

RENCANA BISNIS “PEACE REVOLTVERSE (RVLT)”

PROYEK AKHIR

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat dalam Menyelesaikan

Program Diploma IV Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata

Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung



Oleh:

RAJU FERDIANSYAH

Nomor Induk : 201822590

JURUSAN KEPARIWISATAAN

PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS PARIWISATA

POLITEKNIK PARIWISATA NHI BANDUNG

2022

LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL TUGAS AKHIR / PROYEK AKHIR

RENCANA BISNIS “PEACE REVOLTVERSE (RVLT)”

NAMA : RAJU FERDIANSYAH
NIM : 201822580
JURUSAN : KEPARIWISATAAN
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN BISNIS PARIWISATA

Pembimbing Utama,


Valentino Sumardi, MM. Par
NIP. 19720807 200312 1 00

Pembimbing Pendamping,


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

Bandung, 6 September 2022

Mengetahui,

Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerjasama,

Dr. ER. Ummi Kalsum, MM.Par., CHM., CHRMP.
NIP. 19730723 199503 2 001



LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI/PROYEK AKHIR/TUGAS AKHIR

RENCANA BISNIS PEACE REVOLTVERSE "RVLT"

NAMA : RAJU FERDIANSYAH
NIM : 201822590
PROGRAM STUDI : Manajemen Bisnis Pariwisata (MBW)

Pembimbing Utama,

Valentino Sumardi, MM. Par
NIP. 19720807 200312 1 00

Pembimbing Pendamping,

Jacob Ganef Pah, M.S
NIP. 19631101 199903 1 001

Penguji I,

Dr. Anang Sutono, MM.Par..CHE
NIP. 19650911 1999203 1 001

Penguji II,

Odang Permana, M.E.,

Bandung, 5 September 2022

Mengetahui,
Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerja Sama

Menyetujui,
Direktur Politeknik NHI Bandung

Dr. ER. Ummi 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 dibawah ini :

Nama : Raju Ferdiansyah
Tempat/Tanggal Lahir : Bandung, 11 Oktober 1998
NIM : 201822590
Program Studi : Manajemen Bisnis Pariwisata
Jurusan: : Kepariwisataan

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Proyek Akhir yang berjudul:

RENCANA BISNIS PEACE REVOLTVERSE

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, 6 September 2022

Y
ataan,

Raju Ferdiansyah

201822590

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus yang telah melimpahkan rahmat dan pengetahuan sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan *Business Plan* untuk Proyek Akhir yang berjudul “RENCANA BISNIS PEACE REVOLTVERSE”. Tujuan dari Proyek Akhir ini adalah untuk memenuhi salah satu persyaratan akademik dalam menyelesaikan Program Diploma IV, Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata, Jurusan Kepariwisataan, Politeknik Pariwisata NHI Bandung.

Dalam penulisan Proyek Akhir ini, 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. Tuhan Yesus yang selalu menyertai dan memberkati penulis hingga dapat menyelesaikan Proyek Akhir ini.
2. Andar Danova L. Goeltom S.Sos., M.Sc. selaku Ketua Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
3. Bapak Valentino Sumardi, MM.Par. selaku dosen pembimbing pertama yang telah meluangkan waktu, ilmu dan arahan dalam penyusunan Proyek Akhir ini.
4. Bapak Jacob Ganef Pah, M.S. selaku dosen pembimbing kedua yang telah meluangkan waktu, ilmu dan arahan dalam penyusunan Proyek Akhir ini.
5. Seluruh dosen dan staff Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata.
6. Mama yang senantiasa mendoakan dan mendukung penulis.
7. Seluruh rekan kelas Manajemen Bisnis Pariwisata 2018 yang telah berjuang bersama penulis.
8. Seluruh rekan Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata yang selalu berdiskusi dengan penulis dalam berbagai hal.
9. Seluruh rekan Jurusan Kepariwisataan yang telah memberikan dukungan.

Penulis menyadari bahwa *Business Plan* ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu segala bentuk kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan penulis untuk menjadi evaluasi kedepannya.

