

# **PROYEK AKHIR**

## **RENCANA BISNIS “ART LAB”**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat dalam Menyelesaikan  
Program Diploma IV Program Studi Pengelolaan Usaha Rekreasi  
Politeknik Pariwisata NHI Bandung



**Disusun Oleh :**

**TANTI INTAN PRATIWI**

**NIM : 2020310023**

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

# PROYEK AKHIR RENCANA BISNIS



Disusun Oleh:

Tanti Intan Pratiwi | 2020310023

## PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Tanti Intan Pratiwi  
Tempat/Tanggal Lahir : Bandung, 09 Maret 2001  
NIM : 2020310023  
Program Studi : Pengelolaan Usaha Rekreasi  
Jurusan : Kepariwisataan

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir/Proyek Akhir yang berjudul: **RENCANA BISNIS “ART LAB”** 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, 17 Juni 2024

Yang membuat pernyataan,



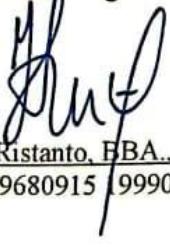
Penulis Pernyataan

## LEMBAR PENGESAHAN

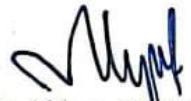
### PROYEK AKHIR RENCANA BISNIS “ART LAB”

NAMA : Tanti Intan Pratiwi  
NIM : 2020310023  
JURUSAN : Kepariwisataan  
PROGRAM STUDI : Pengelolaan Usaha Rekreasi

Pembimbing Utama,

  
Hari Ristanto, HBA., M.Sc  
NIP : 19680915 99903 1 001

Pembimbing Pendamping,

  
Mega Aldora, SST, Par., MM  
NIP : 19911020 202421 2 013

Bandung, 14 Juni 2024

Mengetahui,



## LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI/PROYEK AKHIR/TUGAS AKHIR

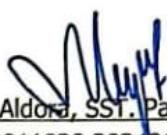
Rencana Bisnis "Art Lab"

NAMA : Tanti Intan Pratiwi  
NIM : 2020310023  
PROGRAM STUDI : Pengelolaan Usaha Rekreasi

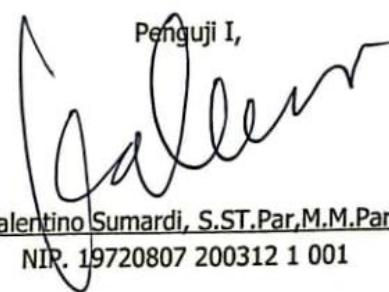
Pembimbing Utama,

  
Hari Ristanto BBA, M. Sc.  
NIP. 19680915 19903 1 001

Pembimbing Pendamping,

  
Mega Aldora, SST, Par, MM  
NIP. 19911020 202421 2 013

Pengaji I,

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

Pengaji II,

  
Dra. Zulhelfa, M.Hum  
NIP. 19640724 199403 2 001

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

## KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Tuhan yang Maha Kuasa, karena atas limpahan rahmat dan karunia – Nya, penulis dapat menyelesaikan Proyek Akhir yang berjudul Rencana Bisnis “Art Lab”. Tujuan proyek akhir ini adalah untuk memenuhi persyaratan akademik dalam menyelesaikan program D-IV, Program studi Pengelolaan Usaha Rekreasi, Jurusan Kepariwisataan, Politeknik Pariwisata NHI Bandung.

Penulis juga ingin berterima kasih kepada pihak – pihak yang terlibat dalam penyusunan Proyek Akhir ini. Dalam menyelesaian Proyek Akhir ini, tidak lepas dari bantuan dan dukungan pihak – pihak terkait yaitu 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 Kepariwisataan.
4. Bapak Hari Ristanto, BBA., M.Sc. selaku Ketua Program Studi Pengelolaan Usaha Rekreasi dan selaku pembimbing utama
5. Ibu Mega Aldora, SST. Par., MM selaku pembimbing pendamping.
6. Orang tua penulis (Bapak Rismansyah & Ibu Eli Dahlia) serta kakak penulis (Arijal & Sri Rahayu) dan adik penulis (Anisa) yang senantiasa memberikan dukungan, dedikasi dan doa tanpa henti.
7. Seluruh teman seperjuangan dan keluarga besar Pengelolaan Usaha Rekreasi angkatan 2020 yang selalu bekerja sama dan memberi dukungan terus maju dan belajar.

