

# **RENCANA BISNIS “BENTALALOKA”**

## **PROYEK AKHIR**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan  
Program Diploma IV Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata  
Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung



disusun oleh:

**GARRYL GILBERT R**

**Nomor Induk : 201721792**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS PARIWISATA  
JURUSAN KEPARIWISATAAN  
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA BANDUNG  
2021**



BUSINESS PLAN



# BENTALALOKA

*JOURNEY TO THE TREASURE*

[ CV. Lokalinterus ]

---

Garryl Gilbert Rondonuwu

201721792

## PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Garryl Gilbert Rondonuwu  
Tempat/Tanggal Lahir : Tomohon, 22 April 1997  
NIM : 201721792  
Program Studi : Manajemen Bisnis Pariwisata  
Jurusan : Kepariwisataan

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir/Proyek Akhir/Skripsi yang berjudul:  
"Rencana Bisnis Bentalaloka"  
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, Oktober 2021



**Garryl Gilbert Rondonuwu**

**201721792**

# LEMBAR PENGESAHAN

## PROYEK AKHIR

“Rencana Bisnis Bentalaloka”

NAMA : Garryl Gilbert Rondonuwu  
NIM : 201721792  
PROGRAM STUDI : Manajemen Bisnis Pariwisata (MBW)  
JURUSAN : KEPARIWISATAAN

Pembimbing I,



**Valentino Sumardi, MM. Par**

NIP. 19720807 200312 1 00

Pembimbing II,



**Nurdin Hidayah, S.ST.Par.,MM**

NIP. 19810102 200912 1 004

Bandung, .....

Mengetahui,

Plt. Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung

**Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc**

NIP.19710506 199803

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur kehadiran Tuhan YME yang telah melimpahkan rahmat dan pengetahuan sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Proyek Akhir yang berjudul “Rencana Bisnis Bentalaloka”. Tujuan dari Proyek akhir ini adalah untuk memenuhi salah satu persyaratan akademik dalam menyelesaikan Program Diploma IV, program studi Manajemen Bisnis Pariwisata, jurusan Kepariwisataan, Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung.

Dalam penulisan Proyek Akhir, penulis ingin memberikan apresiasi setinggi-tingginya terhadap pihak-pihak yang telah memberikan dukungan. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc. Selaku PLT Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung.
2. Bapak Valentino Sumardi, MM.Par. Selaku dosen pembimbing pertama yang telah meluangkan waktu, ilmu dan arahan dalam penyusunan Proyek Akhir ini.
3. Bapak Nurdin Hidayah, S.ST.Par.,MM. Selaku dosen pembimbing kedua yang telah meluangkan waktu, ilmu dan arahan dalam penyusunan Proyek Akhir ini.
4. Seluruh dosen dan staff program studi Manajemen Bisnis Pariwisata.
5. Kedua Orang Tua yang telah memberikan dukungan moril maupun materil
6. Seluruh rekan Jurusan Kepariwisataan Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung yang telah memberikan dukungan.

Penulis menyadari bahwa penulisan Proyek Akhir ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan penulis untuk menjadi evaluasi kedepannya.

Bandung, Oktober 2021

Penulis

## DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
EXECUTIVE SUMMARY.....	2
BAB I.....	4
DESKRIPSI BISNIS.....	4
A. Latar Belakang.....	4
B. Gambaran Umum Bisnis.....	6
1. Deskripsi Bisnis.....	6
2. Deskripsi Logo dan Nama.....	6
C. Visi dan Misi.....	6
D. Rencana SWOT.....	7
E. Gambaran Umum Produk dan Jasa.....	16
F. Rencana Legalitas Usaha.....	17
BAB II.....	18
ASPEK PRODUK/JASA.....	18
A. Daftar dan Deskripsi Produk/Jasa.....	18
B. Alasan dan Keunggulan Produk/Jasa.....	22
C. Penyajian dan Kemasan Produk/Jasa.....	23
D. Perhitungan Nilai Jual.....	26
E. Analisis Sumber Daya.....	28
F. Analisa Kapasitas Produksi.....	29
G. Manajemen <i>Inventory</i> .....	30
H. Analisa Proses Produk/Jasa.....	33
I. Analisa Produk/ <i>Service Life Cycle</i> .....	34
J. Strategi Efisiensi Produksi.....	35
K. Pengembangan Produk.....	35
BAB III.....	38
ASPEK PASAR DAN PEMASARAN.....	38