Bandung, 6 September 2022

Penulis

PEACE

REVOLTVERSE .



DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN MAHASISWA	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
EXECUTIVE SUMMARY	1
BAB I DESKRIPSI BISNIS	2
A.LATAR BELAKANG	2
B.GAMBARAN UMUM BISNIS	3
C.VISI DAN MISI	4
D.ANALISIS INDUSTRI	4
E. GAMBARAN UMUM PRODUK & JASA	5
F. JENIS BADAN USAHA	5
BAB II RENCANA PRODUK/JASA	6
A.DAFTAR & DESKRIPSI PRODUK/JASA	6
B.ALASAN & KEUNGGULAN PRODUK/JASA	11
C.PENYAJIAN & KEMASAN PRODUK/JASA	12
D.ANALISA RESOURCES	14
BAB III RENCANA PEMASARAN	15
A.RISET PASAR	15
B.ANALISA PRODUCT-MARKET FIT	20
C.ANALISA KOMPETITOR	25
D.PROGRAM PEMASARAN	26
E. PROYEKSI PENJUALAN	32
BAB IV ASPEK SDM & OPERASIONAL	34
A.IDENTITAS OWNER/FOUNDER	34
B.STRUKTUR ORGANISASI	34
C.JOB ANALYSIS & JOB DESCRIPTION	35
D.MANPOWER PLANNING & BUDGET	36
E. RECRUITMENT & HIRING PROCEDURE	36
F. SERVICE SCAPE	37
G.ACTION PLAN & REPORT`	39
BAB V ASPEK KEUANGAN	42
A.METODE PENCATATAN AKUNTANSI	42
B.PRA-OPERATIONAL FUND	42
C.INITIAL CAPITAL EXPENDITURE	43
D.THREE YEARS INCOME PROJECTION	44
D.PENDANAAN INVESTASI	46
E. RETURN OF INVESTMENT	47
DAFTAR PUSTAKA	48
LAMPIRAN	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Ilustrasi Terbatas oleh Ruang dan Waktu	2
Gambar 1.2 Logo Peace Revoltverse	3
Gambar 1.3 Porter's Five Forces	4
Gambar 1.4 Ilustrasi Gedung-Gedung Perkantoran di Singapura	5
Gambar 2.1 Pe-Volt : Virtual Pet Game	6
Gambar 2.2 PEACIETY : Virtual World Plaza	7
Gambar 2.3 Biz-Corner	7
Gambar 2.4 Hangout Corner	8
Gambar 2.5 Co-Working Space	8
Gambar 2.6 Festival Corner	9
Gambar 2.7 PEACIETY Loyalty Membership Program Pricelist	9
Gambar 2.8 Re-Vent: Virtual Event Organizaer	10
Gambar 2.9 AdVolt: Virtual Advertisement Service	10
Gambar 2.10 Daftar Keunggulan Produk dan Layanan Berbasis Web. 3.0 dan Metaverse	11
Gambar 2.10 Tampilan Website Corporate Peace Revolt, Ltd	12
Gambar 2.11 Tampilan Website Product & Service Peace Revoltverse	13
Gambar 2.12 Tampilan Aplikasi Peace Revoltverse	13
Gambar 2.13 Peace Revoltverse Social Media Mockup	14
Gambar 2.14 Fasilitas Meeting Room dari ServCorp (Provider Virtual Office Singapore)	14
Gambar 3.1 Metaverse Market Growth by Bloomberg Analysis	15
Gambar 3.2 Rekap Jenis Kelamin Responden Kuesioner	16
Gambar 3.3 Rekap Usia Responden Kuesioner	16
Gambar 3.4 Rekap Pekerjaan Responden Kuesioner	16
Gambar 3.5 Rekap Pendapatan Responden Kuesioner	17
Gambar 3.6 TAM-SAM-SOM	18
Gambar 3.7 Peace Revoltverse Target Market	18
Gambar 3.8 Positioning Map of Peace Revoltverse	19
Gambar 3.9 Hal yang Dipikirkan ketika Mendengan istilah Metaverse	20
Gambar 3.10 Pentingnya Keragaman Produk dan Layanan dalam Metaverse	20
Gambar 3.11 Pengaruh Jarak Event	21
Gambar 3.12 Pentingnya Kebebasan Mendesain Karakter dalam Metaverse	21
Gambar 3.13 Kesenangan jika dapat Bertemu dan Berinteraksi dengan Teman Virtual dari Berbagai Penjuru Dunia	21
Gambar 3.14 Ketertarikan untuk Mencoba Metaverse	22
Gambar 3.15 Hal yang Ingin Dilakukan dalam Metaverse	22
Gambar 3.16 Penilaian terhadap Produk dan Layanan yang akan ditawarkan oleh Peace Revoltverse terkait Kebutuhan dan Keinginan untuk Rekreasi	22
Gambar 3.17 Javelin Board	24
Gambar 3.19 Product Level	26
Gambar 3.20 Major Stages in New-Product Development	27
Gambar 3.21 Kotler's Pricing Matrix	28
Gambar 3.22 Peace Revoltverse Price List with Reason	28
Gambar 3.23 Preferensi Media Digital Pengguna	29
Gambar 3.23 Peace Revoltverse Loyalty Membership Program	30
Gambar 4.1 Foto Owner/Founder	34
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Core Team	34
Gambar 4.3 Network Organizational Structure	35