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

Bandung, 15 Juli 2024

Tanti Intan Pratiwi

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN MAHASISWA.....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>x</b>
<b>EXECUTIVE SUMMARY .....</b>	<b>1</b>
<b>BAB I DESKRIPSI BISNIS .....</b>	<b>2</b>
A. Latar Belakang .....	2
B. Gambaran Umum Bisnis .....	4
C. Visi dan Misi .....	6
D. Porter Five Forces Analysis .....	6
E. Gambaran Umum Produk dan Jasa .....	11
F. Jenis/Badan Usaha .....	12
G. Aspek Legalitas .....	12
<b>BAB II RENCANA PRODUK/JASA .....</b>	<b>13</b>
A. Daftar dan Deskripsi Produk/Jasa .....	13
B. Alasan dan Keunggulan Produk/Jasa .....	15
C. Penyajian dan Kemasan Produk/Jasa .....	16
D. Analisa Resources .....	17
E. Analisa Proses Produk/Jasa.....	19
F. Inventory System .....	20
G. Supply Chain.....	20
<b>BAB III RENCANA PEMASARAN .....</b>	<b>22</b>
A. Riset Pasar.....	22
B. Analisa Produk – Market Fit.....	29
C. Analisa Kompetitor .....	31
D. Program Pemasaran.....	35
E. Media Pemasaran .....	38
F. Proyeksi Penjualan .....	38
<b>BAB IV ASPEK SDM DAN OPERATIONAL .....</b>	<b>40</b>

A.	Identitas owners/founders .....	40
B.	Struktur Organisasi.....	40
C.	Job Analysis dan Job Description .....	41
D.	Manning Budget/Anggaran Tenaga Kerja.....	44
E.	Recruitment & Hiring Procedure .....	45
F.	Service Scape (Layout, Flow, SOP).....	46
G.	Action Plan & Report .....	49
<b>BAB V ASPEK KEUANGAN .....</b>		<b>50</b>
A.	Metode Pencatatan Akuntansi.....	50
B.	Capital Expenditure.....	51
C.	Time Value of Money (Nilai Waktu Uang) .....	53
D.	Pendanaan Investasi : (Agency Theory) .....	54
E.	Penentuan Titik Impas dan Laba yang Diharapkan .....	54
F.	Identifikasi Cash Inflow & Outflow .....	55
G.	Metode Peniliaian Investasi (Capital Budgeting) .....	57
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>60</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>62</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Rivalry Among Existing Competitor.....	8
Tabel 1. 2 Threats of New Entrants.....	8
Tabel 1. 3 Bargaining Power of Supplier .....	10
Tabel 2. 1 analysis service package.....	16
Tabel 2. 2 analysis service package.....	17
Tabel 2. 3 Supply Chain .....	20
Tabel 3. 1 Market Segment .....	25
Tabel 3. 2 TAM, SAM, & SOM .....	27
Tabel 3. 3 Analisa Kompetitor .....	34
Tabel 3. 4 Price.....	36
Tabel 4. 1 Rincian Anggaran Tenaga Kerja.....	44
Tabel 4. 2 Action Plan .....	49

