

**Proyek Akhir**  
**Rencana Bisnis “Eksibisi Pojok Nyeni”**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Dalam Menempuh Studi Program Diploma IV



Disusun Oleh  
**M. Vikry Fadilah Basya Suherman**  
PUR/201923223

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

# EKSIBISI POJOK NYENI

Digital Immersive  
Art Exhibition



M. Vikry Fadilah  
Basya Suherman

---

201923223

Pengelolaan Usaha Rekreasi

## PERNYATAAN

Yang bertanda-tangan di bawah ini saya :

Nama : M. Vikry Fadillah Basya Suherman  
Tempat/Tanggal Lahir : Bandung, 6 April 2000  
NIM : 201923223  
Program Studi : Pengelolaan Usaha Rekreasi  
Jurusan : Kepariwisataaan

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Tugas Akhir/Proyek Akhir yang berjudul :

### **RENCANA BISNIS EKSIBISI POJOK NYENI**

ini merupakan hasil karya dan hasil penelitian saya sendiri, bukan merupakan hasil penjiplakan pengutipan, penyusunan oleh orang atau pihak lain atau dengan cara-cara 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 sungguh-sungguh, apabila dalam naskah Tugas Akhir/Proyek Akhir ini ditemukan adanya pelanggaran atas apa yang saya nyatakan di atas atau pelanggaran di atas etika keilmuan dan/atau ada klaim terhadap keaslian naskah ini, maka saya bersedia menerima sanksi lainnya yang sesuai dengan norma yang berlaku di Politeknik Pariwisata NHI Bandung ini serta peraturan-peraturan terkait lainnya.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, 28 Agustus 2023

Penulis Pernyataan



**M. Vikry Fadillah Basya S**  
**201923223**



## LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL TUGAS AKHIR / PROYEK AKHIR

RENCANA BISNIS “Eksibisi Pojok Nyeni”


NAMA : M. Vikry Fadillah Basya Suherman  
NIM : 201923223  
JURUSAN : KEPARIWISATAAN  
PROGRAM STUDI : Pengelolaan Usaha Rekreasi (PUR)

Pembimbing Utama,

Pembimbing Pendamping,



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



**Drs. Asep Rosadi, M.AP**  
NIP. 19630717 199903 1 001

Bandung, 27 Juni 2023

Mengetahui,

Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerjasama,



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

# LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL TUGAS AKHIR

Rencana Bisnis Eksibisi Pojok Nyeni

NAMA : M. Vikry Fadilah Basya Suherman  
NIM : 201923223  
JURUSAN : Kepariwisataan  
PROGRAM STUDI : Pengelolaan Usaha Rekreasi

Pembimbing Utama,



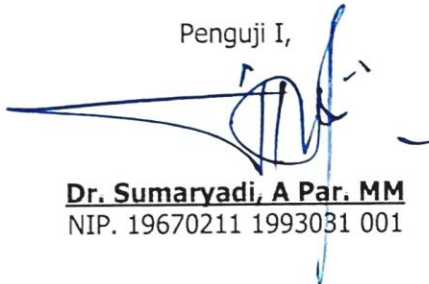
**Hari Ristanto, BBA., M.Sc.**  
NIP.19680915 199903 1 001

Pembimbing Pendamping,



**Drs. Asep Rosadi, M.AP**  
NIP. 19630717 199903 1 001

Penguji I,



**Dr. Sumaryadi, A Par. MM**  
NIP. 19670211 1993031 001

Penguji II,



**Rachmat Syam, S.Sos, MM.Par.**  
NIP. 19600505 198303 1 002

Bandung, 23 Agustus 2023

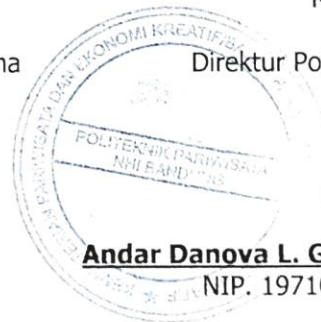
Mengetahui,

Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerja Sama

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

Menyetujui,

Direktur Politeknik NHI Bandung



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

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT karena atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir Ide Bisnis Eksibisi Pojok Nyeni yang diajukan sebagai salah satu syarat penyelesaian akademik dalam menyelesaikan program diploma IV, Program studi Pengelolaan Usaha Rekreasi, Jurusan Kepariwisata, Politeknik Pariwisata NHI Bandung.

