

PERENCANAAN BISNIS “OPERATOUR” DI BANDUNG

PROYEK AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan
Program Diploma IV
Program Studi Manajemen Pengaturan Perjalanan
Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung



Disusun Oleh :

KELLY

201721906

**JURUSAN PERJALANAN
PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENGATURAN
PERJALANAN**

SEKOLAH TINGGI PARIWISATA BANDUNG

2021

LEMBAR PENGESAHAN (Untuk maju sidang)

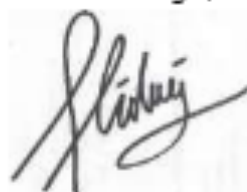
JUDUL SKRIPSI/PROYEK AKHIR/TUGAS AKHIR

Perencanaan Bisnis "Operatour" di Bandung

.....

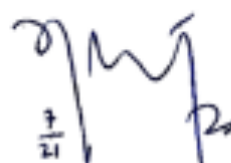
NAMA : Kelly
NIM : 201721906
PROGRAM STUDI : Perjalanan
JURUSAN : Manajemen Pengaturan Perjalanan

Pembimbing I,



Indriyani Handvastuti, M.Sc., CHE.
NIP: 19800121 200502 2 001

Pembimbing II,



Dra. Cucu Kurniati, MM.Par., CHE
NIP: 19660317 199303 2 001

Bandung, 1 Juli 2021

Mengetahui,
Kabag. Administrasi Akademik dan
Kemahasiswaan,

Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc
NIP.19710506 199803 1 001

PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Kelly
Tempat/Tanggal Lahir : Medan/11 November 1998
NIM : 201721906
Program Studi : Manajemen Pengaturan Perjalanan
Jurusan : Perjalanan

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir/Proyek Akhir/Skripsi yang berjudul:

PERENCANAAN BISNIS OPERATOUR DI BANDUNG

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 STP Bandung dan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan kecuali arahan dari Tim Pembimbing.

2. Dalam Tugas Akhir/Proyek Akhir/Skripsi 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/Skripsi 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 Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung ini serta peraturan-peraturan terkait lainnya.
4. Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, 4 Juli 2021

Yang membuat pernyataan,


The image shows a green revenue stamp (Meterai Tempel) with the value of 6000 Rupiah. The stamp includes the text 'METERAI TEMPEL', '7020FAFF306189920', and '6000 ENAM RIBU RUPIAH'. A handwritten signature 'Kelly' is written over the stamp.

NIM : 201721906

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan penyertaan Nya kepada penulis untuk dapat menyelesaikan Proyek Akhir, yang berjudul : **”PERENCANAAN BISNIS OPERATOUR DI BANDUNG”** tujuan dibuatnya penulisan Proyek Akhir ini yaitu sebagai salah satu syarat yang harus dipenuhi untuk menyelesaikan studi pada Program Diploma IV, Jurusan Perjalanan, Program Studi Manajemen Pengaturan Perjalanan di Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.

Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terimakasih atas dukungan, bantuan serta doa, baik secara langsung maupun tidak langsung dalam proses penyusunan Proyek Akhir ini kepada:

1. Bapak Faisal, MM. Par., CHE selaku Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.
2. Ibu Endang Komesty Sinaga, MM.Par., CHE , CHRMP selaku Ketua Jurusan Perjalanan Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.
3. Bapak Wisnu Prahardianto, SE., M.Sc., selaku Ketua Program Studi Manajemen Pengaturan Perjalanan Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.
4. Indriyani Handyastuti, M.Sc.,CHE., selaku pembimbing I yang telah memberikan masukan, dukungan, bimbingan serta motivasi kepada penulis.
5. Dra. Cucu Kurniati, MM.Par.,CHE., selaku pembimbing II yang telah memberikan masukan, dukungan, bimbingan serta motivasi kepada penulis.
6. Seluruh tenaga pengajar, Instruktur serta Staff Kependidikan Prodi Manajemen Pengaturan Perjalanan khususnya dan seluruh jajaran dosen serta

Pegawai Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.

