

RENCANA BISNIS
CAMPER FAM EXPERIENCE

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
dalam Menempuh Studi Pada
Program Diploma IV



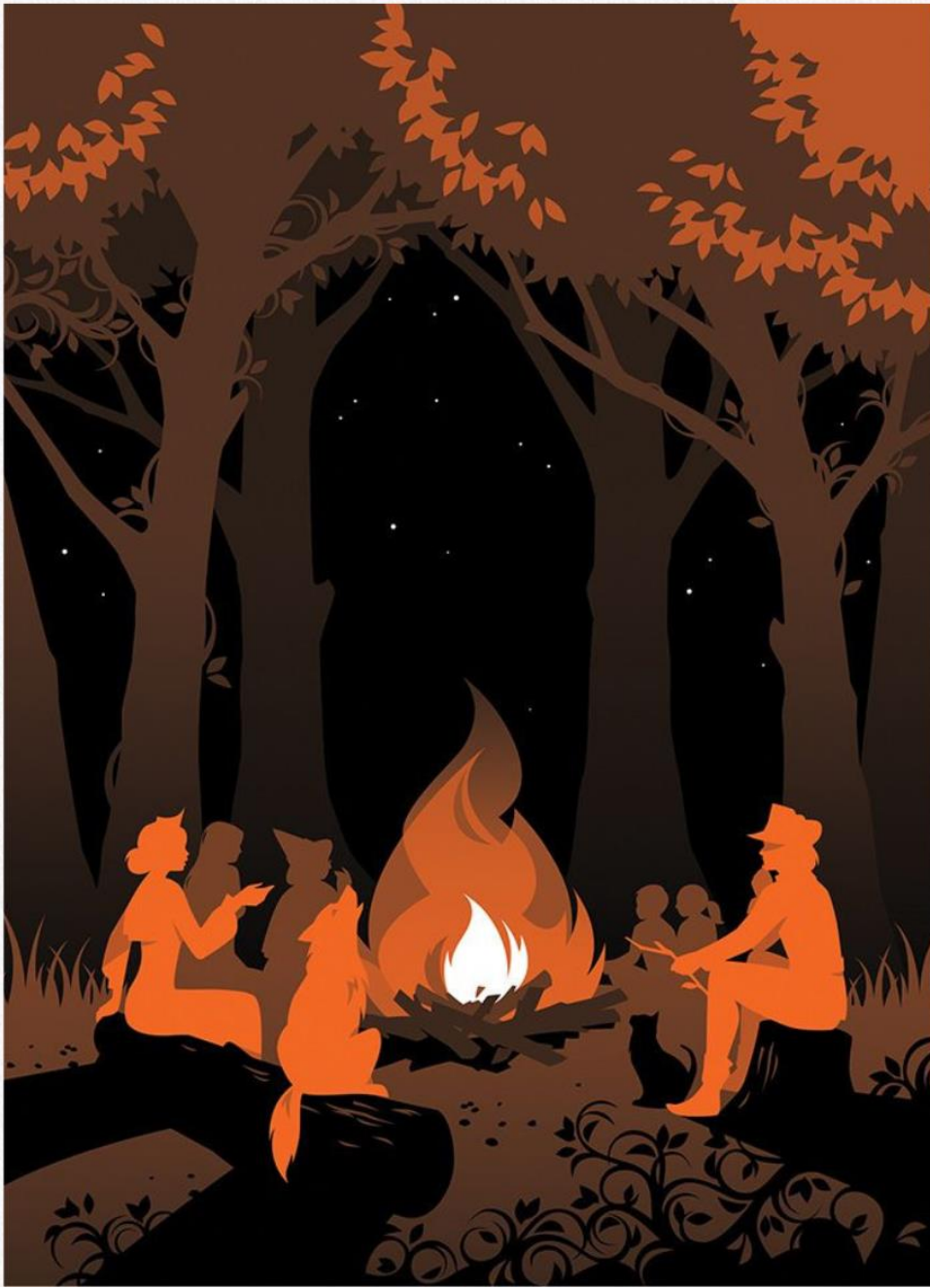
Disusun oleh:
Ramadyan Islamadani Pratama
201923224