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 harapan pendamping saat liburan satu tahun mendatang .....	2
Gambar 1. 2 Destinasi favorit liburan keluarga di Indonesia.....	3
Gambar 1. 3 Logo CV. Art Lab .....	5
Gambar 1. 4 Porter's Five Forces .....	7
Gambar 2. 1 Illustrasi aktivitas clay play .....	13
Gambar 2. 2 Illustrasi Aktivitas Sand & Glue Art .....	14
Gambar 2. 3 Illustrasi Aktivitas Letter Print Tee .....	14
Gambar 2. 4 Analysis Service Package.....	16
Gambar 2. 5 Customer Journey Mapping .....	19
Gambar 2. 6 Inventory System .....	20
Gambar 3. 1 Grafik Pendapat responden terhadap pentingnya aktivitas eduwisata bagi anak .....	22
Gambar 3. 2 Grafik minat terhadap aktivitas rekreasi kreatifitas dan edukasi untuk anak .....	23
Gambar 3. 3 Kurangnya perhatian dan waktu terhadap anak .....	24
Gambar 3. 4 Grafik permasalahan kurang dalam melakukan pembelajaran kegiatan sensorik dan motorik anak dirumah.....	24
Gambar 3. 5 TAM, SAM, & SOM .....	27
Gambar 3. 6 Perceptual Mapping.....	28
Gambar 3. 7 Grafik terhadap Aktivitas Art Lab .....	30
Gambar 3. 8 Grafik Problem Solution Fit.....	30
Gambar 3. 9 Javelin Experiment Board .....	31
Gambar 3. 10 saran harga yang cocok untuk aktivitas rekreasi Art Lab.....	37
Gambar 3. 11 Proyeksi Penjualan .....	39
Gambar 4. 1 Sosok Owner / Founder.....	40
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi Art Lab .....	40
Gambar 4. 3 Peta TWGC .....	47
Gambar 4. 4 Penempatan Art Lab .....	47
Gambar 4. 5 Service Blueprint.....	48
Gambar 5. 1 Tangible Investment .....	51
Gambar 5. 2 Intangible Investment.....	52
Gambar 5. 3 Working Capital .....	53
Gambar 5. 4 NPV .....	53
Gambar 5. 5 Pendanaan Investasi .....	54
Gambar 5. 6 Variable Cost; Fixed Cost.....	54
Gambar 5. 7 Break Even Point.....	55
Gambar 5. 8 Operating Budget .....	55
Gambar 5. 9 Cash Flow Projection .....	56
Gambar 5. 10 Pengaruh Makro Ekonomi .....	57
Gambar 5. 11 NPV .....	57
Gambar 5. 12 IRR .....	58

Gambar 5. 13 Discouter Payback Period ..... 58



## EXECUTIVE SUMMARY

Tingginya minat melakukan rekreasi bersama keluarga sangat tinggi peminatnya. Dan didukungnya motivasi keluarga untuk melakukan rekreasi agar dapat memberikan pengalaman dan memiliki dampak positif terutama bagi hubungan orang tua dan anak. Hal ini menjadi peluang bagi Art Lab untuk menciptakan wisata edukasi dengan membuat program rekreasi berbasis seni dan kerajinan. Dengan tujuan untuk pertumbuhan anak dengan melatih sensorik dan motorik halus anak selain itu aktivitas Art Lab diharapkan mampu melatih sosialisasi dan kemandirian anak.

Sasaran pasar untuk Art Lab sendiri yaitu terbagi 2 yang pertama ada keluarga yang miliki anak usia 3 – 6 tahun dengan memiliki tingkat fokus yang tinggi terhadap tumbuh kembang anak dan yang kedua yaitu Lembaga PAUD. Art Lab sebagai penyelenggara program rekreasi berbasis seni dan kreativitas menawarkan 3 jenis program rekreasi seperti Letter print tee, Clay Play dan Sand and Glue Art. Aktivitas – Aktivitas tersebut dibuat untuk melatih tumbuh kembang anak dan meningkatkan kreativitas anak.

Keunggulan Art Lab karena letaknya berada di kawasan Terminal Wisata Grafika Cikole yang berlokasi di Jl. Raya Tangkuban Parahu Km. 08, Cikole, Kec Lembang, Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat 40391. Hal ini menjadi nilai tambah karena terciptanya lingkungan yang mendukung bagi wisatawan yang ingin melakukan rekreasi bersama keluarga terutama untuk anak selain hal tersebut juga didukung dengan proyeksi keuangan dengan metode *accrual basis* menjadikan Art Lab menunjukkan keuntungan yang layak dan jangka pengembalian investasi selama 3 tahun.

