

**PROYEK KEWIRAUSAHAAN
TOUR & TRAVEL: MAUZA WISATA ISTIMEWA**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana



Disusun Oleh:

Muhammad Alifiansah Rafli Rafsanzani

2120 31335

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA
YOGYAKARTA
TAHUN 2024**

LEMBAR PENGESAHAN

TUGAS AKHIR

PROYEK KEWIRAUSAHAAN

TOUR & TRAVEL: MAUZA WISATA ISTIMEWA

Dipersiapkan dan disusun oleh:

MUHAMMAD ALIFIANSAH RAFLI RAFSANZANI

Nomor Induk Mahasiswa: 212031335

telah dipresentasikan di depan Tim Penguji pada hari Selasa tanggal 25 Juni 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar

Sarjana Manajemen (S.M.)

Susunan Tim Penguji:



Pembimbing

Bambang Setia Wibowo, SE., MM.

Penguji

Conny Tjandra Raharja, Dra., MM.

Yogyakarta, 25 Juni 2024
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta
Ketua

Wisnu Prajogo, Dr., M.B.A.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ABSTRAK

PT Mauza Wisata Istimewa adalah sebuah perusahaan yang bergerak dalam layanan pariwisata, yang bertujuan untuk memberikan pengalaman perjalanan yang istimewa dan mengesankan bagi pelanggannya. Perusahaan ini menyediakan berbagai macam paket wisata yang dirancang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi pelanggan, mencakup wisata alam, budaya, hingga wisata kuliner. Inovasi dan kualitas layanan menjadi prioritas utama perusahaan dalam menambah nilai bagi pelanggan. Dengan menggunakan strategi pemasaran yang efektif, teknologi digital, serta kolaborasi dengan berbagai pihak, PT Mauza Wisata Istimewa berusaha terus meningkatkan daya saing dan keberadaannya di industri pariwisata. Keberhasilan perusahaan ini juga didukung oleh komitmen untuk selalu menjaga kepuasan pelanggan, menerapkan prinsip-prinsip keberlanjutan, dan memberikan dampak positif bagi masyarakat dan lingkungan.

Kata Kunci: PT Mauza Wisata Istimewa, paket wisata, inovasi, teknologi digital

ABSTRACT

PT Mauza Wisata Istimewa is a company engaged in tourism services, which aims to provide a special and memorable travel experience for its customers. This company provides various kinds of tour packages designed according to customer needs and preferences, including natural, cultural and culinary tourism. Innovation and service quality are the company's main priorities in adding value to customers. By using effective marketing strategies, digital technology, and collaboration with various parties, PT Mauza Wisata Istimewa strives to continue to increase its competitiveness and presence in the tourism industry. The company's success is also supported by its commitment to always maintaining customer satisfaction, implementing sustainability principles, and providing a positive impact on society and the environment.

Keywords: *PT Mauza Wisata Istimewa, tour packages, innovation, digital technology*

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Dalam era globalisasi seperti saat ini, industri pariwisata menjadi salah satu sektor yang terus berkembang pesat. Indonesia sebagai negara kepulauan dengan kekayaan alam dan budaya yang beragam menawarkan potensi besar dalam industri pariwisata. Salah satu bentuk usaha yang berkembang dalam industri ini adalah bisnis travel. Bisnis travel memiliki peran penting dalam memfasilitasi perjalanan wisatawan, baik domestik maupun mancanegara, untuk menikmati berbagai destinasi wisata yang ada di Indonesia. Untuk menunjang berbagai aktivitas tersebut transportasi memainkan peranannya untuk menunjang kebutuhan perpindahan dari satu tempat ke tempat lain. Bagi masyarakat yang ingin melakukan perjalanan untuk kegiatan tertentu tanpa menggunakan transportasi pribadi maka jasa transportasi umum atau biro perjalanan menjadi sarana transportasi pilihan.

Biro perjalanan adalah perusahaan yang menyediakan layanan transportasi dan mengurus kebutuhan konsumen terkait perjalanan seperti tiket, penginapan, paspor, dan lain-lain. Biro perjalanan wisata sangat bergantung pada kepercayaan konsumen karena mereka mengharapkan pelayanan yang memuaskan dan kemudahan dalam perjalanan. Untuk meningkatkan permintaan terhadap jasa mereka, diperlukan strategi pemasaran yang tepat. Pemulihan sektor pariwisata domestik Indonesia terlihat positif sejak 2022, dengan adanya pelonggaran pembatasan dan meningkatnya kepercayaan masyarakat untuk bepergian. DIY merupakan salah satu destinasi yang cukup populer, dengan jumlah kunjungan yang terus meningkat setiap tahunnya. PT. Mauza Wisata Istimewa, melihat potensi ini, telah mulai mengembangkan strategi pemasaran menggunakan analisis SWOT untuk memperkuat posisinya di pasar dan mengoptimalkan pertumbuhan bisnis mereka dalam industri perjalanan.

2. Tujuan Proyek Kewirausahaan

Tujuan dilakukan kegiatan kewirausahaan ini yaitu, sebagai berikut:

1. Mengembangkan teknologi dan media sosial untuk meningkatkan promosi serta pemasaran produk wisata PT. Mauza Wisata Istimewa.
2. Memberikan informasi yang lengkap dan jelas mengenai paket serta objek wisata untuk calon pengguna jasa yang dapat dilihat pada website Mauza Wisata Istimewa.
3. Memberikan pilihan paket wisata yang beragam dari segi harga dan destinasi wisata untuk menarik minat calon pengguna jasa Travel PT. Mauza Wisata Istimewa.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

3. Kontribusi Proyek Kewirausahaan

Proyek kewirausahaan ini memiliki kontribusi terhadap masyarakat sekitar, seperti:

1. Pengembangan Ekonomi Lokal: Dengan menyediakan paket perjalanan yang mengutamakan destinasi lokal, proyek ini dapat membantu mengembangkan ekonomi lokal melalui pendapatan dari pariwisata dan dukungan terhadap pelaku usaha lokal.
2. Pemberdayaan Komunitas Lokal: Dengan melibatkan komunitas lokal dalam pengembangan dan pengelolaan pariwisata, proyek ini dapat memberdayakan komunitas untuk turut serta dalam manfaat pariwisata.
3. Inovasi Teknologi dalam Pengalaman Wisata: Dengan menggunakan teknologi untuk meningkatkan pengalaman wisatawan, proyek ini dapat memberikan nilai tambah dalam bentuk pengalaman yang lebih menarik dan interaktif.

