

RENCANA BISNIS “IMAGINATION VACATION ROOM”

PROYEK AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan
Program Diploma IV
Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata
Politeknik Pariwisata NHI Bandung



Disusun oleh:

MANN MANDA

NIM : 201822585

**PROGRAM STUDI
MANAJEMEN BISNIS PARIWISATA
JURUSAN KEPARIWISTAAN
POLITEKNIK PARIWISATA NHI
BANDUNG**

2022

LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL PROYEK AKHIR
RENCANA BISNIS "IMAGINATION VACATION ROOM"

NAMA : Mann Manda
NIM : 20182585
PROGRAM STUDI : Manajemen Bisnis Pariwisata

Pembimbing Utama,

Drs. Jacob Ganef. Pah, MT
NIP. 19631101 199903 1 001

Pembimbing Pendamping,

Hari Ristanto, BBA., M.Sc
NIP. 19680915 199903 1 001

Penguji I,

Dr. Sukmadi, SE.MM
NIP 19700810 200605 1 001

Penguji II,

Drs. Anang Sutono, MM. Par., CHE
NIP.19650911 199203 1 001

Bandung, 15 Agustus 2022

Mengetahui,

Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan
dan Kerja Sama

Menyetujui,

Direktur Politeknik NHI Bandung

Dr. ER. Umni Kalsum, MM. Par., CHRMP.
19730723 199503 2 001

Andar Danova L. Goeltom, S.Sos.,M.Sc
NIP. 19710506 199803 1 001

PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Mann Manda
Tempat/Tanggal Lahir : Jakarta, 06 Juni 2000
NIM : 201822585
Program Studi : Manajemen Bisnis Pariwisata
Jurusan : Kepariwisataan

Dengan ini saya mengatakan bahwa:

1. Proyek Akhir yang berjudul:

RENCANA BISNIS "IMAGINATION VACATION ROOM"

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 Politeknik Pariwisata NHI Bandung dan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan kecuali arahan dari Tim Pembimbing.

2. Dalam Proyek Akhir 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 Proyek Akhir 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 Politeknik Pariwisata NHI Bandung ini serta peraturan-peraturan terkait lainnya.
4. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, 14 Agustus 2022
Yang membuat pernyataan,



Mann Manda

201822585



MBW Bandung Institute of Tourism
 School of Tourism Business Management



PROPOSAL

PROYEK AKHIR



IVAR
 IMAGINATION VACATION ROOM

MANN MANDA | 201822585

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadirat Tuhan yang Maha Esa karena atas berkat, rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Proyek Akhir berjudul Rencana Bisnis “Imagination Vacation Room”. Pembuatan Proyek Akhir ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan akademik pada Program Diploma IV, Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata di Politeknik Pariwisata NHI Bandung.

Dalam penyusunan hingga penyelesaian Proyek Akhir ini dengan baik dan lancar, penulis telah mendapatkan bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc selaku Direktur Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
2. Seluruh pejabat struktural dan fungsional Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
3. Bapak Hari Ristanto, BBA., M.Sc selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata sekaligus menjadi Pembimbing Pendamping.
4. Bapak Drs. Jacob Ganef. Pah, MT selaku Pembimbing Utama.
5. Bapak Dr. Sukmadi, SE., MM selaku Penguji I.
6. Bapak Drs. Anang Sutono, MM. Par., CHE selaku Penguji II.
7. Keluarga yang senantiasa memberikan dukungan, dan memberikan semangat kepada penulis dalam penyusunan Proyek Akhir ini.
8. Senat Mahasiswa 2020 - 2022 yang telah memberikan bantuan doa dan semangat kepada penulis untuk terus melakukan yang terbaik.
9. Teman-teman MBW 2018 yang telah memberikan semangat dan dukungan untuk terus mengerjakan penulisan ini.
10. Seluruh teman yang telah memberikan dukungan, semangat dan doa terbaik kepada penulis.

