**“RENCANA PENDIRIAN USAHA JASA PERJALANAN WISATA**

**DE’ JAPAN TOUR AND TRAVEL DI JAKARTA UTARA”**

**Shanty Dharmawan**

**Brastoro, Drs., M.M.**

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Jl. Yos Sudarso Kav. 87, Sunter – Jakarta Utara

Telp: (021)65307062 / Fax: 6530 6971

**ABSTRAK**

De’ Japan Tour and Travel adalah usaha di bidang jasa wisata perjalanan khusus ke Jepang. Usaha ini didirikan melihat adanya peningkatan trend liburan di kalangan masyarakat setiap tahunnya, tidak terkecuali ke negara Jepang. Usaha ini mengusung konsep dengan menyediakan paket tour khusus ke kota – kota di Jepang dengan harga yang terjangkau. Memiliki visi untuk menjadi penyedia jasa *tour* khusus ke negara Jepang yang terbaik dan terunik di wilayah Indonesia. Direncanakan usaha ini akan didirikan di wilayah Sunter, Jakarta Utara. De’ Japan Tour and Travel memiliki kekuatan didalam pelayanan, *itinerary*, dan harga dibandingkan beberapa pesaingnya. Penargetan segmen pasar dari usaha ini adalah masyarakat yang berlokasi di wilayah Jabodetabek dengan usia 18 – 45 tahun dan memiliki hobi pergi berlibur. Strategi pemasaran yang digunakan antara lain dengan pembagian brosur, penggunaan media sosial, dan *endorse travel blogger*. Dalam menjalankan usaha ini nantinya akan ada 5 karyawan yang terdiri dari manager, marketing, administrasi, dan *tour guide*. Dari hasil perhitungan kelayakan usaha, usaha ini layak untuk dijalankan. Dimana total nilai penjualan yang selalui berada diatas titik impas. Proyek ini diperkirakan balik modal dalam waktu 1 tahun 11 bulan 24 hari yang mana lebih cepat umur proyek yakni 5 tahun. Selain itu nilai dari perhitungan NPV menunjukan angka positif sebesar Rp 437.187.394 dengan IRR sebesar 43%

Kata kunci : Tour, Jepang, De’ Japan Tour and Travel

**PENDAHULUAN**

**Konsep Bisnis**

*De’ Japan Tour and Travel* adalah usaha yang bergerak di bidang jasa perjalanan wisata ( *Tour and Travel* ). *De’ Japan Tour and Travel* menyediakan jasa perjalanan dengan konsep khusus paket *tour* ke Negara Jepang dengan harga yang terjangkau. Bisnis ini menyediakan berbagai macam paket – paket wisata ke berbagai kota – kota di Jepang. Tidak hanya berfokus ke kota – kota besar yang ada di Jepang, paket *tour* yang disediakan juga akan membawa peserta tour menjelajahi kota – kota kecil yang ada di Jepang nantinya. Selain itu konsumen juga dapat melakukan *custom tour* ke kota – kota yang ingin dikunjungi.

**Visi dan Misi Perusahaan**

1. Visi : Menjadi penyedia jasa *tour* khusus ke negara Jepang yang memberikan pelayanan terbaik dan pengalaman terunik di wilayah Indonesia
2. Misi :
3. Menyediakan jasa tour ke berbagai kota di Jepang yang inovatif dan kreatif sesuai dengan kebutuhan konsumen
4. Memberikan pengalaman berlibur yang unik
5. Memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen
6. Memberikan harga yang kompetitif
7. Menjaga komunikasi dan hubungan baik dengan supplier, karyawan, dan juga konsumen

**Peluang Bisnis**

*Trend* liburan di kalangan masyarakat Indonesia khususnya di ibu kota Jakarta kian tahun semakin meningkat, baik dari usia remaja hingga dewasa. Jumlah wisatawan Indonesia yang mengunjungi Jepang sendiri mengalami peningkatan setiap tahunnya, dimana terjadinya peningkatan dari tahun 2016 ke tahun 2017 sebesar 30% dengan total jumlah wisatawan sebesar 352.200 wisatawan pada tahun 2017.

Selain adanya peningkatan *trend* berlibur, adanya promo – promo tiket maskapai pesawat turut menjadi salah satu peluang usaha dibisnis ini, karena tiket pesawat merupakan salah satu biaya yang cukup besar saat melakukan liburan.

Hal lain yang menjadi salah satu faktor peluang dibisnis ini adalah adanya kebijakan pembebasan visa bagi para pengguna *e*-paspor.

