

BAB IX

RINGKASAN EKSEKUTIF / REKOMENDASI

© Hak cipta dan milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A. RINGKASAN KEGIATAN USAHA

1. KONSEP BISNIS

Bisnis perjalanan wisata Diary Open Trip adalah bisnis, jasa dalam bidang perjalanan wisata dan tergolong dalam bisnis pariwisata, yang menyediakan paket perjalanan wisata yang murah, praktis, dan menyediakan kualitas perjalanan yang terbaik bagi setiap pengguna jasa.

Diary Open Trip hadir dengan tekad untuk memberikan pelayanan terbaik bagi setiap pengguna jasa, dan menjadi jembatan untuk menyalurkan dan memperkenalkan pariwisata Indonesia khususnya pariwisata JABODETABEK dan Pulau Jawa.

Kualitas pelayanan menjadi fokus utama dalam bisnis Diary Open Trip, hal ini dilakukan untuk menjamin setiap pengguna jasa dapat puas dengan jasa yang ditawarkan dan meninggalkan kesan terbaik mereka Bersama Diary Open Trip.

2. VISI DAN MISI PERUSAHAAN

a. VISI

Menjadikan perusahaan sebagai perusahaan jasa open trip terbaik di Indonesia dengan setia selalu memberikan kualitas pelayanan yang terbaik kepada setiap pengguna jasa, dan Menjadikan perusahaan sebagai alternatif untuk mempromosikan setiap seluk beluk keindahan wisata Indonesia





kepada semua kalangan baik orang Indonesia maupun mancanegara.

b. MISI

- 1) Setia selalu memberikan kualitas pelayanan terbaik bagi setiap pengguna jasa;
- 2) Menyediakan paket pariwisata yang menarik dengan harga terjangkau;
- 3) Memberikan kesan terbaik bagi setiap pengguna jasa.

3. JASA

Diary Open Trip merupakan bisnis yang bergerak dalam jenis usaha yang menawarkan jasa, dalam industri pariwisata, jasa yang ditawarkan Diary Open Trip terdiri atas *Open Trip*, *Private Trip*, dan *Wisata Grup*. Kualitas pelayanan yang diterima merupakan kualitas pelayanan terbaik bagi setiap jenis trip yang dipilih.

Jenis perjalanan Open Trip merupakan jenis trip yang terbuka bagi siapa saja yang ingin menggunakan jenis jasa tersebut, dengan minimal 12 orang disetiap pemberangkatan ketempat wisata.

Jenis perjalanan Private Trip merupakan jenis perjalanan yang didalamnya beranggotakan orang-orang yang dikenal dan ditentukan oleh pengguna jasa, jenis trip ini biasanya dipilih untuk perjalanan satu keluarga, tanpa minimal orang.

Jenis perjalanan wisata grup merupakan jenis perjalanan wisata rombongan, biasanya jenis perjalanan ini dipilih untuk perjalanan karya wisata dari sekolah, kuliah, dan organisasi.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



4. PERSAINGAN

Dalam menjalankan sebuah bisnis pelaku usaha sadar dengan adanya persaingan dalam bisnis yang dijalankan, dengan sadar pelaku usaha melakukan analisis dan antisipasi untuk menanggulangi hal-hal yang mungkin akan terjadi dalam bisnis yang dijalankan kedepannya.

Diary Open Trip membutuhkan data dan informasi mengenai bisnis yang dijalankan agar dapat Menyusun dan mempersiapkan strategi terbaik untuk dapat bertahan dan keluar dari masalah yang akan dihadapi. Pesaing Diary Open Trip merupakan traveltrip_id dan Wowtrip.id.

Kedua pesaing yaitu traveltrip_id dan Wowtrip.id bergerak dalam industri yang sama dan jasa yang ditawarkan sama dengan yang ditawarkan “Diary Open Trip”. Kelebihan dan kekuatan yang dimiliki Diary Open Trip dibanding pesaing yaitu menawarkan kualitas yang terbaik dengan harga yang lebih terjangkau dibanding pesaing, dan menawarkan layanan pemesanan produk yang responsif agar konsumen tahu apa yang menjadi kebutuhan mereka, dan tidak mengalami kesulitan dalam menentukan hal tersebut.

5. TARGET DAN UKURAN PASAR

Target pasar yang dituju Diary Open Trip adalah setiap orang yang memiliki kesenangan melakukan perjalanan wisata, atau hanya sekedar meluangkan waktu berlibur bersama keluarga, teman, dan kerabat lainnya. Target pasar tersebut menjangkau masyarakat yang berdomisili di daerah JABODETABEK dan Pulau Jawa, dan usia 18-60 tahun.

Selain itu fokus utama Diary Open Trip adalah mampu menghadirkan jasa perjalanan wisata yang menawarkan berbagai pilihan paket perjalanan wisata. Harapannya adalah Diary Open Trip

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



mampu mengakomodasi kebutuhan perjalanan wisata untuk kelas menengah dan keatas dalam masyarkat khususnya daerah JABODETABEK dan Pulau Jawa sehingga mampu memberikan perspektif baru bahwa perjalanan wisata tidak hanya diperuntukkan bagi golongan tertentu.