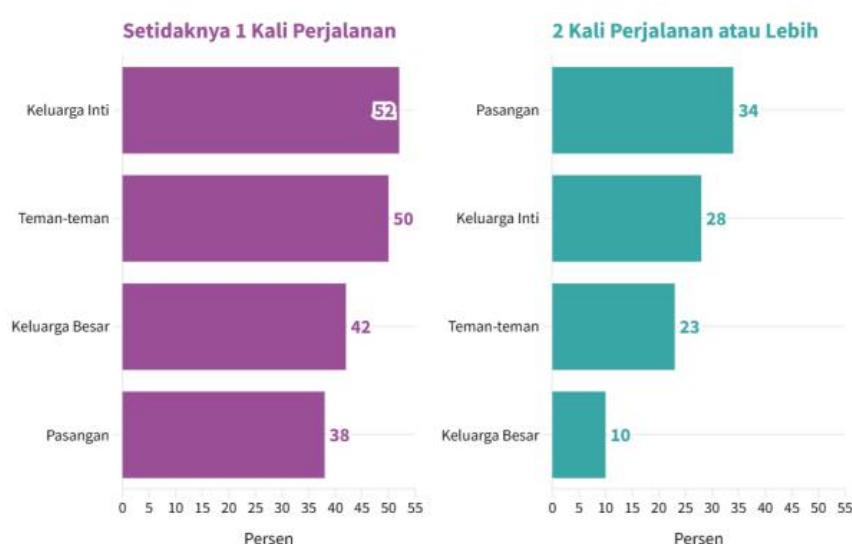
Dari segi keuangan Art Lab menawarkan peluang yang sangat menarik karena dengan total investasi yang dikeluarkan sebesar Rp.117.800.000,- dengan taksiran priode pengembalian dana investasi sekitar 3 tahun. Dengan hasil perhitungan yang terinterpolasi IRR 34,95%. Dimana dengan jumlah persentase tersebut menunjukan angka yang lebih tinggi dari pada suku Bungan yang berlaku pada sektor bebas risiko.

# BAB I

## DESKRIPSI BISNIS

### A. Latar Belakang

Pariwisata di Indonesia terus berkembang khususnya tren rekreasi bersama keluarga yang semakin tinggi peminatnya. Tidak sedikit orang mencari pengalaman liburan yang menyenangkan bersama keluarga. Hal ini bisa dilihat dari hasil survei yang telah dilakukan oleh Agoda Indonesia *platform online travel agent* tahun 2022 bahwa, pada tahun 2023 tren liburan keluarga menjadi kegiatan yang sangat dinantikan. Ada sebanyak 14.000 wisatawan keluarga dari 12 Negara di seluruh dunia memiliki minat pergi berlibur dengan keluarga setidaknya 1 kali. berikut hasil survei yang dilakukan (Agoda Indonesia , 2022).



Gambar 1. 1 harapan pendamping saat liburan satu tahun mendatang  
Sumber : (Agoda Indonesia , 2022)

Dari survey yang dilakukan, diketahui 40% responden berasal dari Indonesia dan menyatakan bahwa kota wisata favorit kedua adalah Bandung. Bandung menjadi destinasi wisata domestik terpopuler kedua diikuti oleh Yogyakarta dan Jakarta ada di urutan ke – 4 hal ini juga diketahui berdasarkan survei *family travel trend* yang dilakukan oleh Agoda, *platform* perjalanan digital.

No	Destinasi Dalam Negeri	Destinasi Luar Negeri
1	Bali	Singapura
2	Bandung	Tokyo
3	Yogyakarta	Kuala Lumpur
4	Jakarta	Osaka
5	Puncak	Bangkok
6	Malang	Hong Kong
7	Bogor	Seoul
8	Surabaya	Penang
9	Semarang	Kyoto
10	Surakarta	Johor Bahru

Gambar 1. 2 Destinasi favorit liburan keluarga di Indonesia

Sumber : (Agoda Indonesia , 2022)

Rekreasi keluarga dapat memberikan pengalaman dan dampak positif terutama bagi hubungan orang tua dan anak. Dari kontribusi keluarga dalam melakukan rekreasi, anak adalah alasan utama dalam membuat Keputusan untuk melakukan rekreasi. Hal ini disebut dengan *purposive leisure*, yaitu rekreasi yang tujuan utamanya bukan hanya untuk bersenang – senang tetapi memiliki tujuan lain yang lebih bermanfaat bagi anak – anak.