<b>A. Riset Pasar</b> .....	38
1. Survei Pasar.....	38
2. <i>Market Trend</i> .....	42
<b>B. Segmenting</b> .....	42
<b>C. Targeting</b> .....	44
<b>D. Positioning</b> .....	45
<b>E. Customer Retention</b> .....	46
<b>F. Market Size</b> .....	47
<b>G. Market Growth</b> .....	48
<b>H. Analisa Produk - Market Fit</b> .....	49
<b>I. Analisa Kompetitor</b> .....	52
<b>J. Pemasaran</b> .....	54
<b>BAB IV</b> .....	<b>63</b>
<b>ASPEK SDM DAN OPERASIONAL</b> .....	<b>63</b>
<b>A. Sumber Daya Manusia</b> .....	63
1. Identitas Owners/Founders.....	63
2. Struktur Organisasi.....	63
3. Job Analysis & Job Description.....	64
4. Manning Budget / Anggaran Tenaga Kerja.....	65
5. Recruitment & Hiring Procedure.....	66
6. Management Policies & Procedure.....	67
7. Strategi Efisiensi dan Pengembangan Karyawan.....	67
<b>B. Operasional</b> .....	68
1. <i>Physical, Financial, Intellectual, Human</i> .....	68
2. <i>Service Scope</i> .....	68
3. <i>Supply Chain &amp; Quality Control</i> .....	72
4. <i>Quality Control</i> .....	74
5. <i>Strategi Manajemen Risiko</i> .....	76
6. Rencana Operasional.....	77
<b>BAB V</b> .....	<b>85</b>
<b>ASPEK KEUANGAN</b> .....	<b>85</b>
<b>A. Metode Pencatatan Akuntansi</b> .....	85
<b>B. Capital Expenditure</b> .....	85

1. <i>Long - Term Financial Requirement (Capital Expenditure)</i> .....	86
2. <i>Short - Term Financial Requirement</i> .....	86
3. Penentuan Titik Impas.....	89
4. Pendanaan Investasi.....	90
<b>C. <i>Financial Statements</i></b> .....	90
1. Neraca Keuangan ( <i>Balance Sheet</i> ).....	90
2. Laporan Laba - Rugi ( <i>Income Statement</i> ).....	91
3. Laporan Arus Kas.....	94
<b>D. Penentuan Titik Impas</b> .....	95
1. Break Event Point.....	95
<b>E. Pendanaan dan Penilaian Investasi</b> .....	97
<b>F. Analisis Investasi</b> .....	97
1. Net Present Value.....	97
2. Payback Period.....	99
3. Internal Rate of Return (IRR).....	100
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>101</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>105</b>



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Bertalaloka .....	6
Gambar 1.2 Porter Forces Analysis.....	14
Gambar 2.1 The Spices Tour.....	19
Gambar 2.2 The Great Local Adventure Bandung.....	19
Gambar 2.3 The Dine In The Wild.....	20
Gambar 2.4 The Food For The Soul.....	21
Gambar 2.5 Kemasan Kuliner.....	24
Gambar 2.6 ilustrasi design tempat.....	25
Gambar 2.8 ilustrasi interior karavan.....	26
Gambar 2.9 Analisa Proses Produk/Jasa.....	33
Gambar 3.0 Design Thinking Bertalaloka.....	36
Gambar 3.1 Kuesioner Kemauan Mencoba Produk.....	39
Gambar 3.2 Kuesioner Aktivitas Permainan Geocaching.....	40
Gambar 3.3 Kuesioner Produk Piknik yang Memenuhi Kebutuhan Aktivitas Alam.....	40
Gambar 3.4 Kuesioner Aktivitas Trekking dan Cycling yang Memenuhi Kebutuhan.....	40
Gambar 3.5 Kuesioner Produk yang Ditawarkan Memenuhi Kebutuhan.....	41
Gambar 3.1 Jumlah Penduduk Indonesia Merurut Generasi.....	43
Gambar 3.3 Javelin Board Bertalaloka.....	52
Gambar 4.3 Brand Ambassador Program.....	55
Gambar 4.4 Timeline pengembangan produk.....	57
Gambar 5.1 Struktur Organisasi Bertalaloka.....	63
Gambar 4.2 Service Scape Bertalaloka.....	70
Gambar 4.3 Supply Chain Bertalaloka.....	73
Gambar 4.4 Quality Control Bertalaloka.....	74
Gambar 5.1 Break Even Analysis.....	96
Gambar 5.2 Tabel Annual discount factor.....	98