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Segmentasi Pasar	17
Tabel 3.2 Hasil Wawancara dengan Jababeka	23
Tabel 3.3 Hasil Wawancara dengan Dyandra Promosindo	23
Tabel 3.4 Hasil Wawancara dengan Dyandra Promosindo	25
Tabel 3.5 New-Product Development Timeline	27
Tabel 3.6 Affiliate Marketing Program	30
Tabel 3.7 Proyeksi Penjualan dengan Skema Optimis	32
Tabel 3.8 Proyeksi Penjualan dengan Skema Moderat	32
Tabel 3.9 Proyeksi Penjualan dengan Skema Pesimis	33
Tabel 4.2 Pra-Operational (Genesis NFT Sale) Blueprint	37
Tabel 4.3 Pe-Volt (Virtual Pet Games) Blueprint	37
Tabel 4.4 PEACIETY (Virtual World Plaza) Blueprint	38
Tabel 4.5 Re-Vent (Virtual Event Organizer) Blueprint	38
Tabel 4.6 AdVolt (Virtual Advertisement Service) Blueprint	39
Tabel 4.7 Roadmap of Peace Revoltverse Action Plan & Report	41
Tabel 5.1 Pra-Operational Fund Dispersal Statement	42
Tabel 5.2 Capital Expenditure	43
Tabel 5.3 Optimistic Three Years Income Projection	44
Tabel 5.4 Moderate Three Years Income Projection	45
Tabel 5.5 Pessimistic Three Years Income Projection	46
Tabel 5.6 Pra Operational ROI with Three Schemes	47
Tabel 5.7 Three Years ROI with Three Schemes	47

EXECUTIVE SUMMARY

Peace Revoltverse bergerak pada bidang penyelenggaraan kegiatan hiburan dan rekreasi sekaligus penyelenggaraan pertemuan, perjalanan insentif, konferensi, dan pameran melalui platform digital dengan teknologi virtual dan augmented reality menjadi sebuah platform metaverse terintegrasi. Peace Revoltverse dapat diakses dimana pun dan kapanpun dengan menggunakan akses internet dan perlengkapan seperti smartphone, komputer dan VR/AR headset.

Dalam menjalankan bisnisnya Peace Revoltverse menggunakan cloud-based apps and web hosting, virtual office dan bekerja secara remote atau online. Peace Revoltverse mengharapkan terciptanya platform social dan rekreasi yang aman dan damai dengan kemasan yang menarik dan menyenangkan.