Penulis ingin berterima kasih kepada pihak – pihak yang terkait dalam pelaksanaan Tugas Akhir ini sehingga tersusunnya Proposal Bisnis ini. Dalam penyelesaian Tugas Akhir ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan pihak – pihak terkait yaitu kepada :

1. Bapak Andar Danova Lastaipa Goeltom, S.Sos., M.Sc selaku Ketua Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
2. Ibu Ni Gusti Made Kerti Utami., BA., MM.Par CHE. selaku Kabag. Administrasi Akademik, dan Kemahasiswaan
3. Ibu Endah Trihayuningtias, S.Sos, MM.Par. selaku Ketua Jurusan Kepariwisata
4. Bapak Hari Ristanto, BBA., M.Sc. selaku Ketua Program Studi Pengelolaan Usaha Rekreasi dan selaku pembimbing I.
5. Kepada Bapak Drs. Asep Rosadi, M.AP selaku pembimbing II.
6. Kepada Dosen dan Staff Program Studi Pengelolaan Usaha Rekreasi.
7. Orang tua penulis (Ibu Susianingsih) serta kaka penulis (Venny Rimauli Siregar) yang selalu mendukung dan mendoakan penulis.
8. Kepada teman-teman sejawat dan seperjuangan yang sama-sama saling menguatkan.
9. *Last but not least, I wanna thank me. I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for never quitting, I wanna thank me for always being a giver and tryna give more than I receive, I wanna thank me for tryna do more right than wrong, I wanna thank me for just being me at all times.*

Akhir kata penulis menyadari bahwa Tugas Akhir Ide Bisnis ini masih banyak kekurangan. Penulis sangat berterimakasih apabila ada kritik dan saran

yang sifatnya membangun. Penulis juga berharap semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Bandung, 14 Agustus 2023

M. Vikry Fadilah Basya Suherman





DAFTAR ISI

**LEMBAR PERNYATAAN.....i**

**LEMBAR PENGESAHAN.....ii**

**KATA PENGANTAR .....iii**

**DAFTAR ISI.....v**

**DAFTAR TABEL .....viii**

**DAFTAR GAMBAR .....ix**

**Executive Summary.....1**

**BAB I Deskripsi Bisnis .....2**

**A. Latar Belakang.....2**

**B. Gambaran Umum Bisnis .....4**

        • Deskripsi Bisnis.....4

        • Deskripsi Logo dan Nama.....4

        • Identitas Bisnis (Kontak dan perusahaan).....4

**C. Visi dan Misi.....5**

**D. SWOT dan Porter Five Forces Analysis .....5**

**E. Gambaran Umum Produk dan Jasa .....7**

**F. Jenis/Badan Usaha .....8**

**G. Aspek Legalitas.....8**

**BAB II Rencana Produk.....10**

**A. Daftar dan Deskripsi Produk/Jasa .....10**

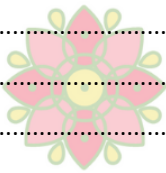
**B. Alasan dan Keunggulan Produk/Jasa .....12**