Penulis tentu menyadari bahwa penyusunan Proyek Akhir ini masih jauh dari kata sempurna dan terdapat kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk menyempurnakan rencana bisnis ini. Akhir kata, penulis ucapkan terima kasih dan semoga kedepannya Proyek Akhir ini dapat dimanfaatkan sebagaimana mestinya oleh pihak-pihak terkait.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR.....	v
EXECUTIVE SUMMARY.....	1
BAB I IDE BISNIS.....	2
A. Latar Belakang Ide Bisnis	2
B. Gambaran Umum Bisnis.....	6
1. Deskripsi Bisnis	6
2. Deskripsi Logo dan Nama.....	8
3. Identitas Bisnis.....	9
C. Visi dan Misi.....	9
D. Industry Analysis	10
E. Gambaran Umum Produk dan Jasa.....	14
F. Aspek Legalitas.....	15
BAB II ASPEK PRODUK/JASA.....	16
A. Daftar dan Deskripsi Produk/Jasa.....	16
B. Alasan dan Keunggulan Produk/Jasa.....	26
C. Penyajian dan Kemasan Produk/Jasa.....	26
D. Analisa <i>Resources</i>	27
E. Analisa Proses	28
F. Analisa Kapasitas	31
G. Supply Chain.....	32
BAB III ASPEK PEMASARAN.....	33
A. Analisa Survei	33
B. Analisa Pasar.....	34
C. Analisa Produk – Market FIT	38

D. Product Life Cycle	39
E. Analisa Kompetitor	40
F. Rencana Pemasaran.....	41
BAB IV ASPEK SDM DAN OPERASIONAL.....	48
A. Identitas Pemilik Usaha.....	48
B. Struktur Organisasi	49
C. Job Analysis and Job Description	49
D. Manning Budget/Anggaran Tenaga Kerja	52
E. Manajemen Perusahaan.....	53
F. Service Scape	54
G. Perencanaan Operasional	56
H. Action Plan & Report.....	58
I. Fasilitas	59
BAB V ASPEK KEUANGAN.....	61
A. Metode Pencatatan Akutansi.....	61
B. Capital Expenditure (Identifikasi Initial Investment)	61
C. Pendanaan Investasi	63
D. Laporan Laba Rugi.....	64
E. Identifikasi Cash-Flow Statement.....	67
F. Metode Penilaian Investasi	70
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN.....	77

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Karakteristik Pengunjung.....	3
Tabel 1.2 Internal Factor Analysis Strategy.....	11
Tabel 1.3 External Factor Analysis Strategy.....	12
Tabel 1.4 Nilai SWOT	13
Tabel 2.1 Implementasi Service Package.....	27
Tabel 2.2 Customer Journey Maps	28
Tabel 2.3 Kapasitas Imagination Vacation Room.....	31
Tabel 3.1 Segmentasi Pasar	34
Tabel 3.2 Market Size	37
Tabel 3.3 Javelin Board.....	38
Tabel 3.4 Analisa Kompetitor	40
Tabel 4.1 Anggaran Tenaga Kerja	52
Tabel 4.2 Service Blueprint	54
Tabel 4.3 Perencanaan Operasional	56
Tabel 4.4 Action Plan.....	58
Tabel 5.1 Capital Expenditure.....	62
Tabel 5.2 Rasio Perolehan Dana Investasi	63
Tabel 5.3 Rincian Pengambilan Pinjaman	63
Tabel 5.4 Laporan Laba Rugi Optimistic.....	64
Tabel 5.5 Laporan Laba Rugi Moderate	65
Tabel 5.6 Laporan Laba Rugi Pessimist	66
Tabel 5.7 Optimistic Cash-Flow Statement	67
Tabel 5.8 Moderate Cash-Flow Statement.....	68
Tabel 5.9 Pessimist Cash-Flow Statement	69
Tabel 5.10 Optimistic Present Value Interest Factor for an Annuity.....	70
Tabel 5.11 Optimistic Cumulative Operating Cash Flow	72
Tabel 5.12 Moderate Present Value Interest Factor for an Annuity	71
Tabel 5.13 Moderate Cumulative Operating Cash Flow	72
Tabel 5.14 Pessimist Present Value Interest Factor for an Annuity	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Aktivitas Pengunjung	4
Gambar 1.2 Tingkat Perhatian Pengunjung	5
Gambar 1.3 Logo Perusahaan	8
Gambar 1.4 Analisis SWOT	10
Gambar 1.5 Matriks Posisi Perusahaan.....	13
Gambar 2.1 The Programmer's Cube	16
Gambar 2.2 Amazing Adventure Trips.....	17
Gambar 2.3 World Culture Experience.....	17
Gambar 2.4 Wellness Activities.....	18
Gambar 2.5 A Quiet Room	19
Gambar 2.6 Sport and Art.....	19
Gambar 2.7 Destinasi EPIC NA-TURE.....	21
Gambar 2.8 Destinasi TRIP FOR HEAL.....	22
Gambar 2.9 Destinasi OUR ADD-VENTURE.....	23
Gambar 2.10 Destinasi COOL-TOUR.....	24
Gambar 2.11 Destinasi SILENT MOMENT	25
Gambar 2.12 Elemen Service Package	20
Gambar 2.13 Supply Chain IVAR	32
Gambar 3.1 Hasil Kuesioner (Tingkat Ketertarikan).....	33
Gambar 3.2 Product Life Cycle & Adoption	39
Gambar 3.3 Bagan Value Based Pricing.....	43
Gambar 4.1 Biodata Pemilik Usaha	48
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Perusahaan	49
Gambar 4.3 Layout IVAR.....	55
Gambar 4.4 Gambaran IVAR	55
Gambar 4.5 Fitur IVAR	55
Gambar 4.6 Dokumentasi 360 ⁰	59
Gambar 4.7 Fasilitas Sewa Kostum	59
Gambar 4.8 Ruang Tunggu IVAR	60
Gambar 4.9 Fasilitas Sterilisasi Ruangan	60
Gambar 4.10 Toko Merchandise.....	60

