

RENCANA BISNIS

“OWN SCENT FRAGRANCE MUSEUM AND WORKSPACE”

PROYEK AKHIR

diajukan untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan studi Program Diploma IV

Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata



disusun oleh:

ZAHRA ADENIA APSARI

MBW / 201822598

PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS PARIWISATA

JURUSAN KEPARIWISATAAN

POLITEKNIK PARIWISATA BANDUNG

2022



OWN SCENT

Fragrance Museum and Workspace





LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI/PROYEK AKHIR/TUGAS AKHIR

RENCANA BISNIS OWN SCENT FRAGRANCE MUSEUM AND WORKSPACE

NAMA : ZAHRA ADENIA APSARI
NIM : 201822598
PROGRAM STUDI : Manajemen Bisnis Pariwisata (MBW)

Pembimbing Utama,


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

Pembimbing Pendamping,


Dicky Arsyul Salam, S.Par. M.Sc.
NIP. 19890709 201403 1 002

Penguji I,


Nurdin Hidayah, SST.Par.,MM
NIP. 19810102 200912 1 004

Penguji II,


Wisnu Bawa Tarunajaya, SE.,MM.
NIP.19620901 198703 1 001

Bandung, 5 September 2022

Mengetahui,

Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerja Sama

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

Menyetujui,

Direktur Politeknik NHI Bandung

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



PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Zahra Adenia Apsari
Tempat/Tanggal Lahir : Bandung, 6 Juni 2000
NIM : 201822598
Program Studi : Manajemen Bisnis Pariwisata

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Proyek Akhir yang berjudul :

“RENCANA BISNIS OWN SCENT FRAGRANCE MUSEUM AND WORKSPACE”

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 diatas, atau pelanggaran atas etika keilmuan, dan/atau ada klaim terhadap keaslian naskah ini, maka 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, 30 Juni 2022

Yang Me




ZAHRA ADENIA APSARI

201822598

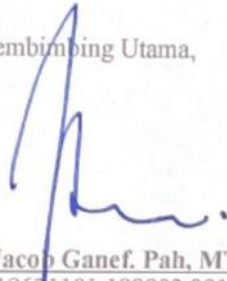
LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL TUGAS AKHIR / PROYEK AKHIR

RENCANA BISNIS "OWN SCENT FRAGRANCE MUSEUM AND WORKSPACE"

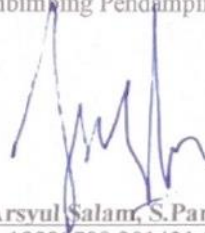
NAMA : ZAHRA ADENIA APSARI
NIM : 201822598
JURUSAN : KEPARIWISATAAN
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN BISNIS PARIWISATA

Pembimbing Utama,



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

Pembimbing Pendamping,

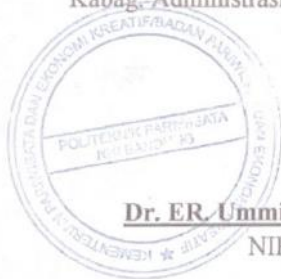


Dicky Arsvul Salam, S.Par., M.Sc
NIP. 19890709 201431 002

Bandung, 28 Juni 2022

Mengetahui,

Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerjasama,



Dr. ER. Umami Kalsum, MM.Par., CHM., CHRMP.

NIP. 19730723 199503 2 001

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Usulan Penelitian yang berjudul “Rencana Bisnis *Own Scent Fragrance Museum and Workshop*”. Tujuan dari adanya Usulan Penelitian ini adalah guna memenuhi salah satu persyaratan akademik dalam menyelesaikan program diploma IV, Program studi Manajemen Bisnis Pariwisata, Jurusan Kepariwisata, Politeknik Pariwisata NHI Bandung. Dalam penyusunan Usulan Penelitian ini, tentu tak lepas dari dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, melalui kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc. Selaku Ketua Poltekpar NHI Bandung.
2. Bapak Hari Ristanto, M.Sc, Selaku ketua Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata
3. Bapak Drs. Jacob Ganef PAH, MT selaku Dosen Pembimbing I
4. Bapak Dicky Arsyul Salam, S.Par., M.Sc Selaku Dosen Pembimbing II
5. Dosen dan staff Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata
6. Orang tua dan keluarga dari penulis yang senantiasa mendukung dan memberikan bantuan
7. Teman-teman dan sahabat penulis yang senantiasa mendukung dan menemani penulis dalam penyusunan tugas akhir ini.
8. Diri saya sendiri yang senantiasa berjuang bersama dan tidak menyerah dalam penyusunan tugas akhir ini.