**C. Penyajian dan Kemasan Produk/Jasa .....13**

**D. Analisa Resources .....18**

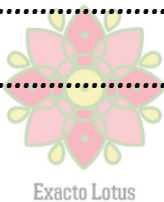


E.	Analisa Proses Jasa .....	18
F.	<i>Inventory System</i> .....	20
G.	<i>Supply Chain</i> .....	20
<b>BAB III Rencana Pemasaran .....</b>		<b>21</b>
A.	Riset Pasar .....	21
•	Trend Pasar .....	21
•	Analisa Survey .....	22
•	Segmentasi, <i>Targeting</i> dan <i>Positioning</i> .....	24
•	<i>Market Size &amp; Profitability</i> .....	29
B.	Analisa Produk – <i>Market Fit</i> .....	31
C.	Analisa Kompetitor .....	39
D.	Program Pemasaran .....	40
•	<i>Product</i> .....	40
•	<i>Price</i> .....	41
•	<i>Place</i> .....	41
•	<i>Promotion</i> .....	42
E.	Media Pemasaran .....	42
F.	Proyeksi Penjualan .....	43
<b>BAB IV Aspek SDM dan Operational .....</b>		<b>46</b>
A.	Identitas <i>owners/founders</i> .....	46
B.	Struktur Organisasi.....	46
C.	Job Analysis dan Job Description .....	47
D.	<i>Manpower Planning &amp; Budget</i> .....	48
E.	<i>Recruitment &amp; Hiring Procedure</i> .....	50
F.	<i>Service Scape</i> (Layout, Flow, SOP) .....	51
G.	<i>Action Plan</i> .....	54
<b>BAB V Aspek Keuangan .....</b>		<b>55</b>
A.	Metode Pencatatan Akuntansi .....	55



Exacto Lotus

<b>B.</b>	<b>Capital Expenditure .....</b>	<b>55</b>
1.	<i>Tangible Investment (Depreciation; Terminal Cash flow) .....</i>	<i>55</i>
2.	<i>Intangible Investment (Amortization) .....</i>	<i>55</i>
3.	<i>Working Capital (Terminal Cash Flow) .....</i>	<i>55</i>
<b>C.</b>	<b>Pendanaan Investasi .....</b>	<b>60</b>
<b>D.</b>	<b>Total Pendapatan .....</b>	<b>60</b>
<b>E.</b>	<b>Income Statement .....</b>	<b>62</b>
<b>F.</b>	<b>Breakeven Point .....</b>	<b>65</b>
<b>G.</b>	<b>Accumulated Cash Flow .....</b>	<b>68</b>
<b>H.</b>	<b>Net Present Value .....</b>	<b>68</b>
<b>I.</b>	<b>Discounted Payback Period .....</b>	<b>68</b>
<b>J.</b>	<b>Internal Rate of Return .....</b>	<b>69</b>
	<b>Daftar Pustaka .....</b>	<b>ix</b>
	<b>Lampiran .....</b>	<b>X</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Peralatan yang Digunakan .....	20
Tabel 2. 2 Supply Chain.....	20
Tabel 3. 1 Pedoman Wawancara dengan Conver Texture .....	31
Tabel 3. 2 Direct Competitor .....	39
Tabel 3. 3 Five Level of Product.....	40
Tabel 3. 4 Pricing Strategy .....	41
Tabel 3. 5 Pricelist.....	41
Tabel 3. 6 Data historis jumlah kunjungan .....	43
Tabel 3. 7 Proyeksi Penjualan Skema Pesimis.....	44
Tabel 3. 8 Proyeksi Penjualan Skema Moderat .....	44
Tabel 3. 9 Proyeksi Penjualan Skema Optimis .....	45
Tabel 4. 1 Kompetensi Petugas .....	48
Tabel 4. 2 Action Plan.....	54
Tabel 5. 1 Tangible Investments .....	56
Tabel 5. 2 Intangible Investment.....	59
Tabel 5. 3 Working Capital .....	59
Tabel 5. 4 Total Investment .....	60
Tabel 5. 5 Keuntungan Tahun Pertama.....	61
Tabel 5. 6 Proyeksi Penjualan Tahun Berikutnya.....	61
Tabel 5. 7 Income Statement Tahun 1 hingga 5.....	62
Tabel 5. 8 Accumulated Cash Flow .....	70
Tabel 5. 9 Net Present Value.....	70
Tabel 5. 10 Payback Period.....	71
Tabel 5. 11 Internal Rate of Return.....	71