BAHASAN UMUM DAN ANALISIS SWOT

Produk

1) Paket Wisata

Paket wisata adalah layanan utama yang ditawarkan oleh biro perjalanan, terdiri dari berbagai komponen seperti transportasi, penginapan, makanan, obyek wisata, dan pertunjukan yang dijual sebagai satu paket dengan harga tertentu



Gambar 2. 1 Paket Wisata

1 Day Package	2D 1N Package	3D 2N Package	4D 3N Package
3 - 4 Destinasi Wisata Makan Siang Makan Malam Kendaraan Driver & BBM Parkir Tiket Masuk Wisata Dokumentasi Banner Trip Basic P3K Tour Leader	6 Destinasi Wisata Hotel Makan Pagi Makan Siang Makan Malam Kendaraan Driver & BBM Parkir Tiket Masuk Wisata Dokumentasi Banner Trip Basic P3K Tour Leader	9 Destinasi Wisata Hotel Makan Pagi Makan Siang Makan Malam Kendaraan Driver & BBM Parkir Tiket Masuk Wisata Dokumentasi Banner Trip Basic P3K Tour Leader	12 Destinasi Wisata Hotel Makan Pagi Makan Siang Makan Malam Kendaraan Driver & BBM Parkir Tiket Masuk Wisata Dokumentasi Banner Trip Basic P3K Tour Leader
Start From IDR 550.000/pax	Start From IDR 1.100.000/pax	Start From IDR 2.000.000/pax	Start From IDR 2.500.000/pax

Gambar 2. 2 Paket Wisata

Mauza Wisata Istimewa menyediakan berbagai pilihan paket wisata seperti Yogyakarta, Bali, Malang, Dieng, dan Karimun Jawa, yang menawarkan perjalanan ke destinasi wisata tertentu. Mereka juga menawarkan paket kustom yang memungkinkan konsumen untuk menyesuaikan budget dan destinasi mereka. Paket wisata ini tersedia mulai dari Rp 95.000.

Rental Mobil

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Banyak masyarakat Indonesia, terutama dari kalangan menengah ke bawah, belum memiliki mobil pribadi, sehingga mereka memilih menggunakan jasa rental mobil untuk berwisata ke tempat-tempat tertentu. Mauza Wisata Istimewa menyediakan berbagai jenis kendaraan seperti Big Bus, Medium Bus, Hiace, dan Mini Bus untuk disewa. Harga sewa bervariasi, misalnya Big Bus mulai dari Rp 2.400.000, Medium Bus Rp 1.600.000, dan Mini Bus Rp 1.100.000.



Gambar 2. 3 Rental Mobil

Event Organizer

Event organizer adalah individu atau perusahaan yang bertanggung jawab merencanakan, mengorganisir, dan mengelola berbagai jenis acara atau kegiatan. Mereka memastikan semua aspek acara, dari perencanaan awal hingga pelaksanaan akhir, berjalan lancar sesuai dengan harapan klien atau tuan rumah acara. Mauza Wisata Istimewa menawarkan layanan Event Organizer untuk membuat liburan keluarga atau acara bersama rekan kerja lebih berkesan dengan aktivitas seperti Cycling Tour, Team Building & Gathering, serta Adventure. Cycling Tour mengajak peserta bersepeda jarak jauh atau mengelilingi suatu area untuk rekreasi atau olahraga. Team Building & Gathering membantu meningkatkan kerja sama tim dan kinerja kelompok melalui aktivitas yang dirancang untuk memperkuat hubungan interpersonal. Sementara itu, adventure menawarkan pengalaman eksplorasi dan tantangan di lingkungan yang tidak biasa atau tidak terduga.

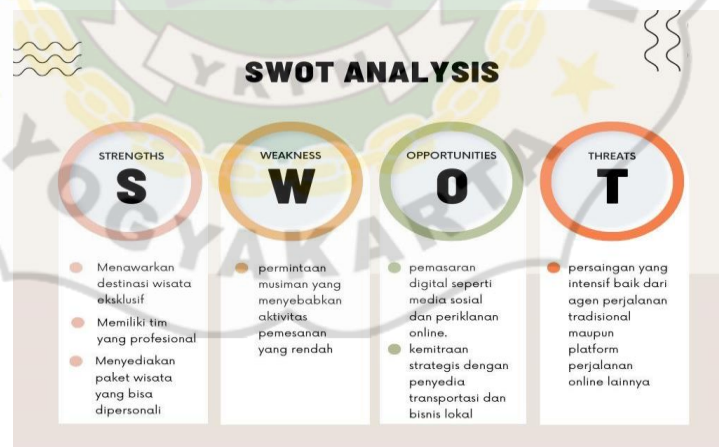
PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI



Gambar 2. 4 Cycling Tour Gambar 2. 5 Team Building & Gathering

Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah evaluasi kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threat*) yang terkait dengan proyek dan bisnis. Ini membantu seseorang atau organisasi memahami posisinya di pasar atau lingkungan tertentu dan membuat strategi yang efektif berdasarkan yang dipahami tentang hal ini.



Gambar 2. 7 Analisis SWOT

Ancaman merupakan faktor dari luar yang mana adanya persaingan bisnis sejenis. Hal tersebut dapat diatasi dengan dengan faktor harga yang lebih terjangkau, yaitu dengan memasang harga yang masih dibawah kompetitor. Saat ini kompetitor dari usaha ini adalah agen perjalanan tradisonal maupun platform online lainnya.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI



Tabel 2. 1 Data Statistik Jumlah Perjalanan Wisata tahun 2023

Berdasarkan survey yang dilakukan oleh beberapa media tentang meningkatnya minat wisata pasca COVID-19 menjadi alasan bisnis ini terbentuk. Bangkitnya ekonomi terutama pada sektor wisata mendatangkan konsumen untuk menggunakan jasa kami. Aktivitas beragam yang ditawarkan Mauza Wisata Istimewa menjadi salah satu daya tarik konsumen untuk menggunakan jasa travel kami.

