

ISLAND HOPPING SEACATION

RENCANA BISNIS

Diajukan sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan
Program Diploma IV
Program Studi Pengelolaan Usaha Rekreasi
Politeknik Pariwisata NHI Bandung



Disusun Oleh :

Syakira Az Zahra
PUR/2020310002

**PROGRAM STUDI PENGELOLAAN USAHA REKREASI
JURUSAN KEPARIWISATAAN
POLITEKNIK PARIWISATA NHI BANDUNG
2024**

ISLAND HOPPING SEACATION AT JETSKI ADVENTUR WARWIR BATAM

written by :
SYAKIRA AZ ZAHRA
2020310002



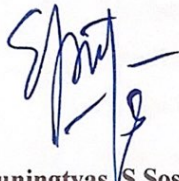
2024
PENGELOLAAN USAHA REKREASI
POLITEKNIK PARIWISATA NHI BANDUNG

LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL TUGAS AKHIR / PROYEK AKHIR
Rencana Bisnis "Island Hopping Seacation"

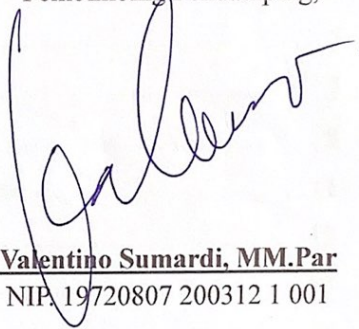
NAMA : Syakira Az Zahra
NIM : 2020310002
JURUSAN : Kepariwisata
PROGRAM STUDI : Pengelolaan Usaha Rekreasi

Pembimbing Utama,



Endah Trihayuningtyas, S.Sos., MM.Par
NIP. 19640626 199103 2 001

Pembimbing Pendamping,



Valentino Sumardi, MM.Par
NIP. 19720807 200312 1 001

Bandung, Juli 2023

Mengetahui,

Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerjasama,



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

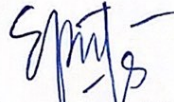
LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI/PROYEK AKHIR/TUGAS AKHIR

Rencana Bisnis "Island Hopping Seacation"

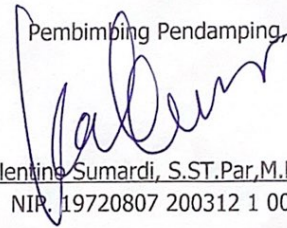
NAMA : Syakira Az Zahra
NIM : 2020310002
PROGRAM STUDI : Pengelolaan Usaha Rekreasi

Pembimbing Utama,



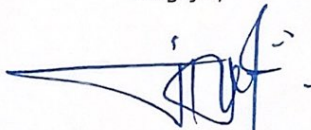
Endah Trihayuningtyas, S.Sos.,
MM.Par.
NIP. 19640626 199103 2 001

Pembimbing Pendamping,



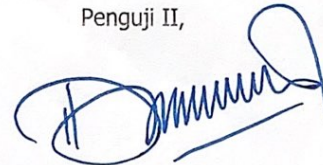
Valentine Sumardi, S.ST.Par,M.M.Par
NIP. 19720807 200312 1 001

Penguji I,



Dr. Sumaryadi, SE., MM.
NIP. 19670211 199308 1 001

Penguji II,

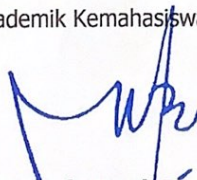


Dr. Riadi Darwis, M.Pd.
NIP. 19660124 199203 1 001

Bandung, 8 Agustus 2024

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



Dr. Anwari Masatip., MM.Par., CEE
NIP. 19750415 200212 1 001



PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda-tangan di bawah ini saya :

Nama : Syakira Az Zahra
Tempat/Tanggal Lahir : Garut, 30 Juli 2002
NIM : 2020310002
Program Studi : Pengelolaan Usaha Rekreasi
Jurusan : Kepariwisataaan

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Tugas Akhir/Proyek Akhir yang berjudul : RENCANA BISNIS “Island Hopping Seacation” 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 penggaran 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, Juli 2024



