TABEL 9 ACTION PLAN PASUNDAN JOURNEYS TAHUN 0..... | 83 |
| TABEL 10 GROWTH STRATEGY PASUNDAN JOURNEYS..... | 84 |
| TABEL 11 TANGIBLE INVESMENT..... | 86 |
| TABEL 12 INTANGIBLE INVESTMENT PASUNDAN JOURNEYS..... | 89 |
| TABEL 13 WORKING CAPITAL PASUNDAN PASUNDAN JOURNEYS..... | 90 |
| TABEL 14 TOTAL INVESMENT PASUNDAN JOURNEYS..... | 91 |
| TABEL 15 SUMBER PENDANAAN INVESTASI PASUNDAN JOURNEYS..... | 92 |
| TABEL 16 LOAN INSTALMENT PASUNDAN JOURNEYS..... | 93 |
| TABEL 17 CAT THE UNIQUENESS BATIK OF SUKABUMI..... | 94 |
| TABEL 18 CAT CITA RASA LOKAL: FROM CIHAPIT TO CIRENDEU..... | 95 |
| TABEL 19..... | 96 |
| EXPLORE VILLAGES: CIRENDEU TO CIBURIAL CULTURAL TRIP..... | 96 |
| TABEL 20 OPERATING COST PASUNDAN JOURNEYS..... | 97 |
| TABEL 21 BREAK EVEN POINT TAHUN PERTAMA PASUNDAN JOURNEYS..... | 98 |
| TABEL 22 BREAK EVEN POINT TAHUN KEDUA PASUNDAN JOURNEYS.. | 98 |
| TABEL 23 BREAK EVEN POINT TAHUN KETIGA PASUNDAN JOURNEYS. | 99 |
| TABEL 24 BREAK EVEN POINT TAHUN KEEMPAT PASUNDAN JOURNEYS..... | 99 |
| TABEL 25 BREAK EVEN POINT TAHUN KELIMA PASUNDAN JOURNEYS | 100 |
| TABEL 26 TINGKAT PERTUMBUHAN EKONOMI DAN INFLASI DI INDONESIA..... | 101 |
| TABEL 27 INCOME STATEMENT PASUNDAN JOURNEYS..... | 102 |
| TABEL 28 ACCUMULATED CASH FLOW PASUNDAN JOURNEYS DENGAN SUKU BUNGA 12%..... | 103 |
| TABEL 29 NET PRESENT VALUE DARI CASH FLOW PASUNDAN | |

| | |
|---|-----|
| JOURNEYS DENGAN SUKU BUNGA 12%..... | 104 |
| TABEL 30 INTERNAL RATE OF RETURN PASUNDAN JOURNEYS..... | 105 |
| TABEL 31 DISCOUNTED PAYBACK PERIOD PASUNDAN JOURNEYS... | 106 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| GAMBAR 1 TREN PARIWISATA YANG AKAN TERJADI DI INDONESIA PADA TAHUN 2024-2025..... | 2 |
| GAMBAR 2 GRAFIK JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN DOMESTIK DI JAWA BARAT PERIODE 2020-2024..... | 4 |
| GAMBAR 3 GRAFIK JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN MANCANEGARA DI JAWA BARAT PERIODE 2019-2024..... | 5 |
| GAMBAR 4 TREN BERKAIN..... | 6 |
| GAMBAR 5 JUMLAH PENGGUNA INTERNET DAN SOSIAL MEDIA DI INDONESIA..... | 7 |
| GAMBAR 6 HAL YANG DIRASAKAN KURANG OLEH WISATAWAN YANG PERNAH MENGIKUTI PAKET WISATA BUDAYA..... | 8 |
| GAMBAR 7 HARAPAN RESPONDEN WISATAWAN KETIKA MENGIKUTI PERJALANAN WISATA BUDAYA..... | 9 |
| GAMBAR 8 LOGO PASUNDAN JOURNEYS..... | 10 |
| GAMBAR 9 PROSEDUR PENDIRIAN PERSEROAN PERORANGAN/ PT PERORANGAN..... | 23 |
| GAMBAR 10 KONSEP GAYA FOTO & MOCKUP TRAVEL MAGAZINE..... | 30 |
| GAMBAR 11 KONSEP VIDEO CINEMATIC SEPERTI FILM DENGAN FORMAT SOSIAL MEDIA..... | 30 |
| GAMBAR 12 ILUSTRASI DARI STYLING KASUNDAAN..... | 32 |
| GAMBAR 13 ILUSTRASI NGALIWET EXPERIENCE..... | 33 |
| GAMBAR 14 FLYER PRODUK THE UNIQUENESS BATIK OF SUKABUMI.. | 35 |
| GAMBAR 15 FLYER PRODUK CITA RASA LOKAL: DARI CIHAPIT KE CIRENDEU..... | 35 |
| GAMBAR 16 FLYER PRODUK EXPLORE VILLAGES: CIRENDEU TO SAUNG CIBURIAL TRIP..... | 36 |
| GAMBAR 17 PROSES PRODUK/ JASA PASUNDAN JOURNEYS..... | 38 |
| GAMBAR 18 FREKUENSI KUNJUNGAN WISATAWAN KE JAWA BARAT | 41 |
| GAMBAR 19 DAERAH TUJUAN WISATAWAN BERWISATA DI JAWA BARAT..... | 42 |
| GAMBAR 20 MINAT RESPONDEN BERDASARKAN JENIS WISATA SAAT BERKUNJUNG KE JAWA BARAT..... | 42 |
| GAMBAR 21 WISATA BUDAYA YANG PERNAH DIKUTI RESPONDEN.. | 43 |
| GAMBAR 22 TIGA TERATAS FITUR UNIK MENURUT OPINI RESPONDEN | 44 |
| GAMBAR 23 DAERAH ASAL WISATAWAN..... | 45 |
| GAMBAR 24 USIA WISATAWAN..... | 46 |
| GAMBAR 25 PEKERJAAN WISATAWAN..... | 46 |