**Kebutuhan Dana**

Untuk mendirikan usaha ini dibutuhkan dana awal untuk menunnjang kegiatan operasional usaha nantinya. Kebutuhan dana awal terdiri dari kas, biaya sewa gedung untuk 2 tahun awal, biaya perlengkapan, biaya peralatan, dan biaya renovasi bangunan. Total dari dana yang dibutuhkan adalah sebesar Rp 381.551.000. Dana ini nantinya akan didanai dari modal sendiri yang berasal dari dana tabungan pemilik dan orang tua pemilik.

**RENCANA JASA, KEBUTUHAN OPERASIONAL, DAN MANAJEMEN**

**Rencana Alur Jasa**

De’ Japan Tour and Tarvel menyediakan jasa perjalanan wisata ke berbagai wilayah di Jepang. Berikut ini adalah alur jasa yanga kan dilakukan saat ada konsumen yang melakukan pemesanan paket tour:

1. Konsumen menghubungi *De’ Japan Tour and Travel*
2. Konsumen menginfokan paket tour yang diinginkan
3. Pelayan mengecek ketersediaan paket *tour*
4. Konsumen memilih paket *tour*
5. Konsumen mengisi data
6. Konsumen melakukan pembayaran DP
7. Pelayan melakukan pengurusan dokumen peserta *tour*
8. Pelayan menginfokan data konsumen kepada *tour guide*
9. *Followup* konsumen oleh *tour guide*
10. Pelunasan sisa pembayaran
11. Keberangkatan *tour*
12. *Tour*
13. Kepulangan *tour*
14. *Feedback* konsumen

**Rencana Kebutuhan Teknologi dan Peralatan Usaha**

Untuk menjalankan kegiatan operasional usaha ini diperlukan teknologi dan peralatan yang mendukung jalannya usaha. Berikut ini adalah teknologi dan peralatan usaha yang akan digunakan untuk menjalankan usaha *De’ Japan Tour and Travel*:

1. Laptop

Penggunaan laptop digunakan sebagai penunjang kegiatan operasional usaha untuk menyimpan data – data paket *tour*, harga, data konsumen, pengelolaan media sosial seperti *whatsapp* maupun *line*, pencatatan dan pembuatan laporan keuangan, dllnya.

1. *Wi-fi ( Wireless Fidelity )*

Pemasangan dan penggunaan *wi-fi* berfungsi sebagai sarana fasilitas internet di kantor. Dengan adanya jaringan internet di kantor akan memudahkan karyawan dalam melakukan pekerjaan, selain itu juga akan meningkatkan kenyamanan konsumen yang datang dengan adanya fasilitas *free wi-fi.*

1. Kamera SLR

Penggunaan kamera SLR difungsikan untuk dokumentasi selama tour berlangsung.

1. *Printer*

*Printer* berguna untuk mencetak data – data yang dibutuhkan seperti *itinerary tour*, daftar harga, dokumen – dokumen penting, dan hal – hal lainnya yang berhubungan dengan kegiatan operasional kantor.

1. Telefon Kantor

Penggunaan telefon kantor sebagai media komunikasi antar pemilik dengan karyawan kantor maupun media komunikasi untuk konsumen yang ingin menanyakan paket *tour* via telefon.

**STRATEGI BISNIS**

**Pemasaran**

*Segmentation, Targeting*, dan *Positioning*

1. Berdasarkan segmentasi geografis, *De’ Japan Tour and Travel* mengambil segmen pasar yang bertempat tinggal di wilayah Jakarta dan kota – kota di sekitar wilayah Jakarta.
2. Berdasarkan segmentasi demografis *De’ Japan Tour and Travel* mengambil segmen pasar di kisaran usia 18 – 45 tahun dengan golongan pendapatan kelas menengah keatas.
3. Berdasarkan segmentasi psikografis *De’ Japan Tour and Travel* berfokus kepada masyarakat yang memiliki gaya hidup menyukai *travelling* dan masyarakat yang cenderung konsumtif.

Untuk target pasar yang dituju oleh De’ Japan Tour and Travel adalah konsumen yang berumur 18 – 45 tahun, yang memiliki pendapatan di kelompok menengah keatas, dan yang memiliki gaya hidup menyukai *traveling*.

Sedangkan De’ Japan Tour and Travel memposisikan usaha ini sebagai usaha yang bergerak di bidang *tour dan travel* khusus ke negara Jepang dengan harga yang terjangkau dan melayani paket *tour* ke berbagai kota yang ada di Jepang.

Untuk memperkenalkan usaha ini ke masyarakat berikut ini adalah sarana – sarana promosi yang akan digunakan oleh De’ Japan Tour and Travel :

1. Brosur

Brosur berisikan paket – paket *tour* yang disebarkan di sekitar wilayah kantor.