Syakira Az Zahra
2020310002

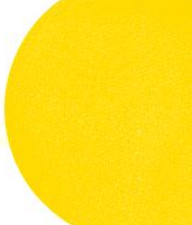


KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan yang Maha Esa atas terselesaikannya Tugas Akhir Rencana Bisnis yang berjudul “*Island Hopping Seacation*” yang merupakan syarat kelulusan akademik bagi penulis di Politeknik Pariwisata NHI Bandung. Ucapan terima kasih khususnya penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Dr. Anwari Masatip, MM. Par., selaku Ketua Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
2. Ibu Ni Gusti Made Kerti Utami, BA., M.M.Par., CHE., selaku Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerjasama Politeknik Pariwisata NHI Bandung
3. Ibu Endah Trihayuningtyas, S.Sos., MM.Par selaku Ketua Jurusan Kepariwisata dan selaku pembimbing utama.
4. Bapak Hari Ristanto, BBA., M.Sc. selaku Ketua Program Studi Pengelolaan Usaha Rekreasi.
5. Bapak Valentino Sumardi MM.Par selaku pembimbing pendamping.
6. Ibunda Diah Mulyani dan kakak Maharani Pratiwi beserta keluarga lain yang senantiasa memberikan doa dan dukungan baik secara moril maupun non-moril dari awal hingga saat ini.
7. Cinta pertama dan panutan penulis, Ayahanda Muhammad Tedi Supriatna (alm) yang semasa hidupnya selalu mengusahakan yang terbaik bagi penulis.
8. Dila Wirdatul Zanah Ruhiyat, Dea Ilaa Royana, Tanti Intan Pratiwi, Adinda Nopiani, Salwa Zahra Nurjanah, Andi Qania Firsia Aulia Taufiq, dan Shaynandra Aiyana Rizki, sebagai teman seperjuangan yang senantiasa saling





mengingatkan dan saling berbagi ilmu serta saling menemani dalam suka duka selama perkuliahan ini.

Penulis dengan sadar mengakui masih banyak kekurangan dalam penyusunan proposal rencana bisnis ini. Oleh karena itu, besar harapan penulis agar mendapat saran dan masukan yang membangun untuk menyempurnakan rencana bisnis ini.

Bandung, Juli 2024

Penulis



DAFTAR ISI

KESEDIAAN/KETIDAKSEDIAAN PEMBIMBING

LEMBAR PENGESAHAN

PERNYATAAN MAHASISWA	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
<i>EXECUTIVE SUMMARY</i>	1
BAB I DESKRIPSI BISNIS	3
A. Latar Belakang	3
B. Gambaran Umum Bisnis	5
C. Visi dan Misi	7
D. <i>Five Porter Forces</i>	8
E. Gambaran Umum Produk dan Jasa	11
F. Jenis/Badan Usaha	12
G. Aspek Legalitas	13
BAB II RENCANA PRODUK/JASA	14
A. Daftar dan Deskripsi Produk/Jasa	14
B. Alasan dan Keunggulan Produk/Jasa	15
C. Penyajian dan Kemasan Produk/Jasa	16
D. <i>Analisa Resources</i>	19
E. <i>Analisa Proses Produk/Jasa</i>	21
F. <i>Inventory Sistem</i>	23
G. <i>Supply Chain</i>	24
BAB III RENCANA PEMASARAN	27
A. Riset Pasar	27
B. <i>Analisa Produk – Market Fit</i>	43