| | |
|---|----|
| GAMBAR 26 HAL YANG SERING DILAKUKAN RESPONDEN WISATAWAN SAAT MENGUNJUNGI DESTINASI WISATA..... | 47 |
| GAMBAR 27 RESPONDEN WISATA DALAM MEMBAGIKAN PENGALAMAN WISATA MELALUI MEDIA SOSIAL..... | 47 |
| GAMBAR 28 MINAT RESPONDEN WISATAWAN TERHADAP PAKET WISATA BUDAYA..... | 48 |
| GAMBAR 29 PERTIMBANGAN RESPONDEN WISATAWAN DALAM MEMILIH PAKET WISATA..... | 48 |
| GAMBAR 30 HAL YANG DIRASAKAN KURANG OLEH WISATAWAN YANG PERNAH MENGIKUTI WISATA BUDAYA..... | 50 |
| GAMBAR 31 HARAPAN RESPONDEN WISATAWAN KETIKA MENGIKUTI PERJALANAN WISATA BUDAYA..... | 51 |
| GAMBAR 32 VALUE PROPOSITION CANVAS..... | 51 |
| GAMBAR 33 PERSENTASE TERJAWABNYA MASALAH WISATAWAN DENGAN PRODUK PASUNDAN JOURNEYS..... | 52 |
| GAMBAR 34 MINAT RESPONDEN TERHADAP PRODUK PASUNDAN JOURNEYS..... | 52 |
| GAMBAR 35 WILLINGNESS TO PAY (WTP) UNTUK PRODUK PASUNDAN JOURNEYS..... | 54 |
| GAMBAR 36 ALASAN UTAMA ORANG DI INDONESIA MENGGUNAKAN INTERNET..... | 56 |
| GAMBAR 37 PLATFORM MEDIA SOSIAL YANG BANYAK DIGUNAKAN OLEH MASYARAKAT INDONESIA DI INDONESIA..... | 57 |
| GAMBAR 38 STRUKTUR ORGANISASI PASUNDAN JOURNEYS..... | 60 |
| GAMBAR 39 RECRUITMENT & HIRING PROCEDURE..... | 69 |
| GAMBAR 40 TAMPAK DEPAN KANTOR PASUNDAN JOURNEYS..... | 73 |
| GAMBAR 41 DESAIN LAYOUT DAN INTERIOR KANTOR PASUNDAN JOURNEYS..... | 74 |
| GAMBAR 42 CUSTOMER JOURNEY MAP PASUNDAN JOURNEYS..... | 76 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---|-----|
| HASIL TURNITIN..... | 112 |
| <i>MARKET VALIDATION</i> DENGAN PARA AHLI..... | 113 |
| PRESENSI BIMBINGAN SEBELUM PELAKSANAAN SEMINAR USULAN PENELITIAN VIA SIAKAD..... | 115 |
| PRESENSI BIMBINGAN SETELAH PELAKSANAAN SEMINAR USULAN PENELITIAN VIA SIAKAD..... | 115 |
| VALUE PROPOSITION CANVAS..... | 116 |
| BUSINESS MODEL CANVAS..... | 117 |
| BIODATA PENULIS..... | 118 |

