

RANCANGAN BISNIS DAN KONSEP BRANDING HOSPITALITY DAN TOUR ANAK PERUSH. PT. BBKS

I. RENCANA BISNIS – HOSPITALITY DAN TOUR BANGUN BANUA

A. LATAR BELAKANG

Sebagai anak perusahaan dari PT Bangun Banua Kalimantan Selatan, unit HOSPITALITY dan TOUR BANGUN BANUA dibentuk untuk memperkuat diversifikasi usaha daerah melalui sektor jasa wisata, akomodasi, dan layanan perjalanan terpadu. Kalimantan Selatan memiliki potensi ekowisata, wisata religi, serta wisata maritim yang belum tergarap optimal. Dengan dukungan jaringan perusahaan daerah dan sumber daya lokal, unit ini ditujukan menjadi motor pariwisata berbasis kearifan Banua.

B. VISI DAN MISI VISI:

Menjadi perusahaan penyedia layanan wisata dan akomodasi terdepan di Kalimantan Selatan yang berbasis budaya lokal dan pelayanan profesional.

MISI:

1. Menghadirkan pengalaman wisata berkarakter Banua yang otentik dan berkelanjutan.
2. Mengembangkan portofolio layanan (tour, travel, hotel, resort, event management).
3. Menyerap tenaga kerja lokal serta mendorong ekonomi kreatif daerah.
4. Menjalin kemitraan dengan pelaku usaha nasional dan BUMN bidang hospitality.

C. STRUKTUR BISNIS

1. **TOUR DAN TRAVEL DIVISION** – Tiketing dan pengelolaan paket wisata regional, ziarah, dan Umroh.
2. **HOSPITALITY DIVISION** – Pengelolaan penginapan/hotel, homestay, resort, dan guest house milik BBKS.
3. **EVENT DAN MICE DIVISION** – Penyelenggaraan (EO) event korporat, RUPS, gathering, dan training.
4. **TRANSPORTATION SUPPORT** – Penyediaan armada wisata (bus, minibus, kapal wisata) dan sewa/rental kendaraan untuk dinas.

D. ANALISIS PASAR

PELUANG: Tren wisata domestik meningkat pasca-pandemi, terutama wisata religi dan wisata alam.

KEKUATAN INTERNAL: Aset bangunan dan beserta tanah dan jaringan PT Bangun Banua Kalsel di seluruh Kalimantan Selatan terutama support dari pemprov dan anak usaha PT. BBKS lainnya.

STRATEGI AWAL: Fokus pada anak usaha PT. BBKS (Ambapers) dan government client (pemprov, BUMD, BUMN) sebagai pasar awal sebelum masuk pasar umum.

E. RENCANA KEUANGAN AWAL

Modal awal: ± Rp 200 – 300 juta (aset + kas).

Break-even: Tahun ke-2 operasi dengan target margin bersih 15 - 20%.

Sumber pendapatan utama: paket wisata, sewa kendaraan, tiketing, dan event korporat.

F. TAHAPAN IMPLEMENTASI

1. **Bulan 1 - 2:** Legalitas dan operasional dasar (izin, kantor, armada).
 2. **Bulan 2 - 4:** Kolaborasi strategis dengan hotel dan resort lokal dan nasional.
 3. **Bulan 5 - Seterusnya:** Perluasan jangkauan bisnis melalui ekspansi digital (e-booking system).
-

II. KONSEP DAN BRANDING – HOSPITALITY DAN TOUR BANGUN BANUA

A. TAGLINE

Konsep tagline perusahaan ini “KAWAN BEJALANAN”, menggambarkan keterbukaan, keramahan, dan keindahan alam khas Kalimantan Selatan.

NILAI UTAMA:

- **AUTHENTICITY** – Pengalaman lokal yang jujur dan berakar pada budaya Banua.
- **HOSPITALITY** – Pelayanan ramah, hangat, dan profesional.
- **SUSTAINABILITY** – Menjaga lingkungan dan melibatkan masyarakat lokal.

B. NARASI BRAND

Hospitality dan Tour Bangun Banua hadir membawa semangat excellent services dengan budaya Banjar sebagai satu kesatuan pengalaman. Kami bukan sekadar agen perjalanan, melainkan penyambung antara alam, manusia, dan warisan Banua.

=====

DOKUMEN INI DAPAT DIGUNAKAN SEBAGAI DASAR PENGAJUAN LEGALITAS
DAN PRESENTASI BISNIS AWAL UNTUK UNIT USAHA HOSPITALITY DAN TOUR
PT BANGUN BANUA KALIMANTAN SELATAN.