EXECUTIVE SUMMARY

Imagination Vacation Room merupakan suatu program aktivitas berupa ruangan digital yang membuat wisatawan dapat melihat, merasakan dan melakukan aktivitas layaknya sedang berada di tempat rekreasi terkenal dunia. Ruangan ini akan dilengkapi dengan layar 360° yang akan menampilkan video sebuah perjalanan mengunjungi suatu tempat rekreasi dunia yang dilengkapi dengan tambahan informasi melalui audio yang akan terdapat di setiap sudut. Aktivitas wisata digital ini terdiri atas berbagai kategori diantaranya adalah *travel and tourism, adventure, sports, extreme, social recreation*, dan lain-lainnya. Dengan fokus utama mengombinasikan 4 media yaitu digital, audio, visual dan gerak. Aktivitas bisnis ini akan dikembangkan pada unit bisnis pariwisata yaitu taman bertema Dunia Fantasi, Jakarta.

Bentuk kepemilikan perusahaan berupa CV (Commanditaire Vennootschap) yang memiliki visi menjadi pionir kegiatan hiburan dan rekreasi berbasis digital yang unggul berkualitas dan berskala internasional. Melalui hal ini perusahaan terus menerus akan menghadirkan program aktivitas wisata yang mampu bersaing dan bersinergi sesuai dengan tren digital yang berkembang pada dunia pariwisata, melibatkan dan mengoptimalkan sumber daya yang dimiliki secara professional untuk menjaga kualitas perusahaan dan kepuasan pelanggan, serta merencanakan strategi pemasaran secara efektif dan efisien dengan membuka serta menjalin peluang kerja sama dengan mitra kerja.

Perusahaan terus melakukan pengembangan usaha setiap tahunnya menyesuaikan dengan tren yang berkembang dengan proses operasional hingga perancangan laporan untuk mengetahui alur pengembangan rencana bisnis yang akan dikembangkan. Melalui investasi awal sejumlah **Rp 4,131,239,040,-** akan menghasilkan keuntungan sebesar **Rp 10,096,236,769,-** dalam tiga tahun dan investasi akan kembali dalam waktu 1 tahun 3 bulan. Hal tersebut dicapai melalui kerja sama yang dilakukan oleh perusahaan baik pihak internal maupun eksternal melalui pemasaran secara *online* maupun *offline*, serta perencanaan sumber daya manusia yang efisien.

DAFTAR PUSTAKA

Peraturan perundang-undangan:

Peraturan Presiden Nomor 70 Tahun 2019 tentang Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 205).