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Analisis Swot Bentalabka.....	7
Tabel 1.2 Matriks Tows Bentalabka.....	8
Tabel 1.3 Pembobotan Kekuatan.....	11
Tabel 1.4 Pembobotan Kelemahan.....	11
Tabel 1.5 Pembobotan Peluang.....	11
Tabel 1.6 Pembobotan Ancaman.....	12
Tabel 1.7 Nilai Swot Bentalabka.....	12
Tabel 1.8 Kuadran Matriks Swot Bentalabka.....	13
Tabel 2.1 Paket Aktivitas Piluk.....	21
Tabel 2.2 Kapasitas Bentalabka.....	30
Tabel 2.3 Inventory Bentalabka.....	31
Tabel 2.4 Product Life Cycle Bentalabka.....	34
Tabel 3.1 Segmentasi.....	43
Tabel 3.2 Target Market.....	45
Tabel 3.3 Positioning Statement.....	45
Tabel 3.4 Analisis Kompetitor.....	53
Tabel 3.2 Harga Paket Aktivitas Bentalabka.....	57
Tabel 3.3 Timeline Program Price.....	58
Tabel 3.4 Ahr Sahuran Distribusi.....	58
Tabel 3.5 Media Pemasaran.....	60
Tabel 3.5 Proyeksi Penjualan.....	61
Tabel 4.2 Manpower Plan Bentalabka.....	65
Tabel 4.3 Model Service Scape Bentalabka.....	70
Tabel 4.4 Quality Control Bentalabka.....	76
Tabel 4.5 Risiko Operasional Dan Keuangan Bentalabka.....	77

Tabel 4.6 Rencana Aksi Bentalabka .....	78
Tabel 5.1 Initial Investment Bentalaloka.....	87
Tabel 5.4 Neraca Keuangan.....	90
Tabel 5.5 Laporan Laba Rugi Bentalaloka.....	92
Tabel 5.8 Laporan Arus Kas Bentalabka.....	94
Tabel 5.7 Net Present Value Bentalaloka.....	98
Tabel 5.8 Payback Period Bentalaloka.....	99
Tabel 5.9 Internal Rate Of Return Bentalabka.....	100

## DAFTAR PUSTAKA

### **Buku**

1. Albrecht, W. S., Stice, E.K., & Stice, J.D. (2011). *Financial accounting concepts*. Mason : Cengage Learning, Inc.
2. Kotler, Philip. John T. Bowen, dkk (2017). *Marketing for Tourism and Hospitality 7th Ed*. London : Pearson
3. Kotler, Philip. dan Gary Armstrong, (2012) *Principles of Marketing : Global 15 Ed*. Kendallville : Pearson
4. Osterwalder, Alexander & Yves, 2010. *Business Model Generation*. USA : Wiley
5. Perreault, D. Wiliam. Joseph P. Canon., dan E. Jerome McCarthy. (2017). *Essential of Marketing : A Marketing Strategy Planning Approach, Fifteenth Edition*. New York : McGraw-Hill Education.

### **Jurnal**

6. Adawiya, Robiatur & Iqbal, (2018). Analisis kondisi existing dan pengembangan model bisnis dalam sektor pariwisata.
7. Anwar, Arief, dkk. 2018. Strategi Pengembangan Wisata berbasis kearifan lokal di Kalimantan Selatan.
8. Expedia & The Future Foundantion (2016). *Millennials & Future of Travel*. Dikutip pada 10 Maret 2021 dari <https://outger.com/v2/7-karakteristik-wisatawan-millennial/>.
9. Hudaiby, Ahmad (2018). *Desain Pengalaman Desa Wisata*.
10. Kemenparekraf (2019). *Pedoman Pengembangan Wisata Kuliner*
11. Ludianto, Theresia. 2016 . *Business Model Canvas pada Hotel Cempaka Hill Jember*.
12. Mckinsey, (2014). *Asian Millennial Travel Report*. Dikutip pada 10 Maret 2021 dari <https://outger.com/v2/7-karakteristik-wisatawan-millennial/>
13. Nugraha, Doni & Tirtakusumah, Subarna, (2019). "Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah kunjungan wisatawan ke objek wisata di bandung raya

14. WYSE/UNWTO, (2014). The Millennial Traveller Survey. Dikutip pada 10 Maret 2021 dari <https://outger.com/v2/7-karakteristik-wisatawan-millennial/>.