PROGRAM STUDI PENGELOLAAN USAHA REKREASI
JURUSAN KEPARIWISATAAN
POLITEKNIK PARIWISATA NHI BANDUNG
2023



Rencana Bisnis **camper fam**

Ramadyan Islamadani Pratama
201923224
Pengelolaan Usaha Rekreasi 8



PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Ramadyan Islamadani Pratama

Tempat/Tanggal Lahir : Kuningan, 11 Desember 2000

NIM : 201923224

Program Studi : Pengelolaan Usaha Rekreasi

Jurusan : Kepariwisataaan

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir/Proyek Akhir yang berjudul:

Rencana Bisnis "Camper Fam"

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 Tugas Akhir/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 Tugas Akhir/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, Juni 2023

Yang membuat pernyataan,



Ramadyan Islamadani Pratama

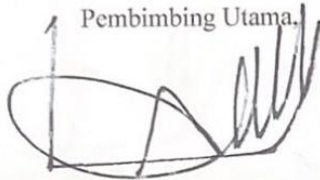
LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL PROYEK AKHIR

RENCANA BISNIS "CAMPER FAM"

NAMA : RAMADYAN ISLAMADANI PRATAMA
NIM : 201923224
JURUSAN : KEPARIWISATAAN
PROGRAM STUDI : PENGELOLAAN USAHA REKREASI

Pembimbing Utama,



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

Pembimbing Pendamping,



Odang Permana, S.E., M.E.
NIDN 3813088001

Bandung, 3 Juli 2023

Mengetahui,
Kepala Bagian Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerjasama



Ni Gusti Made Kerti Utami., BA., MM.Par CHE.
NIP. 19710316 199603 2 001

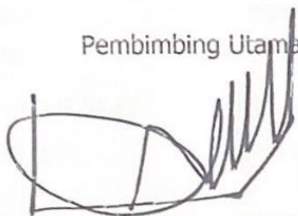
LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI/PROYEK AKHIR/TUGAS AKHIR

Rencana Bisnis "Camper Fam"

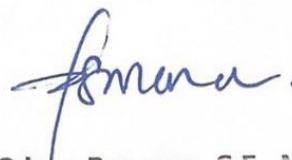
NAMA : Ramadyan Islamadani Pratama
NIM : 201923224
JURUSAN : Pengelolaan Usaha Rekreasi
PROGRAM STUDI : Kepariwisataan

Pembimbing Utama,



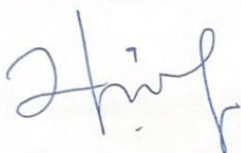
Dr. Anang Sutono, MM. Par., CHE.
NIP. 19650911 199203 1 001

Pembimbing Pendamping,



Odang Permana, S.E., M.E.
NIDN. 3813088001

Penguji I,



Dra. Zuiheifa, M. Hum.
NIP. 19640724 1994032 001

Penguji II,



Nurdin Hidayah, S. ST. Par., M. M.
NIP. 19820102 2009121 004

Bandung, 28 Agustus 2023

Mengetahui,

Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerja Sama

Ni Gusti Made Kerti Utami., BA., MM.Par CHE.
NIP. 19710316 199603 2 001

Menyetujui,

Direktur Politeknik NHI Bandung

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



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat dan karunia-Nya serta kesehatan yang telah di berikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan Penelitian Akhir dengan judul “Rencana Bisnis *Camper Fam Experience*”. Tujuan dari pembuatan Penelitian Akhir adalah salah satu persyaratan dalam menyelesaikan Program Diploma IV, Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata di Politeknik Pariwisata NHI Bandung.