Target pasar Peace Revoltverse tidak dibatasi oleh faktor geografis, namun secara demografis merupakan generasi milenial dan gen-z karena mempertimbangkan adaptasi mereka terhadap teknologi terbaru. Selain itu berdasarkan kelas sosial menargetkan kalangan menengah ke atas dengan spending power yang cukup untuk mengakses internet, membeli item dan perangkat yang dibutuhkan.

Modal Awal dan ROI

Modal awal Peace Revoltverse sebelum masa operasional adalah sekitar \$4,615 dengan beban design & development sebesar \$ 2,615 dan marketing sebesar \$ 2,000.

Nantinya beban marketing akan diminimalisir melalui program affiliate marketing dengan total komisi hingga \$50,000 atau senilai Rp. 725.000.000 bagi para partner yang dapat menginvestasikan waktu dan sumber dayanya untuk membantu proses penjualan produk Genesis NFT Peace Revoltverse.

ROI PRA-OPERASIONAL

Hingga 53.000%

ROI POST-LAUNCH

Hingga 400% per Tahun

BREAK EVEN POINT (BEP)

Tahun Kedua Setelah Masa Post-Launch



DAFTAR PUSTAKA

Books

- Alexander Osterwalder, Y. P. (2010). *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. (T. Clark, Penyunt.) Hoboken, New Jersey, United States: John Wiley & Sons, Inc.
- Alex Osterwalder, Y. P. (2014). *Value Proposition Design*. Hoboken, New Jersey, United States: John Wiley & Sons, Inc.,
- Heizer, J. d. (2016). *Manajemen Operasi, Edisi Sebelas*. Jakarta: Salemba Empat.
- Philip Kotler, G. A. (2017). *Marketing : an introduction* (Vol. 6). Upper Saddle River, New Jersey, United States: Pearson Education, Inc.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.

Jurnal

- Sin-nosuke Suzuki, H. K. (2020). Virtual Experiments in Metaverse and their Applications to Collaborative Projects: The framework and its significance., *Procedia Computer Science, Volume 176*, 2125-2132.
- Petrosyan Anait K, A. M. (2022). The Impact of the Introduction of the Metaverse Concept in the Company's Business Model. 247-250.

Website

- Alsop, T. (2022, March 30). *Metaverse market revenue worldwide from 2021 to 2030*. Diambil kembali dari Statista: <https://www.statista.com/statistics/1295784/metaverse-market-size/>
- Amalia, E. I. (2021, August 14). *Apa itu Metaverse: Definisi, Relevansi dan Potensinya?* Dipetik March 2022, dari Hybrid: <https://hybrid.co.id/post/apa-itu-metaverse>
- BRANDESSENCE® MARKET RESEARCH. (2022, April). *Metaverse Market Size, Share, Companies & Trends* Metaverse Market Size, Share, Companies & Trends Analysis Report. Dipetik April 2022, dari BRANDESSENCE® MARKET RESEARCH: <https://brandessenceresearch.com/technology-and-media/metaverse-market-size>
- CNN Indonesia. (2021, December 24). *Pakar Optimistis Indonesia Jalankan Metaverse 3-4 Tahun Lagi*. Dipetik March 2022, dari CNN Indonesia: <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20211223114943-185-737740/pakar-optimistis-indonesia-jalankan-metaverse-3-4-tahun-lagi>
- Canny, W. (2022, April 1). *Citi Sees Metaverse Economy as Large as \$13T by 2030*. Dipetik April 2022, dari Coindesk: <https://www.coindesk.com/business/2022/04/01/citi-sees-metaverse-economy-as-large-as-13t-by-2030/>
- Chen, B. X. (2022, January 18). *What's All the Hype About the Metaverse?* Dipetik April 2022, dari The Newyork Times: <https://www.nytimes.com/2022/01/18/technology/personaltech/metaverse-gaming-definition.html>
- Clement, J. (2022, March 18). *Most common reasons for internet users worldwide to be interested in participating in the metaverse as of November 2021* . Diambil kembali dari Statista: <https://www.statista.com/statistics/1296982/metaverse-interest-reasons-worldwide/>
- Emergen Research. (2022, January). *Metaverse in Gaming Market*. Dipetik March 2022, dari Emergen Research: <https://www.emergenresearch.com/industry-report/metaverse-in-gaming-market>
- Fortune Business Insights. (2022, April). *Metaverse Market Size, Share & Covid-19 Impact Analysis*. Dipetik April 2022, dari Fortune Business Insights: <https://www.fortunebusinessinsights.com/metaverse-market-106574>
- Greenwald, M. (2022, February 3). *Why NFTs And The Metaverse Can Be So Strategic For Brands, Even Providing Profitable New Business Models And Revenue Streams*. Dipetik March 2022, dari Forbes: <https://www.forbes.com/sites/michellegreenwald/2022/02/03/why-nfts-and-the-metaverse-can-be-so-strategic-for-brands-even-providing-profitable-new-business-models-and-revenue-streams/?sh=1958f94f3a6f>
- ICO Drops. (2020, August). *The Sandbox Token Sale*. Dipetik March 2022, dari ICO Drops: <https://icodrops.com/the-sandbox/>