1. Media Sosial

*De’ Japan Tour and Travel* akan berfokus untuk menggunakan media *instagram* untuk meng-*update* penawaran paket – paket *tour,* promosi, pameran, dan hasil – hasil foto dari *tour* yang sudah dilaksanakan. Hal ini dilakukan agar meningkatkan *brand image* dan minat di masyarakat untuk mau menggunakan jasa *tour* dari *De’ Japan Tour and Travel*. Sedangkan untuk media sosial lain yang juga digunakan oleh penulis sebagai sarana promosi adalah *whatsapp*, *line bussiness*, dan *facebook.*

1. *Endorsement Travel Blogger*

Setiap tahunnya akan ada 1 – 2 *travel blogger* yang dibayar untuk melakukan perjalanan gratis dengan *De’ Japan Tour and Travel*. Selain mendapatkan *review* dari *travel blogger* tersebut nantinya, akan adanya masyarakat yang tertarik untuk bergabung dalam *group tour* yang diikuti oleh *travel blogger* tersebut.

**Organisasi**

De’ Japan Tour and Travel menggunakan struktur organisasi sederhana, dimana *manager* menduduki posisi paling atas di struktur organisasi ini. Total karyawan untuk menjalankan usaha ini sebanyak 5 orang, dimana terdiri atas 1 *manager* yang bertanggung jawab atas 1 orang *marketing*, 1 orang *administrasi* dan 2 orang *tour guide*. Biaya – biaya yang akan dikeluarkan sebagai kompensasi antara lain terdiri dari gaji pokok setiap bulannya dan adanya tunjangan hari raya yang akan dibayarkan satu kali setiap tahunnya. Besarnya THR ini adalah sebesar gaji pokok karyawan setiap bulannya.

**Keuangan**

*De’ Japan Tour and Travel* diproyeksikan mendapatkan total pendapatan sebesar Rp 2.081.250.000 di tahun awal pendirian usaha. Dimana dari total pendapatan ini, De’ Japan Tour and Travel memiliki total laba kotor sebesar Rp 508.583.333. Dengan pajak sebesar 0,5% dari total pendapatan yang mana sebesar Rp 10.406.250.

 Berdasarkan hasil perhitungan analisis kelayakan usaha, lamanya pengembalian investasi ( *Payback Period* ) *De’ Japan Tour and Travel* adalah selama 1 tahun 11 bulan 24 hari yang mana masih dibawah umur proyek, yaitu 5 tahun. Selain perhitungan *payback period* tersebut, nilai NPV dari proyek ini sendiri adalah sebesar Rp 437.187.394 yang mana lebih besar dari 0. Dari perhitungan nilai indeks profitabilitas proyek ini menunjukan angka 2,145 yang mana lebih besar dari 1. Selain itu perhitungan IRR sendiri berada diatas tingkat diskonto yang ditetapkan, dimana IRR proyek ini berada pada tingkat 43%. sedangkan tingkat diskonto yang ditentukan adalah 11,01%. Dan yang terakhir proyek ini layak untuk dijalankan berdasarkan hasil perhitungan titik impas atau BEP, dimana total nilai penjualan setiap tahunnya selalu berada diatas titik impas yang harus dicapai.

**Pengendalian Resiko**

Resiko – resiko yang dihadapi dari proyek ini antara lain adalah *brand* yang masih belum dikenal oleh masyarakat, munculnya pesaing – pesaing baru kedepannya, kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan kepada konsumen, dan kenyaman serta keamanan selama *tour* berlangsung. Untuk mengendalikan resiko – resiko usaha ini maka akan dilakukan pengendalian usaha yang mana diantaranya adalah berikut ini :

1. Promosi rutin secara *online* untuk meningkatkan *brand awarness* di masyarakat.
2. Inovasi paket – paket *tour* baru untuk menarik konsumen.
3. Penyebaran kuisioner untuk mendapatkan *feedback* dari konsumen tentang pelayanan yang mereka dapatkan.
4. Pembuatan SOP yang harus dipatuhi oleh karyawan untuk menjaga kenyamanan dan keamanan selama *tour* berlangsung.