C.	Analisa Kompetitor	57
D.	Program Pemasaran	58
E.	Media Pemasaran	60
F.	Proyeksi Penjualan	62
BAB IV	ASPEK SDM DAN OPERATIONAL	63
A.	Identitas Owners/Founders	63
B.	Struktur Organisasi	63
C.	<i>Job Analysis</i> dan <i>Job Description</i>	63
D.	<i>Manning Budget</i> /Anggaran Tenaga Kerja	67
E.	<i>Recruitment & Hiring Procedure</i>	67
F.	<i>Service Scape</i> (Layout, Flow, SOP)	70
G.	<i>Action Plan & Report</i>	73
BAB V	ASPEK KEUANGAN	77
A.	Metode Pencatatan Akuntansi	77
B.	<i>Capital Expenditure</i> (Identifikasi <i>Initial Investment</i>)	77
C.	<i>Time Value of Money</i> (Nilai Waktu Uang)	80
D.	Pendanaan Investasi (<i>Agency Theory</i>)	81
E.	Penentuan Titik Impas dan Laba yang Diharapkan	82
F.	Identifikasi <i>Cash Inflow & Outflow</i>	85
G.	Metode Penilaian Investasi (<i>Capital Budgeting</i>)	87
DAFTAR PUSTAKA		90
LAMPIRAN		92



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	<i>Sunset Riding</i>	5
Gambar 1.2	<i>Logo Island Hopping Seacation</i>	6
Gambar 1.3	<i>Porter's Five Forces</i>	8
Gambar 1.4	<i>Grafik Net Profit Margin</i>	9
Gambar 1.5	<i>Peta Rute Island Hopping Seacation</i>	11
Gambar 1.6	<i>Aktivitas Camping</i>	12
Gambar 2.1	<i>Island Hopping Seacation</i>	14
Gambar 2.2	<i>Suppy Chain</i>	24
Gambar 3.1	<i>Grafik Asal Peminat PWC (Pretest)</i>	27
Gambar 3.2	<i>Grafik Usia Peminat PWC (Pretest)</i>	27
Gambar 3.3	<i>Grafik Status Pekerjaan Peminat PWC (Pretest)</i>	28
Gambar 3.4	<i>Grafik Media Sosial Peminat PWC (Pretest)</i>	28
Gambar 3.5	<i>Grafik Bentuk Konten Promosi Online PWC (Pretest)</i>	29
Gambar 3.6	<i>Grafik Jenis Media Promosi Offline PWC (Pretest)</i>	29
Gambar 3.7	<i>Grafik Preferensi Teman Berekreasi Peminat PWC (Pretest)</i>	30
Gambar 3.8	<i>Grafik Motivasi Peminat PWC (Pretest)</i>	31
Gambar 3.9	<i>Grafik Preferensi Indoor/Outdoor Peminat PWC (Pretest)</i>	31
Gambar 3.10	<i>Grafik Harapan Peminat PWC (Pretest)</i>	32
Gambar 3.11	<i>Grafik Preferensi Peminat PWC (Pretest)</i>	33
Gambar 3.12	<i>Grafik Preferensi Aktivitas Peminat PWC (Pretest)</i>	33
Gambar 3.13	<i>Grafik Minat Lokasi Peminat PWC (Pretest)</i>	34
Gambar 3.14	<i>Grafik Kepuasan Peminat PWC (Pretest)</i>	35
Gambar 3.15	<i>Grafik Kebutuhan Rekreasi Peminat PWC (Pretest)</i>	36
Gambar 3.16	<i>Grafik Harga Menurut Peminat PWC (Pretest)</i>	36
Gambar 3.17	<i>Grafik Pengeluaran Aktifitas Rekreasi Peminat PWC (Pretest)</i>	37