INTERNAL EKSTERNAL	Strengths	Weaknesses
	<ul style="list-style-type: none"> Menawarkan destinasi wisata yang eksklusif Tim yang profesional Menyediakan paket wisata yang bisa dipersonalisasi 	<ul style="list-style-type: none"> permintaan musiman yang menyebabkan aktivitas pemesanan yang rendah
Opportunities	Strategi (S-O)	Strategi (W-O)
<ul style="list-style-type: none"> Pemasaran digital seperti media sosial dan periklanan online. Kemitraan strategis dengan penyedia transportasi dan bisnis lokal. 	<ul style="list-style-type: none"> Membuat <i>content plant</i> untuk media sosial Memberikan pelayanan yang profesional kepada setiap konsumen. 	<ul style="list-style-type: none"> Melakukan strategi <i>digital marketing</i> untuk mengatasi permintaan yang musiman.
Threats	Strategi (S-T)	Strategi (W-T)
<ul style="list-style-type: none"> Persaingan yang intensif baik dengan agen perjalanan tradisional maupun platform online lainnya. 	<ul style="list-style-type: none"> Menawarkan berbagai paket wisata yang murah 	<ul style="list-style-type: none"> Menawarkan harga yang terjangkau, dan memberikan promosi di waktu – waktu

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

INTERNAL EKSTERNAL	Strengths <ul style="list-style-type: none">– Menawarkan destinasi wisata yang eksklusif– Tim yang profesional– Menyediakan paket wisata yang bisa dipersonalisasi	Weaknesses <ul style="list-style-type: none">– permintaan musiman yang menyebabkan aktivitas pemesanan yang rendah
	dan dapat disesuaikan dengan budget konsumen.	tertentu, untuk meningkatkan penjualan.

METODOLOGI PENGEMBANGAN PRODUK DAN MANAJEMEN USAHA

1 Eksplorasi Kreativitas

Kreativitas adalah kemampuan untuk berpikir secara lancar, fleksibel, dan orisinal serta mampu mengelaborasi gagasan. Kewirausahaan mengacu pada kemampuan kreatif dan inovatif yang menjadi dasar untuk mencari peluang dan mencapai kesuksesan. Kewirausahaan memungkinkan penciptaan hal-hal baru dan berbeda melalui pemikiran kreatif dan tindakan inovatif untuk menciptakan peluang.

Dalam bisnis travel, kreativitas dapat menciptakan pengalaman menarik bagi konsumen, seperti perjalanan yang dirancang dengan kreatif, aktivitas menarik, atau layanan inovatif. Kreativitas juga sangat penting dalam pemasaran bisnis travel, di mana ide-ide kreatif untuk konten digital, iklan, dan kampanye dapat menarik perhatian calon pelanggan dan menginspirasi mereka untuk bepergian.

2. Manajemen Pemasaran

Menurut Philip Kotler (2016) manajemen pemasaran merupakan proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan menukar produk yang bernilai dengan orang lain. Mauza Wisata Istimewa menggabungkan ide – ide yang dimiliki oleh setiap tim untuk memperoleh strategi pemasaran yang dianggap sesuai dengan usaha yang kami jalankan.

Mauza Wisata Istimewa menjalankan strategi 5P, yaitu *product, price, place, promotion, and people*. Hal yang menjadi strategi Mauza Wisata Istimewa antara lain:

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

1. *Product*

Mauza Wisata Istimewa menawarkan beragam produk wisata yang mencakup tur petualangan, wisata alam, tur kota, dan kunjungan ke tempat bersejarah. Mereka menekankan pada kualitas layanan dengan penawaran fleksibel yang dapat disesuaikan dengan keinginan konsumen, seperti transportasi, akomodasi, dan panduan tentang destinasi wisata, sejarah, dan budaya.

2. *Price*

Strategi harga Mauza Wisata Istimewa didasarkan pada analisis biaya, permintaan pasar, dan tujuan keuntungan perusahaan. Mereka menetapkan harga yang kompetitif untuk menarik pelanggan sambil tetap memberikan pengalaman wisata berkualitas.

3. *Place*

Keunggulan tempat dalam Mauza Wisata Istimewa dicapai melalui pemilihan destinasi yang unik dan menarik. Mereka menawarkan destinasi wisata yang jarang dikunjungi atau tidak biasa, serta menjalin kerja sama dengan hotel dan restoran berkualitas untuk memastikan pengalaman liburan yang nyaman bagi pelanggan.

4. *Promotion*

Mauza Wisata Istimewa menggunakan strategi pemasaran kreatif dan efektif melalui berbagai platform media sosial dan digital seperti Instagram, Facebook, dan situs web mereka sendiri. Mereka juga mengadakan program referral untuk meningkatkan kesadaran merek dan menjangkau lebih banyak pelanggan potensial.

5. *People*

Pelayanan yang baik dan pengalaman yang memuaskan bagi pelanggan dijamin oleh tim profesional Mauza Wisata Istimewa, yang terdiri dari content creator, tour leader, serta tim keuangan dan administrasi. Mereka memberikan pelatihan khusus kepada tim untuk meningkatkan keterampilan dalam melayani pelanggan, sehingga dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan terhadap bisnis mereka.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

3. Manajemen Operasi

Manajemen operasi adalah cara perusahaan merencanakan, mengawasi, dan mengoptimalkan produksi serta menyediakan layanan. Menurut Heizer dan Render (2005), ini melibatkan transformasi input menjadi output untuk menghasilkan nilai dalam bentuk barang dan jasa. Drucker (1954) menyoroti bahwa fokus manajemen operasi adalah meningkatkan produktivitas, mengendalikan biaya, dan meningkatkan efisiensi proses guna mencapai tujuan organisasi. Pandangan ini sejalan dengan Herjanto (2003), yang memandang manajemen operasi sebagai proses yang efisien dalam mengintegrasikan sumber daya untuk mencapai tujuan organisasi. Dalam konteks manajemen proses, konsep efisiensi dan efektivitas memegang peranan penting. Efisiensi mengukur penggunaan sumber daya dalam proses, dengan semakin sedikit sumber daya yang digunakan menunjukkan tingkat efisiensi yang tinggi. Di sisi lain, efektivitas mengukur seberapa baik suatu proses mencapai tujuan atau output yang diinginkan. Proses yang efektif mampu mencapai tujuan yang telah ditetapkan dengan baik.