EXECUTIVE SUMMARY

Nama Perusahaan : Pasundan Journeys
Tempat: : Komplek Pinus Regency, Cluster View Garden IV
No. 12, Jl. Soekarno-Hatta, Kel. Babakan Penghulu,
Kec. Cinambo, Kota Bandung 40294, Jawa Barat
Logo Perusahaan :



Pasundan Journeys merupakan tour operator yang mengkhususkan diri dalam wisata minat khusus berbasis budaya lokal di wilayah Jawa Barat. Kami menghadirkan pengalaman wisata yang autentik dan berkesan melalui rangkaian aktivitas interaktif dan edukatif yang dirancang untuk memperkenalkan kekayaan budaya lokal di Jawa Barat. Dalam setiap perjalanannya, Pasundan Journeys menawarkan tur ke berbagai destinasi budaya di Jawa Barat. Yang dibalut dengan fitur fitur unik dalam aktivitas turnya yaitu dokumentasi perjalanan yang estetik dan semantik berbusana dengan berkain tradisional Sunda selama aktivitas berlangsung, serta menikmati makan siang bersama dalam suasana "ngaliwet" sebagai nilai tambah dalam rangkaian tur.

Rencana pemasaran dilakukan secara digital melalui media sosial dan platform online seperti Instagram, TikTok, Website dan Traveloka Xperience, dengan konten visual sebagai daya tarik utama. Segmentasi pasar perusahaan

berfokus pada wisatawan domestik berusia 26-46 tahun. yang menyukai pencari pengalaman budaya, unik, kuliner lokal, suka berfoto-foto saat berwisata. Dengan dukungan data primer (hasil survei pasar dan validasi dari para ahli) dan Data sekunder (tren atau fenomena yang sedang terjadi) Pasundan Journeys menekankan diferensiasi produk perjalanan wisata budaya yang dibalut fitur-fitur unik yaitu layanan dokumentasi perjalanan yang dikemas dengan visual gaya estetik dan sinematik, pengalaman berkain tradisional selama tur, dan program makan siang dengan konsep ngaliwet sebagai nilai tambah pada setiap tur. Secara keuangan, bisnis ini dirancang dengan investasi awal yang berasal dari kombinasi modal pribadi (60%) dan pinjaman bank (40%).

Secara keseluruhan, Pasundan Journeys hadir bukan hanya sebagai bisnis wisata, melainkan juga sebagai medium pelestarian budaya Sunda yang dikemas melalui pengalaman yang berkesan dan bermakna.

DAFTAR PUSTAKA

A. Daftar pustaka Internet

Ananda Priatna, H. (2022, July 13). Mengenal Budaya Jawa barat Dimulai dari Rumah Adat hingga Kesenianya. Vocasia. <https://vocasia.id/blog/budaya-jawa-barat/>

Badan Pusat Statistika. (2025, February 5). *Ekonomi Indonesia Tahun 2024 Tumbuh 5,03 Persen (C-to-C). Ekonomi Indonesia Triwulan IV-2024 Tumbuh 5,02 Persen (Y-on-Y). Ekonomi Indonesia Triwulan IV-2024 Tumbuh 0,53 Persen (Q-to-Q)*. <https://www.bps.go.id/id/pressrelease/2025/02/05/2408/ekonomi-indonesia-tahun-2024-tumbuh-5-03-persen--c-to-c---ekonomi-indonesia-triwulan-iv-2024-tumbuh-5-02-persen--y-on-y---ekonomi-indonesia-triwulan-iv-2024-tumbuh-0-53-persen--q-to-q--.html>

Dimock, M. (2019, January 17). *Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins*. Pew Research Center. <https://www.pewresearch.org/short-reads/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/>

Firman, Nurhidayah, P., & Jauhari Pratama, R. (2023, December 20). *Mengenal Daya Tarik Wisata di Jawa Barat*. Jabar Digital Service. <https://arcgis.jabarprov.go.id/portal/apps/storymaps/stories/fb87c166a3304f75a1459898b86fa2dd>

Ghina Aliyah Fatin Desira. (2024, October 2). *Pariwisata Bandung yang Lagi Loyo*. Detik Jabar. https://www.detik.com/jabar/wisata/d-7566734/pariwisata-bandung-yang-lagi-loyo#google_vignette