Dalam proses penyusunan Penelitian Akhir ini penulis tentunya mendapatkan berbagai macam hambatan yang di hadapi, akan tetapi berkat dukungan yang di berikan berbagai macam pihak penulis dapat menyelesaikan Rancangan Bisnis ini. Dengan ini penulis mengucapkan terima kasih banyak yang sebesar- besarnya kepada:

1. Bapak Andar Danova L. Goeltom. S. Sos., M. Sc., CHE., selaku Ketua Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
2. Ibu Ni Gusti Made Kerti Utami, BA., MM.Par., CHE., selaku Kepala Bagian Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerja Sama.
3. Ibu Endah Rahayuningtyas, S. Sos., MM.Par., selaku Ketua Jurusan Kepariwisataan.
4. Bapak Hari Ristanto, BBA., M. Sc, selaku ketua Program Studi Pengelolaan Usaha Pariwisata.
5. Bapak Dr. Anang Sutono, MM. Par., CHE., selaku Dosen Pembimbing I.
6. Bapak Odang Permana, SE., ME., selaku Dosen Pembimbing II.
7. Orang tua penulis yang senantiasa selalu mendoakan penulis dan memberikan dukungan.
8. Rekan MBW 2019 KUPU MATI yang selalu bersama selama menempuh perkuliahan.
9. Seluruh pihak yang turut serta saling membantu, memberi masukan, dan menyemangati dalam pengerjaan proposal ini.

Penulis sangat menyadari bahwa materi yang tertulis di rencana bisnis ini masih jauh dari kata sempurna, kritik dan saran yang membangun diharapkan penulis untuk evaluasi kedepannya.

Bandung, 30 Juni 2023

Ramadyan Islamadani Pratama

DAFTAR ISI

BAB I **DESKRIPSI BISNIS**

Latar Belakang	3
Gambaran Umum Bisnis	8
Visi dan Misi	9
Porter's 5 Analysis	10
Gambaran Umum Produk dan Jasa	15
Jenis/Badan Usaha	16



BAB II **RENCANA PRODUK/JASA**

Daftar dan Deskripsi Produk/Jasa	18
Alasan dan Keunggulan Produk/Jasa	23
Penyajian dan Kemasan Produk/Jasa	24
Analisa Resources	26
Analisa Proses Produk/Jasa	29
<i>Supply Chain</i>	31

BAB III **DESKRIPSI BISNIS**

Riset Pasar	33
Analisa Produk – Market Fit	39
Analisa Kompetitor	41
Program Pemasaran	43
Proyeksi Penjualan	46



BAB IV **ASPEK SDM DAN OPERASIONAL**

Identitas Owners/Founders	50
Struktur Organisasi	50
Job Analysis dan Description	50
<i>Manning Budget</i>	53
Recruitment dan Hiring Process	54
Service Scape	55
Action Plan dan Report	56