4 Manajemen Sumber Daya Manusia

Tujuan umum manajemen sumberdaya manusia adalah mengoptimalkan kegunaan dalam hal ini produktivitas semua pekerja dalam sebuah organisasi. Dalam hal ini produktivitas diartikan sebagai output sebuah perusahaan (barang atau jasa) terhadap masuknya (manusia, modal, bahan – bahan, energi). Selain tujuan umum terdapat juga tujuan khusus manajemen sumberdaya manusia yaitu terdapat empat tujuan inti, antara lain:

1. Tujuan Organisasional

Tujuan ini berfokus untuk mengenali keberadaan manajemen sumberdaya manusia dalam memberikan kontribusi pada pencapaian efektivitas organisasi.

2. Tujuan Fungsional

Dalam tujuan ini manajemen sumberdaya manusia diharapkan dapat mempertahankan kontribusi departemen pada tingkat yang sesuai dengan kebutuhan organisasi.

3. Tujuan Sosial

Ditujukan secara etis dan sosial merespon terhadap kebutuhan-kebutuhan dan tantangan-tantangan masyarakat melalui tindakan meminimalisasi dampak negatif

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

terhadap organisasi. Kegagalan organisasi dalam menggunakan sumberdayanya dapat menyebabkan hambatan bagi masyarakat.

3. Tujuan Personal

Tujuan ini mempertimbangkan kapan para karyawan harus dipertahankan, dipensiunkan, dimutasi atau dimotivasi guna meningkatkan kinerja dan kepuasan karyawan dapat menurun dan karyawan dapat meninggalkan organisasi.

5 Manajemen Keuangan

Manajemen keuangan merupakan manajemen terhadap fungsi – fungsi keuangan yang meliputi cara memperoleh dana, dan memanfaatkan dana tersebut. Manajemen keuangan merupakan pengelolaan aspek keuangan yang digunakan untuk berbagai penggunaan bisnis, dan berhubungan dengan kombinasi jenis-jenis pembiayaan yang terbaik agar dicapai efisiensi dalam perusahaan. Aspek-aspek termasuk kegiatan manajemen keuangan adalah sebagai berikut:

- 1) Merencanakan dan melaksanakan kerja sama dengan pihak terkait dalam mencari dana
- 2) Mengoordinasikan keputusan keuangan menyangkut investasi baik sumber maupun penggunaan
- 3) Berintegrasi dengan pihak lain agar perusahaan lebih efektif dalam beroperasi
- 4) Mengawasi keuangan dengan membuat laporan perusahaan.

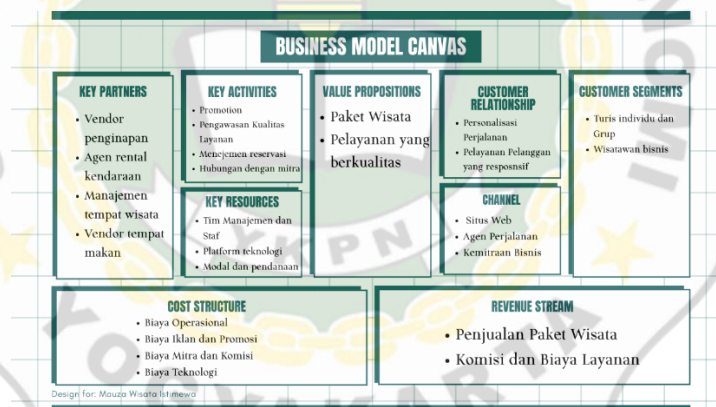
Manajemen keuangan merupakan salah satu hal dalam manajemen yang berkaitan tentang pengelolaan sumber daya keuangan sebuah organisasi. Tujuannya untuk mencapai efektivitas, efisiensi, dan kelangsungan keuangan pada perusahaan. manajemen keuangan juga melibatkan pengelolaan aset, menentukan struktur modal, mengelola arus kas, analisis investasi, perencanaan keuangan jangka panjang, mengelola resiko keuangan, serta pelaporan keuangan. Manajemen keuangan bukan hanya menghitung angka tetapi juga melibatkan pemahaman mendalam tentang kondisi ekonomi, perencanaan jangka panjang, dan strategi. Dengan menerapkan prinsip-prinsip manajemen keuangan yang baik, perusahaan dapat mencapai kesuksesan dalam jangka panjang dengan mengoptimalkan kesehatan keuangan perusahaan.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Manajemen Perubahan dan Inovasi

Manajemen perubahan, menurut John P. Kotter (2012), adalah pendekatan terstruktur untuk mengelola transformasi dalam suatu organisasi. Ini melibatkan identifikasi, perencanaan, implementasi, dan pengelolaan perubahan agar organisasi bisa menyesuaikan diri dengan lingkungan yang terus berubah dan mencapai tujuan strategisnya. Faktor pendorong perubahan, menurut Hussy (2000), antara lain perkembangan teknologi yang cepat, persaingan global yang intensif, tuntutan pelanggan yang meningkat, perubahan demografis, privatisasi, dan tuntutan stakeholders untuk nilai lebih. Inovasi dianggap sebagai kunci untuk kesuksesan jangka panjang di pasar yang kompetitif saat ini, di mana perusahaan yang mampu berinovasi dapat menjadi pionir dalam memasarkan produk baru dan memperoleh keuntungan yang signifikan.

7. Business Model Canvas



Gambar 3. 1 Business Model Canvas

- **Key Partners**

Mauza Wisata Istimewa bekerja sama dengan vendor penginapan, agen rental kendaraan serta vendor tempat makan untuk memastikan perjalanan wisata terkoordinir dengan baik. Kami juga bekerja sama dengan manajemen tempat wisata yang akan dituju supaya perjalanan wisata berjalan dengan lancar.

- **Key Activities**

Mauza Wisata Istimewa memasarkan layanan kepada target pasar melalui berbagai platform media sosial. Kami juga memastikan kualitas layanan yang tinggi dan mendapatkan *feedback* pelanggan untuk peningkatan yang berkelanjutan.