Gambar 3.18	<i>Customer Persona</i>	38
Gambar 3.19	TAM, SAM, dan SOM untuk <i>Island Hopping Seacation</i> di Batam	39
Gambar 3.20	<i>Perceptual MAP</i>	40
Gambar 3.21	Grafik Asal Peminat PWC (<i>Posttest</i>)	41
Gambar 3.22	Grafik Usia Peminat PWC (<i>Posttest</i>)	42
Gambar 3.23	Grafik Status Pekerjaan Peminat PWC (<i>Posttest</i>)	42
Gambar 3.24	Grafik Media Sosial Peminat PWC (<i>Posttest</i>)	43
Gambar 3.25	Grafik Bentuk Kontek Promosi <i>Online PWC (Posttest)</i> ...	43
Gambar 3.26	Grafik Jenis Media Promosi <i>Offline PWC (Posttest)</i>	44
Gambar 3.27	Grafik Preferensi Teman Rekreasi Peminat PWC (<i>Posttest</i>)	44
Gambar 3.28	Grafik Motivasi Peminat PWC (<i>Posttest</i>)	45
Gambar 3.29	Grafik Preferensi <i>Indoor/Outdoor</i> Peminat PWC (<i>Posttest</i>)	46
Gambar 3.30	Grafik Harapan Peminat PWC (<i>Posttest</i>)	46
Gambar 3.31	Grafik Preferensi Peminat PWC (<i>Posttest</i>)	47
Gambar 3.32	Grafik Preferensi Aktifitas Peminat PWC (<i>Posttest</i>)	47
Gambar 3.33	Grafik Ketertarikan Peminat PWC terhadap Aktifitas yang Disediakan (<i>Posttest</i>)	48
Gambar 3.34	Grafik Ketertarikan Peminat PWC Mengikuti Aktifitas <i>Island Hopping Seacation (Posttest)</i>	48
Gambar 3.35	Grafik Kepuasan Peminat PWC (<i>Posttest</i>)	49
Gambar 3.36	Grafik Preferensi Lokasi Peminat PWC (<i>Posttest</i>)	50
Gambar 3.37	Grafik Kepuasan Peminat PWC (<i>Posttest</i>)	51
Gambar 3.38	Grafik Kepantasan Harga PWC (<i>Posttest</i>)	51
Gambar 3.39	Grafik Pemenuhan Kebutuhan Rekreasi Peminat PWC (<i>Posttest</i>)	52
Gambar 3.40	Grafik Pengeluaran Aktifitas Rekreasi Peminat PWC (<i>Posttest</i>)	53
Gambar 3.41	<i>Javelin Board</i>	54
Gambar 4.1	<i>Portrait Owner/Founder Island Hopping Seacation</i>	61

Gambar 4.2	Bagan Struktur Organisasi	61
Gambar 4.3	Lokasi Usaha <i>Island Hopping Seacation</i>	68
Gambar 4.4	Pantai Pasir Putih (Pulau Belakang Padang)	68
Gambar 4.5	Ilustrasi <i>Island Hopping Seacation</i>	69



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	<i>Customer Journey</i>	22
Tabel 2.2	<i>Inventory Sistem Island Hopping Seacation</i>	23
Tabel 2.3	Struktur Biaya	23
Tabel 2.4	Rincian Biaya BBQ	24
Tabel 3.1	<i>Segmenting Pasar Island Hopping Seacation</i>	37
Tabel 3.2	Analisa Kompetitor	55
Tabel 3.3	Paket dan Harga <i>Island Hopping Seacation</i>	58
Tabel 3.4	Proyeksi Penjualan <i>Island Hopping Seacation</i>	60
Tabel 4.1	<i>Manning Budget Island Hopping Seacation</i>	65
Tabel 4.2	<i>Service Blueprint Island Hopping Seacation</i>	70
Tabel 4.3	<i>Action Plan Island Hopping Seacation Tahun 0</i>	72
Tabel 4.4	<i>Action Plan Island Hopping Seacation Tahun 1-2</i>	72
Tabel 4.5	<i>Action Plan Island Hopping Seacation Tahun 3</i>	73
Tabel 4.6	<i>Action Plan Island Hopping Seacation Tahun 4-5</i>	74
Tabel 5.1	Total Investasi <i>Island Hopping Seacation</i>	75
Tabel 5.2	<i>Tangible Investment Island Hopping Seacation</i>	76
Tabel 5.3	<i>Intangible Investment Island Hopping Seacation</i>	78
Tabel 5.4	<i>Working Capital Island Hopping Seacation</i>	79
Tabel 5.5	<i>Net Present Value Island Hopping Seacation</i>	80
Tabel 5.6	<i>Variable Cost; Fixed Cost Island Hopping Seacation</i>	81
Tabel 5.7	<i>BEP Island Hopping Seacation</i>	82
Tabel 5.8	<i>Operating Budget Island Hopping Seacation</i>	83
Tabel 5.9	<i>Cash Flow Projection Island Hopping Seacation</i>	84
Tabel 5.10	Inflasi dan Pertumbuhan Ekonomi	84
Tabel 5.11	<i>NPV Island Hopping Seacation</i>	85
Tabel 5.12	<i>IRR Island Hopping Seacation</i>	86
Tabel 5.13	<i>Discounter Payback Period Island Hopping Seacation</i>	86