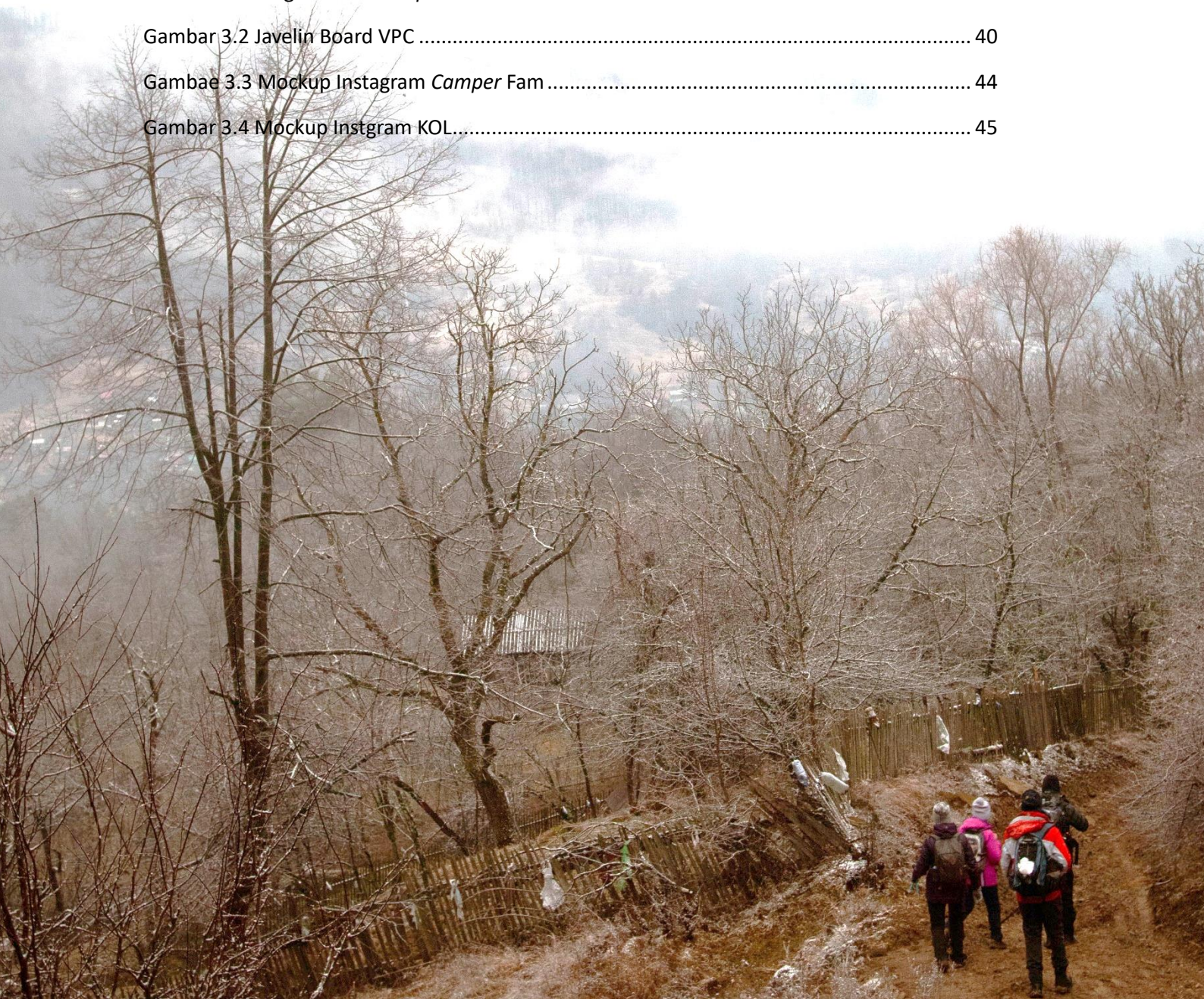
BAB V **ASPEK KEUANGAN**

Metode Pencatatan Akuntansi	62
Capital Expenditure	62
Penentuan Titik Impas Dan Laba Yang Diharapkan	69
Identifikasi Cash Flow	73
Metode Penilaian Investasi	73



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pilar dan Dimensi <i>Adventure tourism</i> (Janowski et al., 2021)	5
Gambar 1.2 Logo <i>Camper Fam</i>	8
Gambar 1.3 Diagram Porter's 5 Forces.....	10
Gambar 2.1 Ilustrasi <i>Fun Adventure</i>	18
Gambar 2.2 Permainan Tradisional	18
Gambar 2.3 Logo Paket Summer Fam Experience	20
Gambar 2.4 Logo Paket Family Camp.....	20
Gambar 2.5 Area Depan Green Grass Cikole.....	26
Gambar 2.6 Area Camping Ground Green Grass Cikole Gunung Tampomas dan Area Camper Van.....	27
Gambar 3.1 Diagram VPC <i>Camper Fam</i>	39
Gambar 3.2 Javelin Board VPC	40
Gambar 3.3 Mockup Instagram <i>Camper Fam</i>	44
Gambar 3.4 Mockup Instagram KOL.....	45