- **Key Resources**

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Mauza Wisata Istimewa mempunyai manajemen dan karyawan yang berpengalaman dalam industri perjalanan wisata dan memiliki pengetahuan mendalam tentang destinasi wisata, budaya lokal, bahasa, dan koneksi dengan pihak lokal seperti hotel, restoran, dan *operator tour*.

- ***Value Propositions***

Mauza Wisata Istimewa menawarkan beragam paket wisata dan memberikan pelayanan yang ramah serta profesional untuk menciptakan pengalaman wisata yang memuaskan.

- ***Customer Relationship***

Mauza Wisata Istimewa berinteraksi secara langsung dengan pelanggan untuk memahami preferensi wisata sesuai kebutuhan serta memberikan pelayanan yang responsif dan tersedia sepanjang waktu.

- ***Channel***

Mauza Wisata Istimewa memiliki platform *online* seperti situs web dan media sosial untuk mempermudah pelanggan dalam melakukan pemesanan paket perjalanan. Kami juga melakukan kerjasama dengan agen perjalanan lokal untuk pemasaran dan penjualan paket wisata

- ***Customer Segments***

Customer Segments Mauza Wisata Istimewa bisa dapat berupa wisatawan individu atau dalam kelompok. Tidak jarang juga wisatawan yang melakukan perjalanan untuk tujuan bisnis.

- ***Cost Structure***

Biaya yang perusahaan keluarkan antara lain biaya operasional, biaya iklan dan promosi, biaya mitra dan komisi, biaya teknologi

- ***Revenue Stream***

Pendapatan Mauza Wisata Istimewa berasal dari penjualan paket wisata dan komisi biaya layanan

8. Penetapan harga

Travel Mauza Wisata Istimewa menetapkan harga paket wisata dengan mempertimbangkan berbagai faktor seperti analisis biaya dan margin keuntungan yang sesuai. Mereka menghitung biaya tetap seperti gaji karyawan dan biaya pemasaran, serta biaya variabel seperti transportasi, akomodasi, makanan, tiket masuk, dan lainnya yang terkait langsung dengan perjalanan. Harga paket disesuaikan dengan segmen pasar seperti paket premium untuk pasar menengah ke atas dan paket ekonomis untuk pasar menengah. Mereka juga melakukan benchmarking terhadap

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

harga kompetitor untuk memastikan harga mereka tetap kompetitif, seringkali menawarkan nilai tambah seperti layanan pelanggan lebih baik atau fasilitas yang lebih nyaman. Berbagai pilihan paket wisata tersedia dengan harga bervariasi, termasuk diskon khusus, promosi musiman, atau paket bundling untuk menarik lebih banyak pelanggan. Travel Mauza Wisata Istimewa menjaga standar kualitas tinggi dalam pelayanan, transportasi, akomodasi, dan itinerary, serta mengumpulkan umpan balik pelanggan untuk menyesuaikan harga dan paket sesuai dengan kebutuhan pasar dan ekspektasi pelanggan.

PEMBAHASAN MANAJEMEN

1 Inovasi Jasa

Manajemen perubahan pada Travel Mauza Wisata Istimewa sangat penting untuk menghadapi globalisasi, variasi permintaan konsumen, pasar yang berfluktuasi, dan kebutuhan karyawan. Perusahaan berkomitmen untuk terus berkembang dengan mengadopsi inovasi sebagai respons terhadap perubahan yang terus-menerus. Stephen R. Covey menekankan bahwa tidak ada perusahaan yang boleh puas dengan keberhasilan saat ini saja, karena dunia terus berubah. Travel Mauza Wisata tidak hanya menawarkan panorama alam yang memukau, tetapi juga pengalaman wisata kuliner yang autentik dan petualangan rasa. Mereka menghadirkan paket wisata kuliner untuk memuaskan para pecinta kuliner dan wisatawan, yang menggabungkan keindahan alam dengan lezatan kuliner khas setiap destinasi. Wisata kuliner mereka tidak hanya menawarkan pengalaman gastronomi, tetapi juga menyelami budaya, tradisi, dan sejarah kuliner setempat.

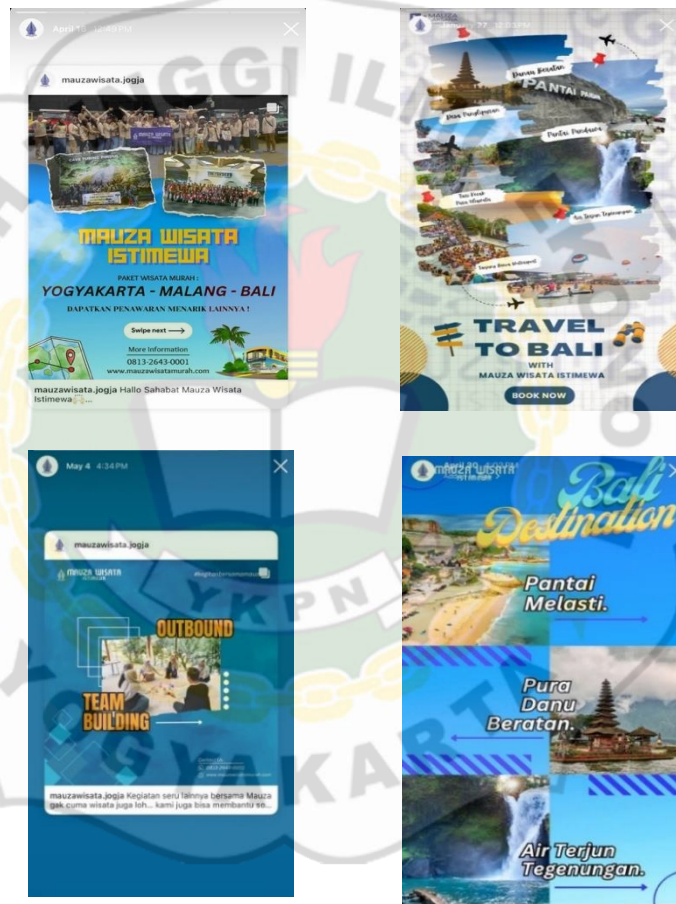
2 Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran digital Travel Mauza Wisata merupakan strategi terencana dan sistematis untuk memanfaatkan platform digital dalam menjangkau target pasar, mempromosikan produk dan layanan wisata, dan membangun *brand awareness*. Hal ini melibatkan berbagai aktivitas, seperti:

- **Membangun *website* yang *user-friendly* dan informatif:** Website Travel Mauza Wisata harus mudah dinavigasi dan menyediakan informasi yang lengkap tentang paket wisata, destinasi wisata, testimoni pelanggan, dan FAQ.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

- **Memanfaatkan media sosial:** Travel Mauza Wisata harus aktif di media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Twitter untuk membangun hubungan dengan pelanggan, mempromosikan produk dan layanan wisata, dan mengikuti tren terkini.
- **Melakukan iklan online:** Travel Mauza Wisata dapat menggunakan platform iklan online seperti Google Ads dan Facebook Ads untuk menjangkau target pasar secara lebih luas dan meningkatkan konversi penjualan.