**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1. 1 Ilustrasi Proses.....	3
Gambar 1. 2 Logo CV. Exacto Lotus.....	4
Gambar 1. 3 Immersive Museum.....	7
Gambar 1. 4 Audioguided Museum.....	8
Gambar 2. 1 Ilustrasi Karya Seni "Guess What Animal Is It?" .....	10
Gambar 2. 2 Ilustrasi Karya Seni Sound of Sundanesse.....	11
Gambar 2. 3 Ilustrasi Karya Seni Sundanesse Outfit of The Day.....	12
Gambar 2. 4 Landing Page Situs Resmi.....	13
Gambar 2. 5 Homepage Situs Resmi .....	14
Gambar 2. 6 Facebook Fanspage .....	14
Gambar 2. 7 Tampilan Awal Instagram.....	15
Gambar 2. 8 Tampilan Awal Tiktok .....	16
Gambar 2. 9 Landing Page Art Interpretation Mobile App.....	17
Gambar 2. 10 Alur Penggunaan Mobile App.....	17
Gambar 2. 11 Customer Journey Mapping.....	19
Gambar 3. 1 Grafik Opini Terhadap Pentingnya Pelestarian Budaya Tradisional	22
Gambar 3. 2 Grafik Minat Terhadap Pelestarian Budaya Tradisional.....	22
Gambar 3. 3 Grafik Alasan Kurangnya Minat Dalam Pelestarian Budaya Tradisional.....	23
Gambar 3. 4 Grafik Alasan Kurangnya Minat Dalam Pelestarian Budaya Tradisional.....	23
Gambar 3. 5 Kelompok Umur Calon Target Pasar .....	24
Gambar 3. 6 Domisili Calon Target Pasar .....	25
Gambar 3. 7 Pekerjaan Calon Target Pasar .....	25
Gambar 3. 8 Pendapatan Calon Target Pasar.....	25
Gambar 3. 9 Motivasi Mengunjungi Eksibisi .....	27
Gambar 3. 10 Customer Persona Millennial 1 .....	27
Gambar 3. 11 Customer Persona Millennial 2.....	28
Gambar 3. 12 Customer Persona Millennial 3.....	28
Gambar 3. 13 Customer Persona Gen-Z 1 .....	28



Gambar 3. 14 Customer Persona Gen-Z 2 .....	29
Gambar 3. 15 Customer Persona Gen-Z 3 .....	29
Gambar 3. 16 TAMSAMSOM.....	30
Gambar 3. 17 Grafik Ketertarikan Terhadap Eksibisi Pojok Nyeni .....	32
Gambar 3. 18 Jawaban Millennial .....	32
Gambar 3. 19 Jawaban Generasi Z .....	33
Gambar 3. 20 Jawaban Millennial 2 .....	33
Gambar 3. 21 Jawaban Generasi Z 2 .....	33
Gambar 3. 22 Jawaban Millennial 3 .....	34
Gambar 3. 23 Jawaban Generasi Z 3 .....	34
Gambar 3. 24 Jawaban Millennial 4 .....	35
Gambar 3. 25 Jawaban Generasi Z 4 .....	35
Gambar 3. 26 Jawaban Millennial 5 .....	36
Gambar 3. 27 Jawaban Generasi Z 5 .....	36
Gambar 3. 28 Jawaban Gen Z Terhadap Ide Bisnis 1 .....	37
Gambar 3. 29 Jawaban Millennial Terhadap Ide Bisnis 1 .....	37
Gambar 3. 30 Jawaban Gen Z Terhadap Ide Bisnis 2.....	37
Gambar 3. 31 Jawaban Millennial Terhadap Ide Bisnis 2 .....	37
Gambar 3. 32 Jawaban Gen Z Terhadap Ide Bisnis 3.....	37
Gambar 3. 33 Jawaban Millennial Terhadap Ide Bisnis 3 .....	38
Gambar 3. 34 Javelin Board.....	38
Gambar 3. 35 Ranking Penggunaan Media Sosial.....	42
Gambar 3. 36 Rata-rata Penggunaan Sosial Media.....	43
Gambar 4. 1 Foto Owner.....	46
Gambar 4. 2 Network Organizational Structure .....	46
Gambar 4. 3 Hierarchy Organizational Structure .....	47
Gambar 4. 4 Service Blueprint.....	51
Gambar 4. 5 Ruang Pameran Lawangwangi.....	52
Gambar 4. 6 Ruang Pamer Lawangwangi.....	52
Gambar 4. 7 Lorong Ruang Pameran Lawangwangi.....	53
Gambar 4. 8 Layout Eksibisi Pojok Nyeni.....	53