DAFTAR TABEL

Table 1.1 Gambaran Kompetisi Industri	11
Table 1.2 Matriks Porters 5 Forces	15
Tabel 2.1 Tabel <i>Facilitating Goods Camper Fam</i>	25
Tabel 2.2 <i>Customer Journey Map</i>	29
Tabel 2.3 <i>Supply Chain</i>	31
Tabel 3.1 <i>Customer Segmentation 1</i>	33
Tabel 3.2 <i>Customer Segmentation 2</i>	33
Tabel 3.3 <i>Customer Segmentation 3</i>	34
Tabel 3.4 <i>Positioning Camper Fam</i>	34
Tabel 3.5 <i>Market Size</i>	35
Tabel 3.6 <i>Direct Competitors</i>	41
Tabel 3.7 <i>Indirect Competitors</i>	42
Tabel 3.8 <i>Harga Product Camper Fam</i>	44
Tabel 3.9 <i>Proyeksi Penjualan Family Camp dalam Tahun 1</i>	47
Tabel 3.10 <i>Proyeksi Penjualan Family Camp dalam 5 tahun</i>	47
Tabel 3.11 <i>Proyeksi Penjualan Summer Fam Experience dalam Tahun 1</i>	48
Tabel 3.12 <i>Proyeksi Penjualan Summer Fam Experience dalam 5 tahun</i>	48
Tabel 4.1 <i>Manning Budget Camper Fam</i>	53
Tabel 4.2 <i>Service Blueprint Camper Fam</i>	56
Tabel 4.3 <i>Action Plan & Report Camper Fam</i>	57
Tabel 4.4 <i>Risk Identification</i>	58
Tabel 5.1 <i>Skema Proyeksi Penjualan Optimis</i>	52
Tabel 5.2 <i>Tangible Investment Camper Fam</i>	63
Tabel 5.3 <i>Intangible Investment Camper Fam</i>	67
Tabel 5.4 <i>Working Capital Camper Fam</i>	67
Tabel 5.5 <i>Total Investasi</i>	67
Tabel 5.6 <i>Operational Cost Camper Fam</i>	68
Tabel 5.7 <i>Revenue Breakdown Camper Fam</i>	70
Tabel 5.8 <i>Income Statement Camper Fam</i>	70
Tabel 5.9 <i>Cash Flow Projection</i>	73
Tabel 5.10 <i>CIF, NPV, dan IRR</i>	73

EXECUTIVE SUMMARY



Kawasan Bandung Raya terdiri dari kekayaan keanekaragaman geologi, hayati, dan budaya yang menjadi daya tarik utama kunjungan wisatawan. Saat ini, banyak dilakukan pengembangan produk wisata baik yang dilakukan oleh pemerintah daerah maupun swasta. Hasilnya, di Kabupaten Bandung Barat sendiri dapat mendatangkan 3.463.960 wisatawan mengunjungi obyek wisata yang ada di Kabupaten Bandung Barat. Salah satu tren wisata yang sedang digandrungi oleh wisatawan baik nusantara maupun global adalah *Adventure tourism* yang memiliki market cap global hingga menyentuh angka USD112,2 juta pada 2020. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif juga memprediksi bahwa tren wisata *adventure tourism* diprediksi akan terus berkembang dan diminati masyarakat. Tidak terkecuali pada wisatawan yang memiliki pola berwisata bersama keluarga.

Dari hasil penelitian bisnis yang dilakukan, terciptalah ide sebuah produk aktivitas rekreasi *camping* yang ramah untuk keluarga yaitu *Camper Fam* dengan produk Paket Family Camp dan Summer Fam Experience. Produk ini berangkat dari riset pasar yang dilakukan penulis kepada keluarga di Kawasan Bandung serta DKI Jakarta yang memiliki anak di rentang usia 4-12 tahun.

Dari hasil *pra-survey* yang dilakukan untuk mengetahui minat dan ketertarikan segmen pasar ini, hasilnya menunjukkan ada ketertarikan pada segmen pasar keluarga yang memiliki anak usia 4-12 tahun terhadap kegiatan *adventure* atau *outdoor activity*. Terdapat permasalahan yang dialami oleh segmen pasar tersebut, yaitu kurangnya edukasi dalam melakukan aktivitas *outdoor recreation* sehingga menghambat mereka untuk melakukan kegiatan rekreasi. Hal tersebut menjadi salah satu permasalahan yang ingin dipecahkan dalam bentuk sebuah produk dan jasa dengan menyediakan suatu aktivitas rekreasi *outdoor adventure* dimana wisatawan tidak perlu khawatir dengan masalah-masalah yang mereka rasakan.