6. STRATEGI PEMASARAN

Diary Open Trip memiliki beberapa strategi dalam melakukan pemasaran jasa yang ditawarkan yaitu:

1. Melalui Media Sosial

Media sosial sebagai salah satu alat promosi utama yang digunakan Diary Open Trip, karena pada era perkembangan teknologi ini masyarakat aktif dalam menggunakan media sosial dan menjadikan media sosial sebagai media yang digunakan untuk mencari atau mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Tidak hanya untuk mendapat atau mencari informasi mengenai hal yang di butuhkan, tetapi juga belanja secara online. Adapun media sosial yang digunakan Diary Open Trip dalam memperkenalkan dan menjual jasa yang dimiliki melalui Instagram, TikTok, Whataspp, dan E-mail.

2. Periklanan

Diary Open Trip tidak hanya melakukan promosi melalui media sosial, tetapi juga melakukan periklanan yang berguna untuk meningkatkan target penjualan, dan target konsumen yang lebih luar, periklanan juga digunakan hamper semua perusahaan untuk membangun atau mempertahankan branding perusahaan yang dimiliki dimata konsumen atau masyarkat luas. Diary Open Trip melakukan periklanan melalui, brosur, banner saat acara, dan memanfaatkan platform yang memiliki fitur periklanan.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



3. Personal selling

Personal selling sering digunakan oleh perusahaan untuk memasarkan sendiri produk atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen tanpa melalui perantara dari pihak lain. Diary Open Trip merencanakan alat promosi personal selling sebagai salah satu cara memperkenalkan dan menawarkan secara langsung kepada konsumen atau target pasar terkait jasa yang dimiliki, Diary Open Trip akan menawarkan melalui pameran, instansi Pendidikan seperti sekolah dan kampus, organisasi, dan juga perusahaan yang ingin melakukan perjalanan wisata.

7. TIM MANAJEMEN

Diary Open Trip merupakan bisnis perjalanan wisata dengan menggunakan struktur organisasi yang sederhana dan membutuhkan tenaga kerja sebanyak 6 orang yang berada pada bidang yang dibutuhkan dan bertanggungjawab terhadap pekerjaan yang telah diberikan dan ditentukan.

Dalam bisnis Diary Open Trip kebutuhan tenaga kerja yang terdiri dari 1 orang Manager, 1 orang Staff bagian keuangan, 1 orang Staff bagian Administrasi, 1 orang Staff bagian Pemasaran, 1 orang sebagai staff Operasional, dan 1 orang Pramukantor.

8. KELAYAKAN KEUANGAN

Kelayakan keuangan dibutuhkan dan perlu dilakukan oleh perusahaan agar perusahaan dapat mengetahui apakah bisnis atau usaha tersebut layak untuk dijalankan atau tidak.

Berikut analisis kelayakan keuangan Diary Open Trip yang dilakukan dengan menggunakan metode perhitungan Payback

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Period (PP), Net Present Value (NPV), Profitability Index (PI), dan Break Even Point (BEP).

Tabel 9.1
Kelayakan Investasi Diary Open Trip

Analisis	Kelayakan	Hasil analisis	Kesimpulan
Payback Period	5 Tahun	1 Tahun 11 Bulan 14 Hari	Layak
Net Present Value	NPV > 0	Rp. 237.359.572	Layak
Profitability Index	PI > 1	1,734496246	Layak
Break Even Point	Sales > BEP	Penjualan/Tahun > BEP/Tahun	Layak

Sumber: Diary Open Trip (BAB VII, Data yang Diolah)

Berdasarkan tabel 9.1 kelayakan investasi perusahaan Diary Open Trip yang meliputi Payback Period (PP), Net Present Value (NPV), Profitability Index (PI), dan Break Even Point (BEP), dapat disimpulkan bahwa usaha Diary Open Trip layak untuk dijalankan.

B. REKOMENDASI VISIBILITAS USAHA

Rekomendasi Visibilitas Usaha dalam usaha Diary Open Trip tahun 2023 sampai dengan 2027 berdasarkan dengan hasil dari ringkasan kegiatan yang telah dilakukan dalam mempersiapkan usaha meliputi gambaran usaha, konsep usaha, ide usaha, visi dan misi perusahaan, persaingan usaha, target dan ukuran pasar usaha, strategi dalam melakukan pengenalan dan pemasaran produk, Sumber Daya Manusia, dan didukung dari segi kelayakan keuangan dengan melakukan analisis-analisis yang meliputi analisis *Payback Period* (PP) diperkirakan bahwa Diary Open Trip akan mencapai titik balik modal dalam kurun waktu 1 Tahun



11 Bulan 14 hari dan dapat diartikan berada dibawah 5 tahun, *Net Present Value* (NPV) menunjukkan bahwa NPV lebih besar dari pada nol (0) yaitu Rp 237.359.572, berdasarkan analisis *Profitability Index* (PI) menunjukkan lebih besar dari 1 yaitu 1,734496246 , dan *Break Event Point* (BEP) berdasarkan nilai penjualan yang dihasilkan oleh Diary Open trip pertahunnya menunjukkan bahwa nilai lebih besar dari pada nilai BEP.

Dapat disimpulkan bahwa usaha Diary Open Trip Tahun 2023 sampai dengan 2027 dalam bidang perjalanan wisata direkomendasikan dan layak untuk dijalankan.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.