- Itsnaini, F. M. (2022, March 16). *Gen Z dan Metaverse Jadi Fokus Strategi Pariwisata Menuju Ekonomi Baru* Artikel ini telah tayang di Kompas.com dengan judul "Gen Z dan Metaverse Jadi Fokus Strategi Pariwisata Menuju Ekonomi Baru. Dipetik March 2022, dari Kompas: <https://travel.kompas.com/read/2022/03/16/073100127/gen-z-dan-metaverse-jadi-fokus-strategi-pariwisata-menuju-ekonomi-baru?page=all>
- Johnson, J. (2022, February 11). *Leading benefits of the metaverse worldwide in 2021* . Diambil kembali dari Statista: <https://www.statista.com/statistics/1285117/metaverse-benefits/>
- (Palandrani, 2021)
- (Amalia, 2021)
- Kolk, A. (2022, January 1). *How to Profit from the Metaverse Business*. Dipetik March 2022, dari Epi Produx: <https://epiprodux.com/blog/how-to-profit-from-the-metaverse-business/>
- Metacat. (2021, November 10). *Ten Business Models in Metaverse*. Dipetik March 2022, dari Medium: <https://medium.com/coinmonks/ten-business-models-in-metaverse-72587f42048b>
- Palandrani, P. (2021, September 13). *The Metaverse Takes Shape as Several Themes Converge*. Dipetik March 2022, dari Global X by Mirae Asset: <https://www.globalxetfs.com/the-metaverse-takes-shape-as-several-themes-converge/>
- Sharma, R. (2021, November 1). *Microsoft (MSFT) and the Metaverse*. Dipetik March 2022, dari Investopedia: <https://www.investopedia.com/microsoft-msft-and-the-metaverse-5208039>
- Soehandoko, J. G. (2021, November 09). *Daftar Perusahaan 'Metaverse' yang Dilirik di Tahun 2022, Ada WIR Group dari Indonesia*. Dipetik March 2022, dari Bisnis.com: <https://entrepreneur.bisnis.com/read/20211109/52/1463983/daftar-perusahaan-metaverse-yang-dilirik-di-tahun-2022-ada-wir-group-dari-indonesia>
- Software Testing Help. (2022, April 3). *20 Biggest Virtual Reality Companies | Top VR Companies 2022*. Dipetik April 2022, dari Software Testing Help: <https://www.softwaretestinghelp.com/top-virtual-reality-companies/>
- Thabroni, G. (2021, February 11). *Metode Penelitian Deskriptif: Pengertian, Langkah & Macam*. Dipetik March 2022, dari Serupa.id: <https://serupa.id/metode-penelitian-deskriptif/>
- TravelDailyNews. (2022, March 14). *Metaverse and The Future of Tourism*. Dipetik March 2022, dari TravelDailyNews: <https://www.traveldailynews.com/post/metaverse-and-the-future-of-tour>