Gambar 4. 1 Promosi melalui Instagram

3. Manajemen sumber daya manusia

Manajemen sumber daya manusia (SDM) yang efektif sangat penting bagi Travel Mauza Wisata untuk mencapai kesuksesan dalam industri pariwisata yang kompetitif. Berikut adalah beberapa poin penting dalam manajemen SDM di Travel Mauza Wisata, dengan fokus pada departemen-departemen utama:

1. CEO Department:

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

CEO Travel Mauza Wisata bertanggung jawab atas penetapan visi dan misi perusahaan, serta memastikan kerja sama antardepartemen untuk mencapai tujuan bersama. Sebagai pemimpin, CEO memiliki peran kunci dalam merancang dan mengimplementasikan strategi bisnis yang efektif. Dia memimpin tim manajemen, menginspirasi mereka untuk mencapai tujuan bersama, dan menciptakan lingkungan kerja yang positif dan inklusif untuk menarik serta mempertahankan bakat terbaik dalam perusahaan.

2. Finance Department:

Departemen keuangan di Travel Mauza Wisata memiliki peran krusial dalam mengelola keuangan perusahaan. Tugas utama mereka meliputi penyusunan anggaran yang akurat, pemantauan pengeluaran, dan menjaga kesehatan keuangan perusahaan. Mereka bertanggung jawab atas manajemen anggaran, memastikan bahwa pengeluaran sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan. Selain itu, departemen keuangan menyusun laporan keuangan yang tepat waktu dan akurat untuk memantau kinerja finansial perusahaan secara berkala. Mereka juga melakukan analisis mendalam terhadap data keuangan untuk mengidentifikasi peluang pertumbuhan dan area yang perlu diperbaiki dalam operasi bisnis perusahaan.

3. Promotion Department:

Departemen promosi di Travel Mauza Wisata memiliki peran sentral dalam mengelola strategi pemasaran perusahaan. Tugas mereka mencakup pengembangan dan pelaksanaan strategi pemasaran secara online dan offline. Secara online, mereka bertanggung jawab atas promosi melalui website perusahaan, media sosial seperti Instagram dan Facebook, serta melalui iklan digital seperti Google Ads dan Facebook Ads. Di sisi lain, mereka juga aktif dalam promosi offline melalui kehadiran dalam pameran wisata, roadshow, dan kemitraan dengan agen perjalanan lokal. Selain itu, departemen ini memainkan peran penting dalam membangun hubungan kerja sama dengan media dan influencer untuk meningkatkan awareness atau kesadaran masyarakat terhadap merek Travel Mauza Wisata.

4. Content Creator:

Dalam departemen produksi konten, *content creator* memegang peran kunci dalam menciptakan materi yang menarik dan informatif untuk berbagai platform digital

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Travel Mauza Wisata. Tanggung jawab mereka meliputi *copywriting*, yang melibatkan penulisan artikel, *posting* blog, *caption* media sosial, dan materi pemasaran lainnya untuk menyampaikan pesan yang jelas kepada audiens. Selain itu, mereka juga bertanggung jawab atas fotografi dan videografi, di mana mereka menghasilkan gambar dan video yang menarik tentang destinasi wisata, paket perjalanan, dan aktivitas wisata. Tugas terakhir mereka adalah *editing*, di mana mereka mengedit gambar, video, dan materi pemasaran lainnya untuk memastikan kualitas dan konsistensi konten yang dihasilkan.

4. Manajemen Keuangan

Modal

Nama	Quantity	Satuan	Harga Satuan	Total
Website dan SEO	1	-	30,000,000	30,000,000
Meja	4	pcs	500,000	2,000,000
Kursi	4	pcs	200,000	800,000
AC	2	pcs	2,500,000	5,000,000
Laptop	4	pcs	8,000,000	32,000,000
Printer	1	pcs	3,000,000	3,000,000
Proyektor	1	pcs	2,700,000	2,700,000
Renovasi Kantor	-	-	24,500,000	<u>24,500,000</u>
Total Modal				100,000,000

Tabel Modal Travel Mauza Wisata

Keterangan:

- Modal yang dibutuhkan untuk menjalankan bisnis Travel Mauza Istimewa adalah sebesar **Rp 100.000.000**

Cashflow Travel Mauza Wisata Istimewa

Cashflow (arus kas) adalah aliran masuk dan keluar uang tunai dalam suatu perusahaan atau proyek selama periode tertentu. Arus kas mencakup semua uang yang diterima (pendapatan) dan dikeluarkan (biaya) oleh perusahaan. *Cashflow* mencerminkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan uang tunai dari operasi bisnisnya, serta mengelola kebutuhan keuangan jangka pendek dan panjang.