**DAFTAR PUSTAKA**

**Buku Teks**

Crouhy, Michael, Dan Galai & Robert Mark (2014), *The Essentials of Risk Management*, Edisi 2, United States of Americe: Mcgraw Hill Education

David, Fred R. (2016), Manajemen Konsep Strategik, Terjemahan oleh Novita Puspasari dan Liza Nurbani Puspitasari, Jakarta: Salemba Empat

Decenzo, David A., Stephen P. Robbins & Susan L. Verhust (2016), *Fundamentals of Human Resource Management*, Edisi 12, United States of America: Wiley

Dessler, Gary (2017), *Human Resource Management*, Edisi 15, United States of America: Pearson

Gitman, Lawrence J. dan Chad J. Zutter (2015), *Principles of Managerial Finance*, Edisi 7, United States of America: Pearson

Heizer, Jay, Barry Render & Chuck Munson (2017), *Operations Management Sustainability and Supply Chain Management*, Edisi 12, England: Pearson

Kotler, Philip dan Gary Amstrong (2014), *Principles of Marketing*, Edisi 15, United States of America: Pearson

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller (2016), *A Framework For Marketing Management*, Edisi 6, United States of America: Pearson

Robbins, Stephen P. dan Timothy A. Judge (2016), *Essentials of Organizational Behavior*, Edisi 13, United States of America: Pearson

Warren, Carl S., James M. Reeve & Jonathan E. Duchac (2018), *Financial and Managerial Accounting*, Edisi 14, United States of America: Cengange Learning

Weygandt, Jerry J., Paul D. Kimmel & Donald E. Kieso (2015), *Accounting Principles*, United States of America: Wiley

**Artikel Dalam Website dan Sumber dari Media Internet**

Badan Pusat Statistik (2018), *PDRB Jakarta Utara*, diakses 18 November 2018, <https://www.bps.go.id/publication/2018/10/05/e22ae35381b3243d571f0030/tinjauan-regional-berdasarkan-pdrb-kabupaten-kota-2013-2017-buku-2-pulau-jawa-bali>

Databoks.katadata.co.id (2018), “*Laju Pertumbuhan Penduduk DKI Jakarta”*, diakses 18 November 2018, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/01/24/berapa-jumlah-penduduk-jakarta>

Adiakurnia, Muhamad Irzal (2018), *Tahun 2018, “Semakin Banyak Turis Indonesia Berwisata ke Luar Negeri”*, diakses 22 November 2018, <https://travel.kompas.com/read/2018/01/10/090000527/tahun-2018-semakin-banyak-turis-indonesia-liburan-ke-luar-negeri>

Agustina, Dewi (2018), “*Tahun 2017 Jumlah Wisatawan Indonesia ke Jepang Naik 30%”,* diakses 30 November 2018, <http://www.tribunnews.com/internasional/2018/01/20/tahun-2017-jumlah-wisatawan-indonesia-ke-jepang-naik-30-persen>

# Yudha dan Bayu D. Wicaksono (2018), “*Pencinta Budaya Jepang? Pastikan Kamu Tahu 10 Arti Warna di Jepang Ini”*, diakses 2 Desember 2018, <https://www.idntimes.com/science/discovery/viktor-yudha/arti-berbagai-warna-di-jepang/full>

Turc.co.id (2016), “*Surat Edaran Menteri Tenaga Kerja”*, diakses 16 Desember 2018, <http://turc.or.id/news/wp-content/uploads/2016/01/5.-SE-No-SE-07-MEN-1990.pdf>

Bca.co.id (2016), *Tahapan BCA*, diakses 17 Desember 2018, <https://www.bca.co.id/id/Individu/Sarana/Biaya-dan-Limit/Dana-dan-Simpanan>

Bi.go.id (2018), *Inflasi*, diakses 18 Desember 2018, <https://www.bi.go.id/id/moneter/inflasi/data/Default.aspx>

# Sari, Fitriana Monica (2018), “*Simak, Begini Cara Mudah Hitung Tarif Listrik Pascabayar”*, diakses 18 Desember 2018, <https://www.liputan6.com/bisnis/read/3502905/simak-begini-cara-mudah-hitung-tarif-listrik-pascabayar>

Pamjaya.co.id (2017), *Tarif Air Minum*, diakses 18 Desember 2018, <http://pamjaya.co.id/id/customer-info/drinking-water-tariff>

Indihome.co.id (2018), *IndiHome Triple Pay*, diakses 18 Desember 2018, <https://indihome.co.id/tripleplay>

Klikindomaret.com (2018), *Harga Gas Isi Ulang*, diaskes 18 Desember 2018, <https://www.klikindomaret.com/product/gas-isi>

Puspa, Dian, “*Pajak UKM/UMKM: Apa Saja Pajak yang Harus Dibayarkan?”*, diakses 19 Desember 2018, <https://www.online-pajak.com/pajak-ukm-umkm-apa-saja-pajak-yang-harus-dibayarkan>

Yudistira, Galvan (2018), “*Suku Bunga Kredit Perbankan Beranjak Naik Mengikuti Bunga Deposito”*, diakses 20 Desember 2018, <http://amp.kontan.co.id/news/suku-bunga-kredit-perbankan-beranjak-naik-mengikuti-bunga-deposito>