Dalam pendiriannya, *Camper Fam* adalah sebuah *start-up* Badan Usaha Perorangan atau UMKM sesuai dengan UU Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM. Organisasi *Camper Fam* dibentuk sederhana sesuai dengan karakteristik *start-up* untuk efisiensi kerja serta biaya investasi dan operasional bisnis.

Secara proyeksi keuangan, *Camper Fam* dinilai layak untuk dijalankan. Dengan biaya investasi sebesar Rp. 73.970.000, bisnis ini mampu menghasilkan Internal Rate of Return sebesar 130% dalam 5 tahun usia ekonomisnya dengan pengembalian modal dalam 9 bulan. Hal tersebut tentunya dapat dicapai dengan strategi pemasaran serta operasional bisnis yang tepat.

DAFTAR PUSTAKA

- Beckman, E., Whaley, J. E., & Kim, Y.-K. (2017). Motivations and experiences of whitewater rafting tourists on the Ocoee River, USA. *International Journal of Tourism Research*, 19(2), 257–267.
<https://doi.org/10.1002/jtr.2109>.
- Belch, M. A., & Willis, L. A. (2002). Family decision at the turn of the century: Has the changing structure of households impacted the family decision-making process? *Journal of Consumer Behaviour*, 2(2), 111–124.
- Bitner, M.J., Ostrom, A.L., Morgan, F.N., 2008. *Service Blueprinting: a practical technique for service innovation*. *Calif. Manag. Rev.* 50 (3), 66–94.
- Fodness, D. (1992). The impact of family life cycle on the vacation decision-making process. *Journal of Travel Research*, 31(2), 8–13.
- Gross, S., & Sand, M. (2019). *Adventure tourism: A perspective paper*. *Tourism Review*.
- Hill, B. J. (1995). A guide to *adventure* travel. *Parks & Recreation*, 30(9), 56–65.
- Janowski, I., Gardiner, S., & Kwek, A. (2020). Dimension of *Adventure tourism*. Australia: *Tourism Management Perspective* 37. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100776>.
- Kotler, Amstrong. (2016). *Principles of Marketing Sixteenth Edition Global Edition*. England: Pearson Education Limited.
- Lancaster, Massingham. (2011). *Essentials of Marketing Management*. New York: Routledge.
- Osterwald, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., dan Smith, A. (2014). *Value Proposition Design*. New Jersey: Wiley.
- Pomfret, G., & Bramwell, B. (2016). The characteristics and motivational decisions of *outdoor adventure* tourists: A review and analysis. *Current Issues in Tourism*, 19(14), 1447–1478.
<https://doi.org/10.1080/13683500.2014.925430>.
- Rahayu, Sri. (2019). *Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan terhadap Obyek Wisata*. Palembang: Anugrah Jaya.
- Saayman, M., Slabbert, E., & Van Der Merwe, P. (2009). Travel motivations: A tale of two marine destinations in South Africa. *South Africa Journal for Research in Sport, Physical Education and Recreation*, 31(1), 81–94.
- Schänzel, H. A., & Yeoman, I. (2015). *Trends in family tourism*. *Journal of Tourism Futures*, 1(2), 141–147.
- Sharma, A. & Christie, I.T. (2010). Performance assessment using value-chain analysis. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 22(3), 282-299.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Wilson, Jonathan. (2014). *Essentials of Business Research: A Guide to Doing Your Research Project*. London: Sage Publications.
- Zellatifanny, C., dan Mudjiyanto, B. (2018). Tipe penelitian deskripsi dalam ilmu komunikasi. Jakarta: *Jurnal Diakom*, Vol. 1 No. 2. 89-90.