Dengan adanya survei yang dilakukan oleh Agoda Indonesia tren wisata keluarga ini dapat menjadi peluang besar untuk dapat menghadirkan aktivitas wisata untuk keluarga. Aktivitas yang terfokus untuk anak – anak berbasis rekreasi edukasi untuk anak usia 3 – 6 tahun dengan melakukan tahapan perkembangan anak, seperti sosialisasi kemandirian dengan bermain Bersama teman sehingga dapat dengan mudah berpisah dari orang tua dan belajar menggambar sebagai stimulasi untuk anak (Junita & Anhusadar, 2021).

Program rekreasi yang diusulkan yaitu program rekreasi berbasis edukasi untuk tumbuh kembang anak yang berfokus pada motorik halus dan adaptif juga sosialisasi dan kemandirian(Kupzyk & Lynn, 2018). Dengan demikian penulis mengusung sebuah ide bisnis yaitu “Art Lab” yang berbentuk paket program rekreasi yang berbasis seni dan kerajinan yang dikhususkan untuk anak usia 3 – 6 tahun (Schwake & Schwake, 2018).



Program rekreasi “Art Lab” ini akan diselenggarakan di Terminal Wisata Grafika Cikole yang memiliki beberapa produk wisata seperti wisata alam, *outbound*, restoran, penginapan, *camping ground*. Yang berlokasi di Jl. Raya Tangkuban Parahu Km. 08, Cikole, Kec Lembang, Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat 40391.

Terminal Wisata Grafika Cikole menjadi tempat pilihan penulis karena dengan adanya Art Lab diharapkan mampu mengundang lebih banyak lagi target pasar keluarga yang memiliki anak usia 3 – 6 tahun. Yang bisa memberikan pemahaman dan pengalaman terkait perkembangan dan tumbuh kembang anak melalui program rekreasi motorik halus yaitu berbasis seni dan kerajinan melukis dengan berbagai media (Coplan, 1993) . Selain memberikan pemahaman dan pengalaman bagi wisatawan juga mampu menguntungkan dari sisi pelaku usaha dengan meningkatkan kunjungan serta profitabilitas.

## B. Gambaran Umum Bisnis

### 1. Deskripsi Bisnis

CV. Art Lab Menurut Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) merupakan kegiatan usaha bisnis dibidang Aktivitas Hiburan, Kesenian dan Kreativitas (Kementerian Investasi/BKPM, 2020). Selain itu Art Lab dalam Undang – Undang Republik Indonesia No. 10 tentang Kepariwisataan pasal 14 ayat 1 butir 7 bahwa, Art Lab merupakan penyelenggara hiburan dan rekreasi yang memiliki ruang lingkup kegiatannya salah satunya adalah arena permainan yang memiliki tujuan untuk pariwisata. Art Lab menawarkan program rekreasi yang dapat dinikmati oleh keluarga yang memiliki anak usia 3 – 6 tahun. Program rekreasi yang ditawarkan berupa kegiatan perkembangan anak berbasis seni dan kerajinan. Membawa nilai – nilai edukasi untuk anak dengan melatih sistem motorik halus terutama bagi orang tua untuk meningkatkan bonding hubungan anak dan orang tua. Selain untuk meningkatkan kunjungan dan profitabilitas Art Lab diharapkan bisa memberikan dampak positif terhadap-

*stakeholder* yang terlibat seperti pemberdayaan masyarakat dan UMKM untuk terciptanya pariwisata yang berkelanjutan.

## 2. Deskripsi Logo dan Nama

Logo Art Lab dengan menyasar target market keluarga terfokus anak – anak usia 3 – 6 tahun. Art Lab mengambil konsep logo yang lebih ditonjolkan yaitu warna warni dalam artian bahwa logo dengan produk berkesinambungan. Selain didominasi oleh warna juga oleh bentuk bentuk yang abstrak karena program rekreasi Art Lab karena selain melukis menggunakan berbagai macam warna, program rekreasi Art Lab memiliki aktivitas bermain sambil belajar mengenal huruf, angka dan garis. selain memainkan warna juga ada beberapa aktivitas tanah liat dan berkreasi seni menggunakan media pasir silika. Dari pengambilan logo dan nama CV. Art Lab diharapkan dapat lebih mudah diingat dan menarik oleh target market yang dituju.