Cashflow Bulan Januari

Tabel 4.1 *Cashflow* Bulan Januari

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

No	Tanggal	Deskripsi	Uang Masuk	Uang Keluar	Saldo Akhir
1	11/1/2024	Uang Muka Pendapatan	30,000,000	23,246,460	6,753,540
2	12/1/2024	Biaya Pendapatan Paket Wisata		350,000	6,403,540
3	13/1/2024	Biaya Pendapatan Paket Wisata		390,000	6,013,540
4	14/1/2024	Pendapatan Paket Wisata	122,765,000		128,778,540
5	15/1/2024	Biaya Pendapatan Paket Wisata		4,922,563	123,855,977
6	16/1/2024	Biaya Pendapatan Paket Wisata		7,320,000	116,535,977
7	17/1/2024	Pendapatan Paket Wisata	647,000	17,184,533	99,998,444
8	18/1/2024	Pendapatan Paket Wisata	4,457,000	80,450,000	24,005,444
9	19/1/2024	Pendapatan Paket Wisata	3,550,000	2,343,500	25,211,944
10	20/1/2024	Biaya Pendapatan Paket Wisata		7,350,000	17,861,944
11	27/1/2024	Biaya Pendapatan Paket Wisata		35,000	17,826,944
Total					17,826,944

Keterangan:

- Pada pencatatan untuk Bulan Januari tahun 2024 pendapatan kotor sementara sebesar **Rp 17,826,944**

Cashflow Bulan Februari

Tabel 4.4 *Cashflow* Bulan Februari

No	Tanggal	Deskripsi	Uang Masuk	Uang Keluar	Saldo Akhir
----	---------	-----------	------------	-------------	-------------

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

1	12/02/2024	Biaya Pendapatan Paket Wisata		10,000,000	-	10,000,000
2	16/02/2024	Biaya Pendapatan Paket Wisata		500,000	-	10,500,000
3	18/02/2024	Biaya Pendapatan Paket Wisata		80,000,000	-	90,500,000
4	24/02/2024	Biaya Pendapatan Paket Wisata		1,000,000	-	91,500,000
5	26/02/2024	Biaya Pendapatan Paket Wisata		1,000,000	-	92,500,000
6	27/02/2024	Biaya Pendapatan Paket Wisata		1,843,500	-	94,343,500
7	29/02/2024	Biaya Pendapatan Paket Wisata		1,000,000	-	95,343,500
8	31/02/2024	Pendapatan Paket Wisata	321,697,900			92,471,200
9	31/02/2024	Biaya Pendapatan Paket Wisata		133,883,200		
Total						92,471,200

Keterangan:

- Pada pencatatan untuk Bulan Februari tahun 2024 pendapatan kotor sementara sebesar **Rp 92.471.200**

Laporan Laba Rugi Bulan Januari

Tabel 4. 3 Laporan laba Rugi Bulan Januari

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Laporan Laba Rugi	
Bulan Januari 2024	
<i>Revenue</i>	
Pendapatan Paket Wisata	321,697,900
Pendapatan Rental	6,550,000
Pendapatan Lain - Lain	8,681,222
Total Pendapatan	336,929,122
<i>Total Cost of Sale</i>	
Biaya Pendapatan Paket Wisata	232,226,700
Biaya Pendapatan Rental	3,280,000
Biaya Pendapatan Lain - Lain	6,375,000
Total Biaya	241,881,700
<i>Payroll & Related Expense</i>	
Gaji dan Upah Karyawan	15,200,000
	15,200,000
<i>Operating Expense</i>	
Printing & Alat Tulis Kantor	696,000
Transportasi & Pengiriman	
Dokumen	1,722,500
Bahan Bakar	875,000
Perbaikan Kendaraan	30,000
Listrik	400,000
Bank Charges	55,000
Perlengkapan Kantor	109,500
Aktivitas Sosial Karyawan	165,000
Rusak/Hilang	18,668
Total Biaya Operasi	4,071,668
Gross Operating Profit	75,775,754
<i>Non Operating Expense</i>	
Biaya Lain - Lain oleh Pemilik	1,545,500

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

	1,545,500
<i>Tax</i>	-
<i>Net Profit After Tax</i>	<u>74,230,254</u>

Keterangan:

- Pada pencatatan Bulan Januari 2024 laba bersih setelah pajak (*Net Profit After Tax*) sebesar **Rp 74.230.254**

Laporan Laba Rugi Bulan Februari

Tabel 4. 4 Laporan laba Rugi Bulan Februari

Laporan Laba Rugi Bulan Februari 2024	
<i>Revenue</i>	
Pendapatan Paket Wisata	240,730,000
Pendapatan Rental	6,000,000
Pendapatan Lain - Lain	1,212,000
Total Pendapatan	<u>247,942,000</u>
<i>Total Cost of Sale</i>	
Biaya Pendapatan Paket Wisata	174,850,300
Biaya Pendapatan Rental	2,250,000
Total Biaya	<u>177,100,300</u>
<i>Payroll & Related Expense</i>	
Gaji dan Upah Karyawan	15,200,000
Tunjangan Makan Karyawan	540,500
	<u>15,740,500</u>
<i>Operating Expense</i>	
Printing & Alat Tulis Kantor	583,500
Transportasi & Pengiriman Dokumen	1,693,000
Bahan Bakar	200,000
Perbaikan Kendaraan	2,700,000
Listrik	400,000
Internet, Iklan & Interactive Media	170,000

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Telephone & Tunjangan Telephone	200,000	
Bank Charges	97,810	
Perlengkapan Kantor	52,500	
Aktivitas Sosial Karyawan	2,450,100	
Rusak/Hilang	44,299.75	
Total Biaya Operasi		8,591,210
Gross Operating Profit		46,509,990
<i>Non Operating Expense</i>		
Biaya Lain - Lain oleh Pemilik	4,545,500	
		4,545,500
Tax		-
Net Profit After Tax		41,964,490

Keterangan:

- Pada pencatatan Bulan Februari 2024 laba bersih setelah pajak (*Net Profit After Tax*) sebesar **Rp 41,964,490**

Laporan Laba Rugi Bulan Maret

Tabel 4. 5 Laporan laba Rugi Bulan Maret

Laporan Laba Rugi Bulan Februari 2024		
<i>Revenue</i>		
Pendapatan Paket Wisata	156,550,000	
Pendapatan Rental	9,500,000	
Pendapatan Lain - Lain	1,200,081	
Total Pendapatan		167,250,081
<i>Total Cost of Sale</i>		
Biaya Pendapatan Paket Wisata	100,874,000	
Biaya Pendapatan Rental	6,650,000	
Total Biaya		107,524,000
<i>Payroll & Related Expense</i>		
Gaji dan Upah Karyawan	13,200,000	
Tunjangan Makan Karyawan	849,000	
Tunjangan Hari Raya	6,600,000	