- Inflasi Indonesia 10 Tahun.* (2025, February 17). Bolasalju.
<https://www.bolasalju.com/artikel/inflasi-indonesia-10-tahun/>
- Kemenparekraf. (2024). *Outlook Pariwisata dan Ekonomi Kreatif 2024/2025.*
- Komite Standar Akuntansi Pemerintah.* (2025).
<https://www.ksap.org/sap/standar-akuntansi-pemerintahan/>
- Kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) pada Desember 2024 mencapai 1,24 juta kunjungan, naik 8,72 persen year-on-year (y-o-y).* (2025, February 3). Badan Pusat Statistik.
<https://www.bps.go.id/id/pressrelease/2025/02/03/2407/kunjungan-wisatawan-mancanegara--wisman--pada-desember-2024-mencapai-1-24-juta-kunjungan--naik-8-72-persen-year-on-year--y-o-y--.html>
- Laila. (2021). *Wisata Budaya Indonesia: Jenis dan Rekomendasi untuk Liburan!* – Gramedia Literasi. Gramedia.
https://www.gramedia.com/literasi/wisata-budaya-indonesia/?srsId=AfmBOop76_YZ6YfeCo72bXsa31eZdb5-ipyHSU-0kh13RP_keR6KiT4n
- Open Data Jabar. (2024, June). *Jumlah Potensi Obyek Daya Tarik Wisata (ODTW) Berdasarkan Jenis dan Kabupaten/Kota di Jawa Barat.*
 Open Data Jabar.
<https://opendata.jabarprov.go.id/id/dataset/jumlah-potensi-obyek-daya-tarik-wisata-odtw-berdasarkan-jenis-dan-kabupatenkota-di-jawa-barat>
- STATISTIK WISATAWAN NUSANTARA 2024.* (2025).
<https://web-api.bps.go.id/download.php?f=Pj+0+3LiIT/9UKC95QzN2orQjVnbUptUjNTZCtnRmlsUDNqbTk4THJkR1pGTjdsTnpKVEhETEZOR0IzQVBLQlpuSGFoZ3dneFIXUk1DZVMYOVc4cGgvbU9PSXcxbFlybHFyZFY2K2N0ZWJTOEUzMVZ6czNqN3Y4cFpYaWQ0d29zK1p4TDFYUkdiTW15VG9jWlpFQWdNZG5VQWZ3UINnZlIFQl>

BaYW5OSDJCN2JKWmZKN050VVVtNDRFYXVLckRqR291ZFF
hc1RFS1dYRVNkM3ArYnYvejdrTWNWTEFKMjFhdWZ2cWlvMld
xeHZ2Tm14ZDRPaTkwnkRYSGQzVnJaRGo3OExsZm54bW5wcV
phQkc=&_gl=1*cpllwz*_ga*MjYwMTM0NjUyLjE3NDQzNDI4OD
I.*_ga_XXTTVXWHDB*cze3NTAyNTk0ODkkbzI3JGcxJHQxNzU
wMjU5NjA4JGo2MCRsMCRoMA..

We Are Social Indonesia. (2025). *SPECIAL REPORT DIGITAL 2025* . We Are Social. <https://wearesocial.com/id/blog/2025/02/digital-2025/>

Yuwono, S. (2024, August 20). *Gerakan Berkain, Selaraskan Warisan Budaya dengan Tren Fashion, Bangga dengan Gaya*. <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2024/08/20/gerakan-berkain-menyelaraskan-warisan-budaya-dengan-tren-fashion-bangga-dengan-gaya>

B. Daftar Pustaka Journal

- Harianja, R., Rahmanda Putra, R., Nurul, A., Mustofa, A., Pratami, M., Syahputra, A., Tri, S., & Wira Utama, E. (2022). PERILAKU BERWISATA WISATAWAN NUSANTARA PASCA PANDEMI COVID-19. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Agama Dan Budaya*, 37. <http://ojs.uhnsugriwa.ac.id/index.php/parbud>
- Prasodjo, T. (2017). Pengembangan Pariwisata Budaya dalam Perspektif Pelayanan Publik. *Jurnal Office*, 3(1).
- Wahyudi, A., Ferdian, F. I., Abdullah S, M. H., Kusdiana, S., & Melinia, F. A. (2025). Warna Dalam Dokumentasi Travel: Pengaruhnya Terhadap Persepsi dan Memori Wisatawan. 2, 49–53. <https://doi.org/10.61722/jaem.v2i1.3937>

C. Peraturan Perundang-undangan

Peraturan Presiden Republik Indonesia No.84 Tahun 2021 Tentang Rencana Induk Destinasi Pariwisata Nasional Lombok - Gili Tramena Tahun 2020 - 2044.

Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 8 Tahun 2021 tentang Modal Dasar Perseroan Serta Pendaftaran Pendirian, Perubahan, dan Pembubaran Perseroan yang Memenuhi Kriteria Untuk Usaha Mikro dan Kecil.