Gambar 1. 3 Logo CV. Art Lab

## 3. Identitas Bisnis

Nama Perusahaan	: Art Lab
Alamat	: Jl. Rancamalang Rt.05/Rw.03 Desa. Margaasih
Jenis Produk	: Aktivitas hiburan, kesenian dan kreativitas
Social Media	: ArtLab.id (Instagram, Tiktok, Facebook,X)
Website	: ArtLab.co.id



### C. Visi dan Misi

Visi :

Art Lab menjadi perusahaan yang memberikan ruang aktivitas rekreasi untuk pengembangan seni kreativitas dan tumbuh kembang anak untuk masa depan yang lebih baik

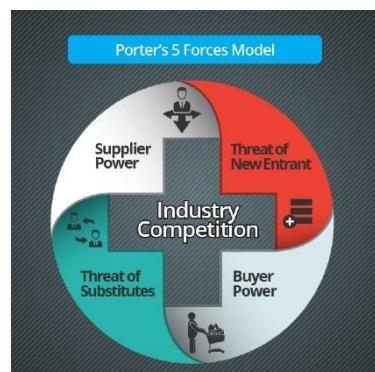
Misi :

1. Memfasilitasi wisatawan khususnya anak – anak untuk menuangkan kreativitas dalam bidang seni rupa.
2. Meningkatkan pengalaman rekreasi sekaligus edukasi berbasis seni kreativitas untuk anak.
3. Meningkatkan rasa percaya diri anak sehingga memiliki kemampuan pemecahan masalah
4. Meningkatkan wawasan orang tua tentang tumbuh kembang anak melalui seni kreativitas anak
5. Memberikan solusi kepada wisatawan pelatihan sensorik dan motorik halus anak.

### D. Porter Five Forces Analysis

Alat yang digunakan untuk memahami persaingan industry pariwisata, penulis menggunakan alat analisis sederhana dan efektif untuk mengidentifikasi pesaing. *Porter Five Forces Analysis* mengkaji 5 kekuatan dengan 5 komponen khusus untuk meningkatkan persaingan dalam industry seperti kekuatan daya tawar pemasok, kekuatan daya beli pelanggan, ancaman produk substitusi, ancaman pendatang baru hingga persaingan antar industri. Pendekatan ini digunakan untuk memfokuskan berbagai kekuatan yang membentuk dan mempengaruhi lingkungan kompetitif

industry untuk mendapatkan peluang dan juga untuk melawan persaingan (Porter, 2019).



*Gambar 1. 4 Porter's Five Forces*  
(INSECTZA, n.d.)

Sebuah konsep program rekreasi untuk keluarga difokuskan untuk anak usia 3 – 6 tahun untuk meningkatkan motorik halus anak dengan melakukan aktivitas seni kreativitas. Dengan menyediakan berbagai macam aktivitas dengan media yang tidak biasa seperti kain, pasir, tanah liat, manik – manik. Hal tersebut menjadi kekuatan dari ide bisnis ini. Namun dengan adanya program rekreasi ini akan adanya tingkat peniruan yang tinggi dari competitor. Untuk meminimalisir Tingkat peniruan yang tinggi ide bisnis ini menyediakan jasa fasilitator untuk memberikan pengetahuan dan wawasan kepada wisatawan terkait tumbuh kembang anak. Setelah mengetahui Analisa tersebut, penulis menguraikan analisis peluang dengan menggunakan metode *Porter Five Forces* yang diuraikan menggunakan 5 elemen berikut:

1. *Rivalry of Competitor* (Pesaingan dalam Industri Sejenis)

Kekuatan utama yang merujuk pada jumlah pesaing dan kemampuan untuk melemahkan Perusahaan. Ketika persaingan semakin meningkat maka produk dan layanan yang ditawarkan semakin beragam. Sehingga hal tersebut mampu melemahkan posisi Perusahaan. Sebaliknya, ketika persaingan sangat kurang Perusahaan akan memiliki kekuatan untuk menguasai pasar. Untuk melemahkan Tingkat tekanan persaingan yang tinggi Perusahaan harus memiliki pemasok dengan harga yang lebih rendah.

Konsumen akan mencari produk dan layanan yang lebih baik ataupun harga yang lebih rendah.