7. Keluarga penulis, terutama untuk Ibu Licen dan Bapak Kadri selaku orang tua penulis yang tidak pernah berhenti memberikan dukungan penuh kepada penulis baik secara material maupun spiritual.
8. Seluruh teman-teman Manajemen Pengaturan Perjalanan angkatan 2017 atas bantuan, semangat, cerita dan persahabatan yang telah dilalui bersama hingga akhirnya Proyek Akhir ini terselesaikan.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan Proyek Akhir ini. Penulis mengharapkan masukan dan saran yang membangun mengingat keterbatasan penulis dalam hal pendidikan, pengalaman, dan kemampuan untuk menulis Usulan Penelitian yang telah dibuat agar lebih baik lagi.

Bandung, Februari 2021

Penulis



OPERATOUR

Special Tour Expertise

wonderful
indonesia 

KELLY
(201721906)

MANAJEMEN PENGATURAN
PERJALANAN



DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR GAMBAR.....	v
DAFTAR TABEL.....	vi
EXECUTIVE SUMMARY	vii
BAB I DESKRIPSI BISNIS	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Gambaran Umum Bisnis.....	4
1. Deskripsi Bisnis.....	4
2. Deskripsi Logo dan Nama.....	5
3. Identitas Bisnis	6
C. Visi dan Misi	7
D. SWOT Analysis.....	7
E. Gambaran Umum Produk dan Jasa	15
F. Jenis/Badan Usaha	17
G. Aspek Legalitas.....	18
1. Izin Usaha.....	18
2. Izin Kerjasama	19
BAB II RENCANA PRODUK/JASA	20
A. Daftar dan Deskripsi Produk/Jasa	20
B. Alasan dan Keunggulan Produk/Jasa.....	21
C. Penyajian dan Kemasan Produk/Jasa.....	22
D. Analisa Resources.....	23
E. Analisa Proses Produk/Jasa	25
F. Supply Chain	26
BAB III RENCANA PEMASARAN.....	29
A. Riset Pasar	29
1. Analisa Survey	29
2. Segmenting, Targeting, Positioning.....	31
B. Analisa Produk – <i>Market Fit</i>.....	36
C. Analisa Kompetitor.....	37
D. Program Pemasaran	38

E. Media Pemasaran.....	40
F. Proyeksi Penjualan	43
BAB IV ASPEK SDM DAN OPERASIONAL	43
A. Identitas Owners/Founders	43
B. Struktur Organisasi.....	43
C. Job Analysis & Job Description	44
D. Manning Budget/Anggaran Tenaga Kerja	45
E. Recruitment & Hiring Procedure	46
F. Service Scape (<i>Layout, Flow, SOP</i>)	47
G. Action Plan & Report	52
BAB V ASPEK KEUANGAN.....	54
A. Metode Pencatatan Akuntansi	54
B. <i>Capital Expenditure</i> (Identifikasi Initial Investment)	55
C. <i>Time Value of Money</i> (Nilai Waktu Uang).....	57
D. Pendanaan Investasi (<i>Agency Theory</i>).....	59
E. Penentuan Titik Impas dan Laba yang Diharapkan.....	60
F. Identifikasi Cashflow Inflow & Outflow	64
G. Metode Penilaian Investasi (<i>Capital Budgeting</i>)	67
LAMPIRAN	70
DAFTAR PUSTAKA.....	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Logo Operatour	6
Gambar 2 Kuadran Analisis Swot.....	14
Gambar 3 Contoh Brosur Produk Operatour.....	22
Gambar 4 Process Mapping Operatour	26
Gambar 5 Diagram Persentase Wisata Minat Khusus	29
Gambar 6 Diagram Ketertarikan Terhadap Tour Kerajinan	30
Gambar 7 Diagram Ketertarikan Terhadap Lokasi Kerajinan Tangan	30
Gambar 8 Diagram Segmentasi Geografis Operatour.....	33
Gambar 9 Value Proposition Canvas	37
Gambar 10 Analisis Kompetitor Operatour.....	38
Gambar 11 Most-Used Social Media Platforms	41
Gambar 12 Social Media Audience Profile	41
Gambar 13 Proyeksi Penjualan Dengan Jumlah/Pax	43
Gambar 14 Proyeksi Penjualan Dengan Biaya	43
Gambar 15 Bagan Struktur Organisasi.....	43
Gambar 16 Layout Co-Working Space Operatour	48