EXECUTIVE SUMMARY

Island Hopping Seacation adalah sebuah usaha wisata yang menyediakan pengalaman petualangan air menggunakan *personal watercraft* (PWC) dengan tujuan utama pulau-pulau di sekitar Batam. Dengan latar belakang peningkatan permintaan akan aktivitas PWC dan lokasi strategis Batam di jalur pelayaran antara Malaysia dan Singapura, bisnis ini berfokus pada memberikan pengalaman wisata yang unik dan menyenangkan. Pulau Belakang Padang, yang menjadi destinasi utama, menawarkan keindahan alam yang memukau, termasuk pantai berpasir putih dan air laut yang jernih.

Perusahaan ini menawarkan berbagai aktivitas tambahan seperti berkemah, permainan papan, *sunset riding*, dan *BBQ grill*, yang semuanya dirancang untuk menambah keseruan dan kenyamanan para peserta tur. Melalui promosi aktif di platform media sosial seperti Instagram, TikTok, Facebook, dan YouTube, *Island Hopping Seacation* berusaha menarik perhatian wisatawan asal Provinsi Riau dan Kepulauan Riau. Dengan dukungan dari pemasok terpercaya untuk bahan bakar dan perlengkapan, perusahaan ini memastikan kualitas dan keamanan dalam setiap perjalanan yang mereka tawarkan.

Analisis pasar menunjukkan adanya peningkatan permintaan terhadap aktivitas PWC, khususnya karyawan/ti berusia 27-40 tahun asal Kepulauan Riau. Kolaborasi dengan pelaku pasar utama dan upaya pemasaran strategis diharapkan dapat lebih meningkatkan penetrasi pasar dan keterlibatan pelanggan. Wisatawan dapat menikmati pemandangan indah dari Barelang Bridge dan menjelajahi pulau-pulau sekitarnya dengan PWC, yang tidak hanya memberikan kesenangan tetapi juga manfaat kesehatan.

Bisnis ini juga menonjolkan komitmen terhadap keberlanjutan dan pelestarian lingkungan. Edukasi kepada wisatawan tentang pentingnya pelestarian lingkungan dan budaya lokal menjadi bagian dari misi perusahaan. Dengan pendekatan ini, *Island Hopping Seacation* tidak hanya menawarkan pengalaman wisata yang menyenangkan, tetapi juga berkontribusi pada upaya konservasi.





Dalam menghadapi persaingan, *Island Hopping Seacation* memiliki keunggulan dalam menawarkan pengalaman wisata yang lengkap dan berbeda dari yang lain. Dengan memanfaatkan media sosial untuk promosi dan menjaga kualitas layanan yang tinggi, perusahaan ini dapat membangun reputasi yang solid dan menarik lebih banyak pelanggan.

Dari analisis keuangan yang komprehensif, proyek ini menunjukkan potensi keuntungan yang signifikan dengan akumulasi arus kas diproyeksikan sebesar Rp 11.630.872.378,00 selama lima tahun, dan investasi awal sebesar Rp 4.879.772.276,00 menghasilkan surplus kas positif sebesar Rp 6.751.100.102,00 *Net Present Value* (NPV) proyek ini adalah Rp 3.260.946.588,00 yang menunjukkan laba atas investasi sebesar 31%. Tingkat Pengembalian Internal (IRR) proyek ini diinterpolasi sebesar 31%, jauh melebihi tingkat suku bunga bebas risiko di Indonesia saat ini.

Periode pengembalian investasi diperkirakan 2 tahun 10 bulan, jauh di bawah umur ekonomi lima tahun, yang menunjukkan pemulihan yang cepat dari pengeluaran awal. Ini menggambarkan kekuatan keuangan dan kelayakan proyek dalam jangka panjang. Dengan proyeksi arus kas yang positif, IRR yang tinggi, dan periode pengembalian yang singkat, *Island Hopping Seacation* menunjukkan daya tarik yang kuat sebagai investasi.