Dalam penyusunan proyek akhir ini, penulis menyadari sepenuhnya bahwa laporan ini masih jauh dari kata kesempurnaan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diperlukan guna menjadi bahan evaluasi penulis selanjutnya agar menjadi lebih baik lagi.

Bandung, April 2022

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	3
KATA PENGANTAR	8
DAFTAR ISI	9
DAFTAR GAMBAR	11
DAFTAR TABEL	12
EXECUTIVE SUMMARY	13
BAB I	14
A. LATAR BELAKANG	14
B. GAMBARAN UMUM BISNIS	15
1. DESKRIPSI NAMA DAN LOGO	15
2. IDENTITAS BISNIS	15
C. VISI DAN MISI	15
D. ANALISA INDUSTRI	16
E. GAMBARAN UMUM PRODUK DAN JASA	17
F. LEGALITAS USAHA	18
BAB II	19
A. DESKRIPSI PRODUK/JASA	19
1. Green House Collection Tour.....	20
2. Fragrance Showcasing Room.....	20
3. Fragrance Museum.....	21
4. Your Own Scent Workshop Laboratory.....	21
5. Odore Shop.....	22
B. ALASAN DAN KEUNGGULAN PRODUK	23
C. PENYAJIAN DAN KEMASAN PRODUK	24
D. KEBUTUHAN SUMBER DAYA	24
E. ANALISA KAPASITAS PRODUKSI	25
F. ANALISA PROSES PRODUK/JASA	26
G. SUPPLY CHAIN	27
H. PRODUCT LIFE CYCLE	28
BAB III	30
A. RISET PASAR	30
1. ANALISA SURVEY PASAR & MARKET TREND	30
a. Geografis	32

b. Demografis	32
c. Behavioural	33
2. <i>SEGMENTING, TARGETING, POSITIONING</i>	35
3. MARKET SIZE.....	36
B. ANALISA PRODUK MARKET FIT	37
C. ANALISA KOMPETITOR	39
D. STRATEGI PEMASARAN	41
a. Product.....	41
b. Price.....	42
c. Promotion.....	43
d. Place.....	44
E. PROYEKSI PENJUALAN	45
BAB IV	46
ASPEK SUMBER DAYA MANUSIA DAN OPERASIONAL	46
ASPEK SUMBER DAYA MANUSIA	46
A. IDENTITAS PEMILIK	46
B. ORGANIZATIONAL STRUCTURE	46
C. ANALISA PEKERJAAN	46
D. MANNING BUDGET	50
E. RECRUITMENT AND HIRING PROCEDURE	51
ASPEK OPERASIONAL	52
F. LOKASI FISIK	52
G. SERVICESCAPE	52
H. MANAJEMEN RESIKO	55
BAB V ASPEK KEUANGAN	62
A. METODE PENCATATAN AKUNTASI	62
B. CAPITAL EXPENDITURE	62
C. TIME VALUE OF MONEY	65
D. PENDANAAN INVESTASI	65
E. PENENTUAN TITIK IMPAS DAN LABA YANG DIHARAPKAN	66
F. IDENTIFIKASII CASHFLOW DAN OUTFLOW	70
G. PENDANAAN INVESTASI	71
H. METODE PENILAIAN INVESTASI	71
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Logo Own Scent.....	9
Gambar 1.2	Porter Five Forces.....	11
Gambar 1.3	Ilustrasi <i>Green House Collection Tour</i>	15
Gambar 1.4	Ilustrasi <i>Fragrance ShowcasingRoom</i>	15
Gambar 1.5	Ilustrasi <i>Fragrance Museum</i>	16
Gambar 1.6	Ilustrasi <i>Your Own Scent Workshop Laboratory</i>	16
Gambar 1.7	Ilustrasi <i>Odore Shop</i>	17
Gambar 1.8	Product Life Cycle.....	21
Gambar 1.9	Hambatan Terbesar keputusan pembelian produk parfum.....	35
Gambar 1.10	Pertimbangan saat akan membeli suatu produk parfum.....	18
Gambar 1.11	<i>Skema Hiring Process</i>	50
Gambar 1.12	<i>Lokasi Usaha</i>	52
Gambar 4.1	Rencana Jadwal.....	34