## Executive Summary

Eksibisi seni Pojok Nyeni merupakan sebuah gagasan produk yang diusung oleh Exacto Lotus dalam menjawab permasalahan tertinggalnya budaya tradisional sunda dengan menghadirkan museum seni yang ditujukan kepada generasi milenial dan generasi z sebagai tonggak pelestarian budaya sunda dengan menghadirkan eksibisi seni yang immersive dan juga interaktif yang dibantu dengan alat audioguide guna penjelasan karya seni yang detail. Pelaksanaan eksibisi ini direncanakan akan dilaksanakan di Lawangwangi *Creative Space* yang telah lama menjadi tempat atau pusat pembelajaran mengenai seni.

Eksibisi Pojok Nyeni **memilik modal awal sebesar Rp. 878.533.600** yang terbagi atas *tangible investment*, *intangibile investment* dan *working capital*. Dalam pelaksanaannya Exacto Lotus akan bekerja sama dengan PT. Epson Indonesia dan PT Anugrah Baseus Indonesia sebagai sponsor utama. Dalam waktu lima tahun, Eksibisi Pojok Nyeni diproyeksikan akan **memiliki nilai investasi sebesar Rp 11.061.395.823** atau **Return on Investment hingga 335%** sehingga bisnis ini layak untuk dijalankan.