#### **Website**

15. Ahmad Apriyono (2017). Riset: Anak Milenial lebih suka Wisata alam ketimbang wisata kota. Dikutip pada 10 Maret 2021 dari <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/2884313/riset-anak-milenial-lebih-suka-wisata-alam-ketimbang-wisata-kota>.
16. Anastasia Belyh (2020). Cost Structure Block in Business Model Canvas. Dikutip pada 11 Maret 2021 dari <https://www.cleverism.com/cost-structure-block-in-business-model-canvas/>
17. Accurate (2020). Revenue Stream : Pengertian, Jenis, Contoh dan Fungsinya. Dikutip pada 11 Maret 2021 dari <https://accurate.id/marketing-manajemen/pengertian-revenue-stream/>
18. Ayu (2012). Perbedaan dari Akuntansi Basis Akrual (Accrual Basis) dengan Akuntansi Basis Kas (Cash Basis). Dikutip pada 18 Maret 2021 dari <https://ukirama.com/blogs/perbedaan-dari-akuntansi-basis-akrual-accrual-basis-dengan-akuntansi-basis-kas-cash-basis>.
19. Garjito, Dany (2018). 6 Paket Wisata Kuliner Anti Mainstream Bareng Belmond. Dikutip pada 20 Maret 2021 dari <https://www.guideku.com/food/2018/10/01/130846/6-paket-wisata-kuliner-anti-mainstream-bareng-belmond>
20. KabarRuang (2019). Contoh Bisnis Model Kanvas Makanan. Dikutip pada 11 Maret 2021 dari <https://www.kabaruang.com/2019/03/contoh-bisnis-model-kanvas-makanan/>
21. Kahfi Dirga Cahya (2020). 8 Tren Wisata Setelah Pandemi, Staycation hingga wisata alam. Dikutip pada 10 Maret 2021 dari <https://travel.kompas.com/read/2020/08/24/173600727/8-tren-wisata-setelah-pandemi-staycation-hingga-wisata-alam?page=all>
22. KumparanTravel (2020). Fokus Turis Domestik Hingga Wisata Alam, Ini Tren Pariwisata di 2021. Dikutip pada 10 Maret 2021 dari

<https://kumparan.com/kumparantravel/fokus-turis-domestik-hingga-wisata-alam-ini-tren-pariwisata-di-2021-1uskGJqI6QS>.

23. Muchilisin Riadi (2016). Pengertian, Fungsi, Tujuan dan Jenis-jenis Kemasan. Dikutip pada 11 Maret 2021 dari <https://www.kajianpustaka.com/2016/10/pengertian-fungsi-tujuan-dan-jenis-kemasan.html>
24. Utama, K., 2021. Wisatawan Retention. Dikutip pada 20 Maret 2021 dari <https://bbs.binus.ac.id/gbm/2018/08/29/wisatawan-retention/>.
25. Sociomile (2018). 4 Strategi Wisatawan Relationship Management. Dikutip pada 10 Maret 2021 dari <http://blog.sociomile.com/2018/02/08/4-strategi-wisatawan-relationship-management/>.
26. Sodexo (2019). Kenali apa itu strategi Wisatawan Relationship untuk Tingkatkan Penjualan. Dikutip pada 10 Maret 2021 dari <https://www.sodexo.co.id/strategi-wisatawan-relationship-untuk-tingkatkan-penjualan/>
27. Studentpreneur (2015). BMC 101 : Cara mengisi dan contoh Business Model Canvas yang benar. Dikutip pada 11 Maret 2021 dari <https://studentpreneur.id/bmc-101-cara-mengisi-dan-contoh-business-model-canvas-yang-benar/>
28. Tempo (2017). Kata Agoda, Turis Domestik Naik di Sepuluh Destinasi Wisata Ini. Dikutip pada 18 Maret 2021 dari <https://bisnis.tempo.co/read/855541/kata-agoda-turis-domestik-naik-di-sepuluh-destinasi-wisata-ini/full&view=ok>
29. Tiara Putri (2019). Fusion Food Tren di Kalangan Milenial, Pebisnis kuliner harus terus Berinovasi. Dikutip pada 10 Maret 2021 dari <https://lifestyle.okezone.com/read/2019/11/22/298/2133028/fusion-food-tren-di-kalangan-milenial-pebisnis-kuliner-harus-terus-berinovasi>.
30. Traveloka (2020). Bali, Surga para traveler yang kini merajai tren destinasi travel paling dicari. Dikutip pada 10 Maret 2021 dari <https://www.traveloka.com/id-id/explore/destination/tren-destinasi-traveling-di-indonesia-paling-dicari-acc/44761>

31. Jason Fernando (2021) . Capital Expenditure (CapEx). Dikutip pada 18 Maret 2021 dari <https://www.investopedia.com/terms/c/capitalexpenditure.asp>
32. Zaki (2020). Pengertian Marketing Channel adalah: Contoh, Jenis dan Caranya. Dikutip pada 10 Maret 2021 dari <https://idmanajemen.com/marketing-channel/>.