DAFTAR TABEL

1.1 Tabel Penyajian dan Pengemasan Produk.....	19
1.2 Tabel Analisa Kapasitas Produksi.....	16
1.3 Tabel Analisa Proses Produk dan Jasa.....	25
1.4 Tabel Populasi Jiwa di Jawa Barat.....	31
1.5 Tabel Positioning Market.....	33
1.6 Tabel TAM, SAM, SOM.....	34
1.7 Tabel Analisa Kompetitor.....	37
1.8 Tabel Produksi Analisis.....	38
1.9 Tabel Core Benefit.....	39
1.10 Tabel Product Pricing.....	39
1.11 Tabel Proyeksi Penjualan.....	42
1.12 Tabel Job Analysis Description.....	48
1.13 Tabel Manning Budget Tahun Pertama.....	49
1.14 Tabel Service Blue Print.....	53
1.15 Tabel SOP.....	54
1.16 Tabel Manajemen Risiko.....	55
1.17 Tabel Tangible Investment.....	57
1.18 Tabel Intangible Investment.....	58
1.19 Working Capital.....	59
1.20 Tabel Fixed Cost.....	62
1.21 Tabel Mixed Cost.....	62
1.22 Tabel Variable Cost.....	63
1.23 Tabel Cash Flow.....	65
1.24 Tabel Payback Period.....	67

DAFTAR PUSTAKA

- Abckotaraya.id. (2021, Juni 6). Pengertian, Jenis-jenis dan Penerapan Exit Strategy pada Bisnis Kecil
<https://abckotaraya.id/pengertian-jenis-jenis-dan-penerapan-exit-strategy-pada-bisnis-kecil/> (7 Juni 2022).
- Accurate.id. (2020, Desember 14). Apa itu Endorse? Ini pengertian, dan Kelebihan dari Endorse. <https://accurate.id/marketing-manajemen/apa-itu-endorse/> (24 Maret 2022).
- Accurate.id. (2020, Desember 11). Inbound Marketing Adalah: Pengertian, Tahapan, Dan Bedanya Dengan Outbound Marketing. <https://accurate.id/marketing-manajemen/inbound-marketing-adalah/> (13 Mei 2022).
- Akseleran.co.id. (2020 , Mei 25). Capex: Pengertian, Contoh, dan Penggunaannya. <https://www.akseleran.co.id/blog/capex-adalah/> (3 April 2022).
- Akurat.co. (2022, Maret 31). Revenge Tourism Diprediksi Akan Jadi Tren di 2022.
<https://www.suaramerdeka.com/ekonomi/pr-042270870/revenge-tourism-bakal-jadi-tren-wisata-di-tahun-2022-sandiaga-jangan-lengah#:~:text=Revenge%20tourism%20muncul%20pertama%20kali,dampak%20dari%20pandemi%20Covid%2D19>
(3 April 2022).
- Bbc.com. (2016, September 25). Menarik laba dari bisnis ‘meloloskan diri’.
https://www.bbc.com/indonesia/majalah/2016/09/160924_majalah_bisnis_escaperoom (6 Mei 2022).
- Binus.ac.id. (2020, Agustus 25). PORTER’S FIVE FORCES : LIMA HAL SEBELUM BERSAING.
<https://binus.ac.id/malang/2020/08/po>

rters-five-forces-lima-hal-sebelum-bersaing/ (9 Mei 2022).

Booking.com. (2019, Oktober 22). Mendalami Traveler Gen Z: Bucket List Generasi Masa Depan. <https://news.booking.com/id-id/mendalami-traveler-gen-z-bucket-list-generasi-masa-depan/> (9 Mei 2022)

8

4

Databoks.kaddata.co.id. (2022, Februari 15). Ada 204,7 Juta Pengguna Internet di Indonesia Awal 2022. [https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/23/ada-2047-juta-pengguna-internet-di-indonesia-awal-2022#:~:text=Jumlah%20Pengguna%20Internet%20di%20Indonesia%20\(2018%2D2022*\)&text=Menurut%20laporan%20We%20Are%20Social,tercatat%20sebanyak%20202%2C6%20juta](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/23/ada-2047-juta-pengguna-internet-di-indonesia-awal-2022#:~:text=Jumlah%20Pengguna%20Internet%20di%20Indonesia%20(2018%2D2022*)&text=Menurut%20laporan%20We%20Are%20Social,tercatat%20sebanyak%20202%2C6%20juta) (24 Maret 2022).

Detik.com. (2022, Februari 26). Simak Lagi UMK/UMR di Jabar 2022, Kota Bekasi Paling Tinggi. <https://www.detik.com/jabar/berita/d-5958900/simak-lagi-umkumr-di-jabar-2022-kota-bekasi-paling-tinggi#:~:text=Di%20dalam%20peraturan%20itu%2C%20Kota,Rp%201.852.099%20C52> (8 Juni 2022).