Exacto Lotus



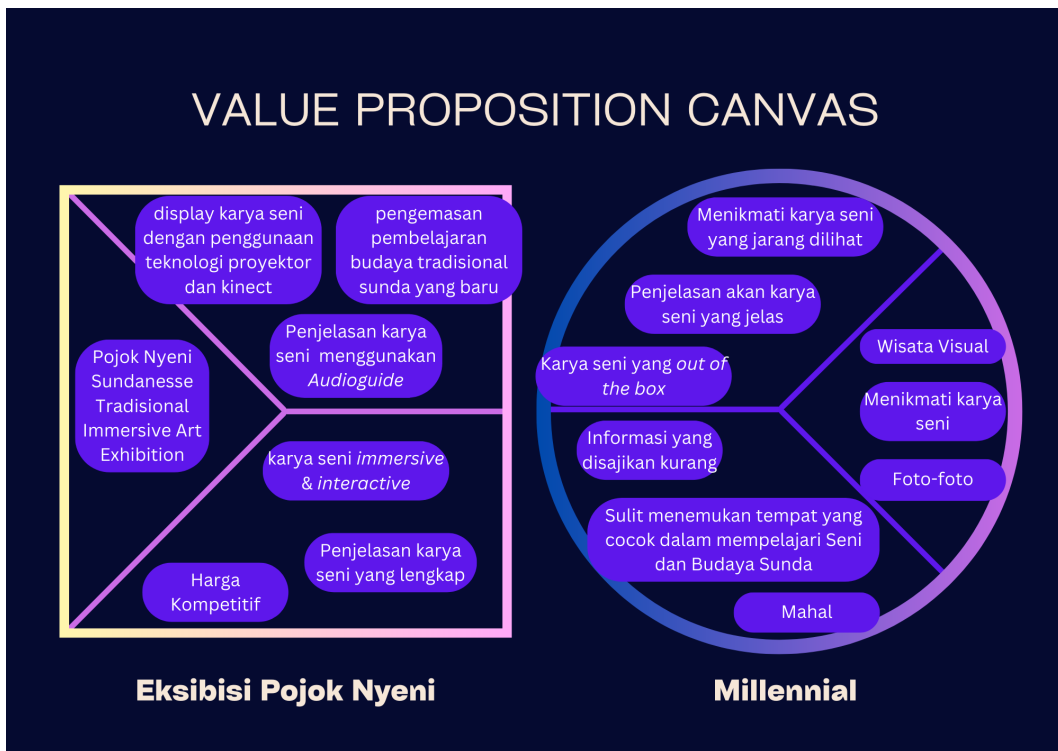
Gambar 1 Immersive Exhibition

**Daftar Pustaka**

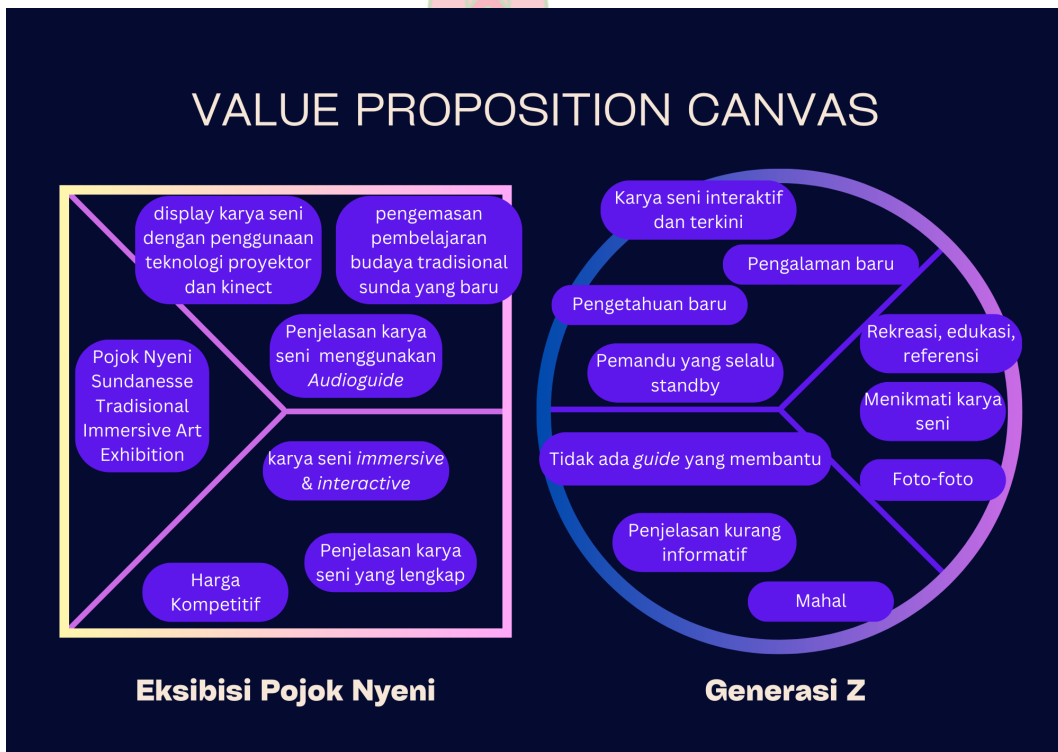
- Armstrong G, Kotler P, 2018, Principles of Marketing, United Kingdom, Pearson Education Limited
- Banzi et al., 2023, Interactive and Immersive Digital Representation for Virtual Museum: VR and AR for Semantic Enrichment of Museo Nazionale Romano, Antiquarium di Lucrezia Romana and Antiquarium di Villa Dei Quintili
- Deng Yu and Wang Yao, 2023, Research on holographic display and technology application of art museum based on immersive design
- Husidic, Nadina, 2022, Immersive technology applications in the museum environment
- Nina Levent and Alvaro Pascual-Leone, 2014, The Multisensory Museum, United Kingdom, Rowman & Littlefield
- Polys et al., 2022, Designing for Social Interaction in Virtual Art Gallery, Evry-Courcouronnes, France
- Rahasmor, Fajar, 2018, Hubungan Bauran Pemasaran Dengan Identitas Tempat yang Terbentuk Pada Galeri Seni Indonesia
- Rivai, Sagala, 2017, Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan, Rajawali Pers, Jakarta. Stuner Dan Freeman
- Samsudin, Dindin, 2021, PENGETAHUAN GENERASI MILENIAL SUNDA PERKOTAAN TERHADAP PERALATAN DAPUR TRADISIONAL SUNDA
- Setiawan et al., 2018, The Profile and Behaviour of 'Digital Tourists' When Making Decisions Concerning Travelling Case Study: Generation Z in South Jakarta
- Stylano E, Meecham P, 2012, DESIGNS FOR LEARNING: Interactive Technologies in the Art Museum
- Swityantini, Dwi, 2018, Strategi Pemasaran Karya Seni Lukis (Studi Kasus Pada Pameran Seni Rupa dan Pasar Seni Art Jogja)
- Wiastuti R.D, Lestari N.S, 2020, The generation Z characteristics and hotel choices
- Yendra, Sasferi, 2018, Museum dan Galeri (Tantangan dan Solusi) Yusuf M, Avissa A, 2021, PERSEPSI KEKERENAN PADA WISATAWAN GENERASI Z TERHADAP FESTIVAL SENI KONTEMPORER ARTJOG 2020 DI JOGJA NATIONAL MUSEUM
- Xiaolin Chen et al., 2022, Immersive experiences in digital exhibitions: The application and extension of the service theater model