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

		20,649,000
<i>Operating Expense</i>		
Printing & Alat Tulis Kantor	185,000	
Transportasi & Pengiriman Dokumen	1,329,000	
Perbaikan Kendaraan	95,350	
Listrik	400,000	
Internet, Iklan & Interactive Media	170,000	
Bank Charges	85,500	
Aktivitas Sosial Karyawan	298,000	
Biaya Lain - Lain	300,000	
Rusak/Hilang	18,668.25	
Total Biaya Operasi		2,881,518
Gross Operating Profit		36,195,563
<i>Non Operating Expense</i>		
Biaya Lain - Lain oleh Pemilik	8,511,000	
		8,511,000
<i>Tax</i>		-
Net Profit After Tax		27,684,563

Keterangan:

- Pada pencatatan Bulan Maret 2024 laba bersih setelah pajak (*Net Profit After Tax*) sebesar **Rp 27,684,563**

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Travel Mauza Wisata Istimewa telah menjadi pemimpin di industri agen perjalanan domestik berkat fokusnya pada kualitas layanan dan kepuasan pelanggan. Mereka menawarkan beragam paket wisata yang dirancang secara hati-hati untuk memberikan pengalaman yang tak terlupakan bagi setiap pelanggan. Keunggulan perusahaan ini terletak pada penekanan kuat pada destinasi wisata dalam negeri, memastikan setiap perjalanan tidak hanya menampilkan keindahan alam lokal yang menakjubkan, tetapi juga memenuhi kebutuhan dan preferensi wisatawan dengan teliti. Dengan dukungan tim profesional dan berpengalaman serta penggunaan teknologi modern, Travel Mauza Wisata Istimewa menyediakan layanan yang nyaman dan efisien kepada setiap pelanggan. Reputasi mereka yang solid dibangun atas pelayanan ramah, informasi wisata yang komprehensif, fleksibilitas dalam penyesuaian paket wisata, dan proses

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

pemesanan yang mudah. Oleh karena itu, Travel Mauza Wisata Istimewa tetap menjadi pilihan utama bagi para pelancong yang menginginkan pengalaman wisata tak terlupakan di dalam negeri.

Saran

Untuk meningkatkan kualitas dan daya tarik layanan, Travel Mauza Wisata Istimewa dapat mempertimbangkan beberapa strategi.

- Diversifikasi Paket Wisata:

Menambahkan variasi dalam paket wisata seperti wisata ekologi, petualangan, dan budaya yang lebih mendalam dapat memperluas daya tarik kepada pelanggan.

- Meningkatkan Layanan Digital:

Memperbarui aplikasi mobile dan situs web dengan fitur-fitur seperti ulasan pelanggan, layanan obrolan langsung, dan rekomendasi personalisasi akan meningkatkan kenyamanan pengguna dalam merencanakan perjalanan mereka.

- Kerjasama dengan Bisnis Lokal:

Bermitra dengan bisnis lokal di destinasi wisata akan memberikan pengalaman yang lebih otentik kepada pelanggan, menciptakan koneksi yang lebih dalam dengan komunitas lokal.

- Program Loyalitas Pelanggan:

Menghadirkan program loyalitas dengan insentif seperti diskon khusus, hadiah, atau akses eksklusif dapat meningkatkan loyalitas dan retensi pelanggan.

- Ekspansi Promosi Melalui Media Sosial dan Konten Digital:

Memperluas upaya promosi melalui media sosial, blog, dan video perjalanan, serta memberikan informasi edukatif tentang wisata ramah lingkungan, akan menarik perhatian dan minat wisatawan.

- Penyesuaian Paket Wisata dengan Tren Terbaru:

Menyesuaikan paket wisata dengan tren terkini seperti wisata kesehatan, digital detox, atau workation dapat menarik segmen pasar yang berkembang dan beragam.

Bibliography

Akbar, A. (2018). *Analisis SWOT dalam Peningkatan Daya Tarik Konsumen pada Bisnis Travel*.

Badan Pusat Statistik. (2023, May 2). Pemulihan pariwisata domestik Indonesia 2022.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

<https://www.bps.go.id/id/pressrelease/2023/05/02/2041/pemulihan-pariwisata-domestik-indonesia-2022-.html>

- Baker, W. E., & Sinkula, J. M. (2002). *Market Orientation, Learning Orientation and Product Innovation: Delving into the Organization's Black Box*. *Journal of Market-Focused Management*, 5(1), 5-23.
- Balai Pustaka. (1998). *Kamus Besar Bahasa Indonesia (3rd ed.)*. Jakarta, Indonesia: Balai Pustaka.
- Bappeda Provinsi D.I. Yogyakarta. (2024). *Jumlah wisatawan yang menggunakan jasa akomodasi*. Diakses dari https://bappeda.jogjaprov.go.id/dataku/data_dasar/index/215-jumlah-wisatawan-yang-menggunakan-jasa-akomodasi#55
- Covey, S. R. (1989). *The 7 Habits of Highly Effective People: Powerful Lessons in Personal Change*.
- Drucker, P. F. (1954). *The Practice of Management*. New York: Harper & Brothers.
- Heizer, J., & Render, B. (2005). *Operations Management (8th ed.)*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Herjanto, E. (2003). *Manajemen Operasi*. Jakarta: Grasindo.
- Hussy, D. (2000). *Managing Change: A Strategic Approach to Organisational Dynamics*.
- Kessler, E. H., & Chakrabarti, A. K. (1996). *Innovation Speed: A Conceptual Model of Context, Antecedents, and Outcomes*. *Academy of Management Review*, 21(4), 1143-1191.
- Kotler, P. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Krisnatanto, I. (2009). *Kewirausahaan dan Inovasi dalam Perekonomian Kreatif*.
- Mondy, R. W., & Noe, R. M. (2010). *Human Resource Management (11th ed.)*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Munandar, U. (2012). *Pengembangan kreativitas anak berbakat*. Jakarta: Rineka Cipta
- Prayudi, A., & Yulistria, A. (2020). *Pemasaran: Teori, Strategi, dan Aplikasi*. Penerbit Salemba Empat.
- Redaksi Kompas. (2023, Desember 18). *Mengelola berkah pariwisata Yogyakarta di pengujung tahun*. *Kompas.id*.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

<https://www.kompas.id/baca/nusantara/2023/12/18/mengelola-berkah-pariwisata-yogyakarta-di-pengujung-tahun>