*Tabel 1. 1 Rivalry Of Competitors*

Indikator	Analisis	Tingkatan
Jumlah Pesaing	Jumlah pesaing yang memiliki produk dan pasar yang sama di Bandung dan jakarta dengan produk ditawarkan yang sama cukup banyak.	1. Museum Barli 2. NuArt Sculpture Park 3. Doki Doki Craft 4. Motion Studio Asia
Diferensiasi Produk dengan Pesaing	Wisatawan diberikan wawasan dan pengetahuan terkait tumbuh kembang anak selain itu Art Lab memiliki nilai lebih dengan berlokasi ditengah hutan pinus hal ini menjadi sesuatu yang unik karena hal ini dapat meningkatkan kualitas dari segi layanan dan nilai jual.	Karena memiliki perbedaan yang tinggi dari pesaing hal ini menjadi peluang bagi Art Lab untuk lebih unggul dibandingkan pesaing lainnya <b>Tingkat tekanan rendah</b>

*Sumber : Olah Data*

## 2. *Threats of New Entrants* (Ancaman Pendatang Baru)

Ruang lingkup industry selalu bergerak dengan keadaan dinamis dengan kurun waktu yang tidak bisa ditentukan. Seperti hal nya pemain baru yang selalu ada sehingga mampu menyebabkan beberapa pesaing gagal dan keluar dari persaingan. Sebagai bisnis baru perlu bijak dalam menghadapi pesaing baru.

*Tabel 1. 2 Threats of New Entrants*

Indikator	Analisis	Tingkatan
Pesaingan Baru	Untuk saat ini pesaing baru yang dihadapi oleh Art Lab tergolong tinggi. Salah satu pesaing baru seperti Motion Studio Asia dengan dilengkapi fitur yang lebih canggih tidak hanya seni dan kerajinan saja yang ditonjolkan tetapi juga terdapat ilmu sains yang menjadikan lebih menarik.	Motion Studio Asia <b>Tingkat Tinggi</b>

*Sumber : Olah Data*



### 3. *Threat of Substitutes* (Ancaman Produk atau Jasa Pengganti)

Dalam ruang lingkup industry harus memiliki tingkat waspada yang tinggi terhadap sesama pesaing industry. Selain terhadap pesaing yang memiliki produk dan jasa yang sama, Perusahaan harus memiliki tingkat waspada yang tinggi untuk produk dan jasa pengganti yang dapat menggantikan produk dan jasa Perusahaan. hal ini merupakan ancaman yang nyata. Namun ketika Perusahaan tidak memiliki produk dan jasa yang tidak memiliki produk pengganti, hal ini menjadi kekuatan bagi Perusahaan agar mampu menaikkan harga jual.

*Tabel 1 1 : Threats of Substitutes*

Indikator	Analisis	Tingkatan
Ancaman produk pengganti	jumlah kompetitor yang diketahui terhitung banyak dan memiliki produk dengan keunggulannya masing – masing hal tersebut menjadi ancaman bagi Art Lab sehingga harus meningkatkan nilai jual dari segi produk maupun layanan. Sehingga wisatawan lebih senang untuk memilih Art Lab dibanding wisata edukasi lainnya. Selain dari produk dan jasa pengganti yang sejenis berdasarkan lokasi yang dipilih Art Lab Terminal Grafika Cikole memiliki banyak wahana anak secara tidak langsung hal tersebut menjadi ancaman sebagai produk pengganti.	<b>Tingkat tekanan tinggi</b>

Sumber : Olah Data

### 4. *Bargaining Power of Supplier*

Peran pemasok memiliki pengaruh sangat penting terhadap daya saing perusahaan. Pengadaan barang dari pemasok akan memiliki dampak terhadap biaya produksi dan daya saing perusahaan. Semakin rendah biaya yang didapat dari pemasok maka akan semakin rendah biaya produksi yang akan ditanggung begitupun sebaliknya. Untuk menjaga keberlangsungan perusahaan dan

memenangkan persaingan bisnis perlu dilakukan analisis terkait kekuatan pemasok.