Lampiran

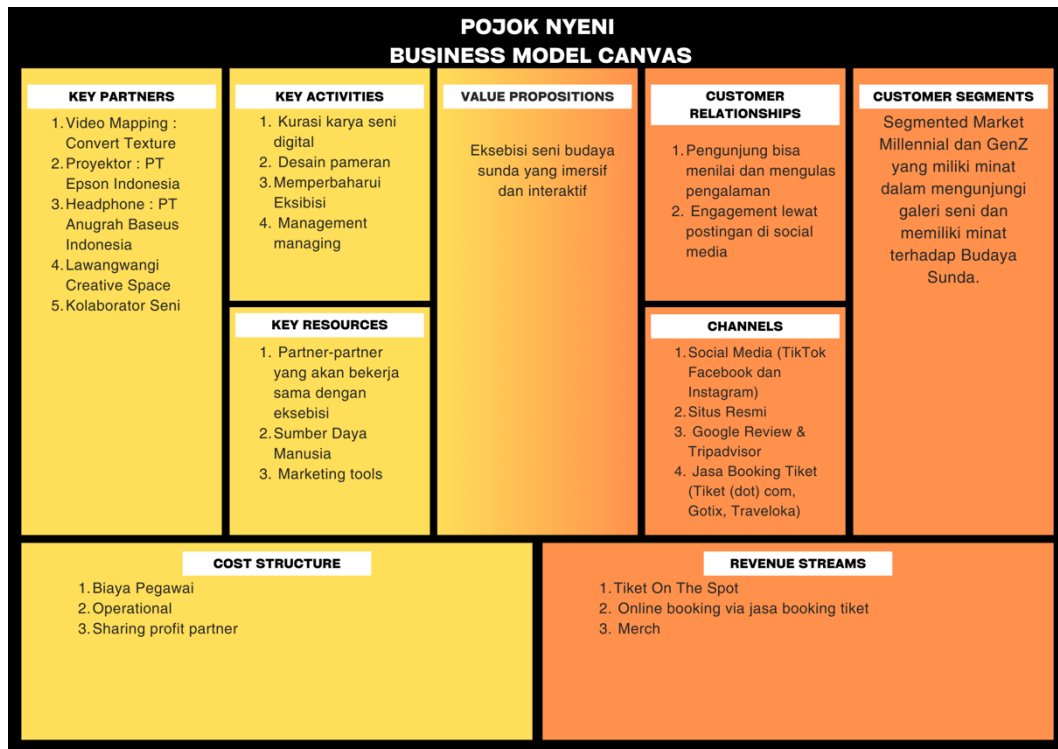


Gambar 2 Value Proposition Canvas Millennial



Gambar 3 Value Proposition Canvas Generasi Z





Gambar 4 Business Model Canvas

<https://bit.ly/Businessideavalidation>



**SCAN ME**

Gambar 5 Business Idea Validation Questionnaire

<https://bit.ly/validationanswer>



SCAN ME

*Gambar 6 Business Idea Validation Answer*

<https://bit.ly/GenerationZQuestionnaire>

<https://bit.ly/MillennialQuestionnaire>



SCAN ME

*Gambar 7 Millennial Market-fit*



SCAN ME

*Gambar 8 Generasi Z Market-fit*

<https://bit.ly/GenZMarketFitAnswer>



SCAN ME

*Gambar 9 Market-Fit GenZ Answer*

<https://bit.ly/MillennialMarketFitAnswer>



SCAN ME

*Gambar 10 Millennial Market-Fit Answer*



Exacto Lotus