Kesimpulannya, *Island Hopping Seacation* adalah sebuah proyek yang sehat secara finansial dan memiliki posisi strategis untuk meraih kesuksesan. Dengan meningkatnya permintaan pasar dan lingkungan bisnis yang mendukung di Batam, proyek ini merupakan usaha yang layak dan menguntungkan bagi para pemangku kepentingan. Keberhasilan bisnis ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif terhadap industri pariwisata di Batam dan sekitarnya.



DAFTAR PUSTAKA

- Association, I. J. S. B. (2022). *International Jet Sports Boating Association*. Ijsba.
<https://ijsba.com/about/>
- Binus. (2021). *Konsep dan Ruang Lingkup Supply Chain*. Binus.
<https://mie.binus.ac.id/2021/02/04/rantai-pasok/>
- Brealey, Richard A., dan Stewart C. Myers. (2020). *Principles of Corporate Finance*. McGraw-Hill Education.
- Chaniago, Prof. Dr. Harmon, M. S., Muharam, Dr. Hari, SE., M., & Efawti, Dr. Yen, SE., M. (2023). *Metode Riset Bisnis dan Permodelan*.
- Chopra, Sunil dan Meindl, Peter. (2001). *Supply Chain Management: Strategies and Practices*.
- Dessler, Gary R. dan Vartika, Bhalla. (2014). *Manajemen Sumber Daya Manusia: Konsep, Teori, dan Aplikasi*.
- Impact. (2023). *Ketahui 6 Proses Aktivitas Supply Chain & Tantangannya*. Impact.
<https://www.impactfirst.co/id/c/supply-chain-adalah>
- Jennings, G. (2007). *Water-Based Tourism, Sport, Leisure, and Recreation Experiences*. Water-Based Tourism, Sport, Leisure, and Recreation Experiences.
- Kotler, Philip. (2022). *Marketing 5.0: Teknologi untuk Kemanusiaan*.
- Lucidchart. (2024). *What is a service blueprint?* Lucidchart.
<https://www.lucidchart.com/blog/what-is-a-service-blueprint>
- Matovani, R. M. (2028). *Analisa Teknis dan Ekonomis Pengembangan Industri Personal Watercraft*. Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya.
- Natalia. (2022). *Service Blueprint*. Accurate. <https://accurate.id/bisnis-ukm/service-blueprint/>
- Osterwalder, Alexander. (2010). *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*.
- Osterwalder, Alexander. (2014). *Value Proposition Design: How to Create Products and Services Customers Want*.
- Peterson, Pamela P., Ph.D., C., & Fabozzi, Frank J., Ph.D., C. (2002). *Capital*



Budgeting.

- PlanBuildr. (2024). *Jet Ski Rental Business Plan Template*. Planbuildr. <https://planbuildr.com/jet-ski-rental-business-plan/>
- Research, Q. (2023). *Jet Skis Market Size, Market Share and Global Market Analysis Report, 2023 - 2030*. LinkedIn. <https://www.linkedin.com/pulse/jet-skis-market-size-share-global-analysis-report-2023-ujilc/>
- Slidemodel. (2024). *TAMSAMSOM*. Pinterest. <https://id.pinterest.com/pin/627478160585825639/>
- Statista. (2022). *Participation rate in water sports in the United States in 2021, by age group*. Statista. <https://www.statista.com/statistics/1051799/us-participation-in-water-sports-by-generation/>
- Unimus, B. (2024). *Mengenal Segmenting, Targeting, dan Positioning (STP) Marketin*. Unimus. <https://bemfe.unimus.ac.id/mengenal-segmenting-targeting-dan-positioning-stp-marketing/#:~:text=STP atau Segmentation Targeting Positioning,populer digunakan hingga saat ini>
- Watersports, T. B. (2024). *Tanjung Benoa Watersports*. Tanjungbenoawatersports. <https://www.tanjungbenoawatersports.com/>