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Analisis Swot.....	9
Tabel 2 Pembobotan Strengths.....	13
Tabel 3 Pembobotan Weakness.....	13
Tabel 4 Pembobotan Opportunity.....	13
Tabel 5 Pembobotan Threats.....	14
Tabel 6 Selisih Nilai Ifas & Efas	14
Tabel 7 Market Segmenting	34
Tabel 8 Total Available Market.....	35
Tabel 9 Serviceable Available Market	35
Tabel 10 Promotional Mix Formula	42
Tabel 11 Jumlah Karyawan Operatour	45
Tabel 12 Manning Budget Operatour	45
Tabel 13 Customer Flow Operatour.....	50
Tabel 14 Action Plan Operatour Di Tahun Ke 0.....	52
Tabel 15 Timeline Management Operatour	53
Tabel 16 Initial Investment Operatour	56
Tabel 17 Depresiasi Aset Tanpa Residu	56
Tabel 18 Loan Installment Schedule	58
Tabel 19 Biaya Tetap & Biaya Variabel.....	61
Tabel 20 Break Even Point Operatour	62
Tabel 21 Laporan Laba-Rugi Operatour	63
Tabel 22 Return Of Investment Operatour.....	63
Tabel 23 Laporan Arus Kas Operatour	66
Tabel 24 Cash Flow Projection	68
Tabel 25 Proceed Present Value & Cumulative Cash Flow	69

EXECUTIVE SUMMARY

Pandemi Covid-19 yang mewabah di Indonesia mempengaruhi semua sektor perekonomian di Indonesia terutama sektor Pariwisata, hal ini ditandai dengan menurunnya jumlah kunjungan wisatawan mancanegara sebesar 72% (sumber:bps.go.id) dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya. Aktivitas masyarakat pun dibatasi dengan adanya protokol kesehatan yang ditetapkan oleh pemerintah. Wisata massal pun sedikit demi sedikit berkurang trendnya dan minat masyarakat serta wisatawan berpindah ke Wisata Minat Khusus/*Special Interest Tourism*. Wisata Minat Khusus dapat menjadi peluang untuk menggerakkan motivasi masyarakat kembali berwisata dengan aman dan berkualitas. Melihat potensi tersebut Operatour hadir sebagai penyedia produk wisata minat khusus dengan produk pertama yaitu Kerajinan Tangan di Bandung.

Operatour adalah Tour Operator yang bergerak di bidang penyediaan paket wisata minat khusus agar masyarakat dan wisatawan dapat merasakan kegiatan berwisata yang unik dari biasanya dan dapat memberikan dampak positif bagi lingkungan destinasi serta mendapatkan wawasan yang lebih luas dari interpretasi yang mendalam. Adapun dalam menjalankan bisnis Operatour akan bekerja sama dengan Enhaii Travel, Traveloka Xperience dan Trip Advisor untuk memasarkan produk kepada target market yang lebih luas. Produk pertama yang ditawarkan oleh Operatour adalah Tour Kerajinan Tangan Wayang Golek & Keramik yang akan di kemas menjadi Half-Day Tour (maksimal 6 jam).