Buku:

Bordoloi, Sanjeev, dkk. (2019). *Service Management: Operations, Strategy, Information Technology, Ninth Edition*. Newyork: McGraw-Hill Education.

Dessler, Gary., (2020). *Human Resource Management (16th Ed.)*. New York: Pearson.

Ford, R. C., Sturman, M., & Heaton, C. P. (2011). *Managing quality service in hospitality*. International ed. Cengage Learning, Delmar.

Ford, Robert C., Sturman, Michael C., dan Heaton, Cherrill P. (2012). *Managing Quality Service in Hospitality: How Organizations Achieve Excellence in the Guest Experience*. Clifton Park, NY: Delmar.

Hollensen, Svend (2010). *Marketing Management: A Relationship Approach Second Edition*. Harlow: Pearson Education Limited.

Kepczynski, Robert et al. (2018). *Implementinng Integrated Business Planning*. Cham: Springer.

Kotler, Philip dan Armstrong (2013). *Principles of Marketing*. Oxford:Elsevier.

Osterwalder, Alexander et al. (2010). *Business Model Generation*.New Jersey:Wiley.

Osterwalder, Alexander et al. (2014). *Value Proposition Design: How to Create Products and Services Customer Want*. New Jersey:Wiley.

Pinson, Linda. (2003). *“The Anatomy of The Business Plan”*. California: Out of Your Mind, Into The Marketplace.

Perreault, William D., Cannon, Joseph P., dan McCarthy, E. Jerome. (2017). *Essentials of marketing: a marketing strategy planning approach (15th Ed)*. New York: McGraw-Hill Education.

Stevens, Robert E., et al. (2012). *Market Opportunity Analysis: Text and cases*. New York:Routledge.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Artikel:

Adom, Alex Yaw, dkk. 2016. "Competitor Analysis in Strategic Management: Is it a Worthwhile Managerial Practice in Contemporary Times?" dalam *Journal of Resources Development and Management* Volume 24 (hlm. 121-122). Accra Ghana: Department of Management & Public Administration, Central University.

Laporan tahunan/Annual Report PT.Pembangunan Jaya Ancol 2021, diakses tanggal 10 Juni 2022, pukul 10.00 WIB.

Situs:

Bisnis.com.2022. "5 Tur Wisata Hantu Paling Menyeramkan di Dunia", <https://traveling.bisnis.com/read/20220113/224/1488714/5-tur-wisata-hantu-paling-menyeramkan-di-dunia-berani-coba>, diakses pada 22 Juni 2022 pukul 17.04 WIB

Entrepreneur.2016. "5 Strategies to Effectively Determine Your Market Size (Zhou,Tx)", <https://www.entrepreneur.com/article/270853> , diakses pada 14 Juni 2022 pukul 18.35 WIB.

IDNTIMES.2021."7 Wisata Ini Dianggap Paling Horor di Indonesia", <https://www.idntimes.com/travel/destination/reza-iqbal/wisata-terhoror-di-indonesia?page=all>, diakses pada 22 Juni 2022 pukul 17.08 WIB.

Infojabodetabek.2021. "Luas Wilayah dan Jumlah Penduduk Jabodetabek", <https://www.infojabodetabek.com/luas-wilayah-dan-jumlah-penduduk-jabodetabek/>, diakses pada 19 Juni 2022 pukul 22.00 WIB.

Kemenparekraf.2021. "Trend Pariwisata Indonesia di Tengah Pandemi", <https://kemenparekraf.go.id/ragam-pariwisata/Tren-Pariwisata-Indonesia-di-Tengah-Pandemi> , diakses pada 10 Juni 2022 pukul 11.30 WIB.

Klook.2021."20 Tempat wisata dengan pemandangan alam terindah di Indonesia", <https://www.klook.com/id/blog/pemandangan-alam-indonesia/>, diakses pada 22 Juni 2022 pukul 16.40 WIB.

Kompas.com.2022."10 Atraksi wisata terbaik dunia 2022 versi tripadvisor", <https://travel.kompas.com/read/2022/06/15/190200127/10-atraksi-wisata-terbaik-dunia-2022-versi-tripadvisor?page=all>, diakses pada 22 Juni pukul 17.00 WIB.