DAFTAR PUSTAKA

- 1983, Undang-Undang Ketentuan. (1983). *Undang-Undang Ketentuan Umum Pajak Indonesia Nomor 6 Tahun 1983*. Jakarta.
- Andreessen, Marc. (2021). *12 Things about Product Market-Fit*. Retrieved from 12 Things about Product Market-Fit: <https://a16z.com/2017/02/18/12-things-about-product-market-fit/>
- Carter, & Usry. (2005). *Akuntansi Biaya Edisi 13 Buku Kedua*. Jakarta: Salemba Empat.
- Chong, Daniel. K. (2020). The Side Effects of Mass Tourism : The Voices of Bali Islanders. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*.
- Christiawan, Yulius. J., & Tarigan, Josua. (2007). *Kepemilikan Manajerial: Kebijakan Hutang, Kinerja dan Nilai Perusahaan*. Universitas Kristen Petra.
- Garrison, dkk. (2013). *Akuntansi Manajerial*. Jakarta: Salemba.
- Heizer, Jay. & Barry, Render. (2015). *Operations Management, 11th Edition*. In J. & Heizer, *Operations Management, 11th Edition*. Texas: Pearson.
- Hery. (2014). *Pengendalian Akuntansi dan Manajemen*. Jakarta: Kencana.
- Hery. (2018). *Pengantar Manajemen Cetakan Pertama*. Jakarta: PT.Grasindo.
- Ismayanti. (2010). *Pengantar Pariwisata*. Jakarta: PT.Gramedia Widisarana.
- Kemenparekraf. (2019, 09 11). *Home*. Retrieved from Kemenparekraf.go.id.
- Kotler and Keller. (2016). *Marketing Management 15th Edition*. New Jersey: Inc. Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Armstrong. G. (2012). *Prinsip Prinsip Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Lueg, Rainer. (2015). Strategy Maps: The Essential Link between the Balanced Scorecard and Action. *Strategy Maps: The Essential Link between the Balanced Scorecard and Action*, 34.
- Muljadi, AJ. (2009). *Kepariwisata dan Perjalanan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Nasution, A.H & Yudha, P. (2008). Perencanaan Dan Pengendalian Produksi. In A. d. Nasution, *Perencanaan Dan Pengendalian Produksi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

- World Health Organization, (2020). *World Health Organization*. Retrieved from www.who.int: www.who.int/covid-19/information
- Pujawan dan Mahendrawati. (2010). *Supply Chain Management Edisi Kedua*. Surabaya: Guna Widya.
- Rahman, Arif. (2011). *Investasi Cerdas*. Jakarta: Gagas Media.
- Rangkuti, Freddy. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rozak, Hasan. A., & Basiya, Rozak. (2012). *Kualitas Daya Tarik Wisata, Kepuasan dan Niat Kunjungan Kembali Wisatawan Mancanegara di Jawa Tengah*. *Jurnal Dinamika Kepariwisata*.
- Rustan, Suriyanto. (2009). *Mendesain Logo*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Scott, William. R. (2015). *Financial Accounting Theory Seventh Edition*. Toronto: Pearson Prentice Hall.
- Soemarso. (2005). *Akuntansi Suatu Pengantar Edisi Revisi*. Jakarta: Salemba.
- Solihin, Ismail. (2012). *Manajemen Strategik*. In I. Solihin, *Manajemen Strategik* (p. 128). Jakarta: Erlangga.
- Syahyunan. (2015). *Manajemen Keuangan 1 Edisi 3*. Medan: USU Press Medan.
- Syamsuddin, Lukman. (2007). *Manajemen Keuangan Perusahaan*. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada.
- Syamsuddin, Lukman. (2011). *Manajemen Keuangan Perusahaan Edisi Baru*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Weaver, David. B. (2012). *Tourism Management*. Australia: John Wiley & Sons.
- Wheelen & Hunger. (2012). *Strategic Management and Business Policy: Toward Global Sustainability, 13th Edition*. United States of America: Pearson Education.
- Yoeti, H. Oka. (2002). *Perencanaan Strategis Pemasaran Daerah*. Jakarta: PT. Pradnya Paramita,.