*Tabel 1. 3 Bargaining Power of Supplier*

Indikator	Analisis	Tingkatan
Tingkat dominasi suppliers	<i>Suppliers</i> yang digunakan untuk bahan baku utama tidak didominasi oleh satu suppliers seperti : Tanah liat, canvas, Baju, pasir silika. <i>Item</i> tersebut mudah untuk didapatkan sehingga Art Lab mampu mengungguli dari segi harga yang akan ditawarkan	<b>Tingkat tekanan rendah</b>
Alternatif suppliers	<i>Suppliers</i> yang dijadikan sebagai alternatif untuk komponen pendamping seperti : Mainan. Begitupun dengan komponen pendamping yang mudah untuk diraih oleh Art Lab sehingga Art Lab mampu mengungguli dari segi fasilitas pendamping.	
Lokasi	Lokasi yang dipilih oleh Art Lab sangat tidak biasa karena penempatan di Terminal Wisata Grafika Cikole dengan nuansa alam yang asri yaitu ditengah hutan pinus sehingga wisatawan mampu mengeksplorasi tanpa batas.	
Perlengkapan	Berdasarkan pesaing dari Motion Studio Asia & Doki – Doki Craft menjual perlengkapan yang mereka buat hal ini bisa menjadi pemasok untuk Art Lab agar mampu menjual produk yang lebih beragam dan mengungguli dalam kompetisi persaingan	

*Sumber : Olah Data*

##### 5. Bargaining Power of Buyer

Indikator	Analisis	Tingkatan
<i>Volume Pembeli</i>	Pengunjung Terminal Wisata Grafika Cikole memiliki volume dengan jumlah yang besar sehingga memiliki tingkat daya jual yang	<b>Tingkat tekanan rendah</b>

	lebih tinggi karena untuk program rekreasi berbasis seni dan kerajinan tidak ada, hal ini menjadi peluang untuk Art Lab.	
--	--	--



*Gambar 1.5 Porter Five Forces Analysis  
Sumber : Olah Data*

#### E. Gambaran Umum Produk dan Jasa

Art Lab merupakan salah satu program rekreasi untuk anak yang akan diselenggarakan dan dikendalikan secara operasional oleh CV. Art Lab. Program rekreasi yang ditawarkan berupa pengalaman yang menyenangkan untuk anak dan belajar mengenai seni dan kerajinan. Tidak hanya untuk anak tetapi wisatawan mampu belajar mengenai tumbuh kembang anak yang akan didampingi oleh fasilitator terkait pelatihan motorik halus. Art lab mengusung tema seperti laboratorium seni dimana wisatawan dituntut untuk berimajinasi tanpa batas saat melakukan aktivitas yang sudah dirancang.

Selain itu, karena tujuan dari aktivitas Art Lab sendiri salah satunya untuk tumbuh kembang anak dengan melatih motorik halus anak disusun perancangan ide melukis sebagai inti aktivitasnya. Seperti melukis dengan menggunakan media canvas dengan pasir silika, melukis dengan media kain dan cat berwarna dan yang terakhir bermain tanah liat dengan beberapa teknik. Setelah melakukan rangkaian aktivitas tersebut wisatawan dapat membawa pulang hasil kreasi mereka.

## F. Jenis/Badan Usaha

Jenis badan usaha dari Art Lab yaitu CV (Commanditaire Vennootschap). Yang memiliki komitmen kontribusi dengan modal dan keahlian dalam menjalankan usaha. Art Lab Sebagai sekutu pengendali yang memiliki tanggung jawab atas pengelolaan sehingga Art Lab aktif dalam menjalankan peran perusahaan (Hukum Online.com, 2024).

Pertimbangan dalam memilih jenis badan usaha ini karena masih tergolong baru dan modal yang tersedia tidak memenuhi kriteria dalam pembuatan PT selain itu, Jumlah pegawai yang akan dipekerjakan tidak akan mencapai jumlah yang banyak sehingga strategy yang dipilih yaitu badan usaha CV.

## G. Aspek Legalitas

Perusahaan yang memiliki jenis badan usaha bentuk CV (Commanditaire Vennootschap) dipilih dengan beberapa alasan sebagai berikut:

- Tidak perlu melakukan penyetoran modal untuk mengubah CV menjadi PT.
- Resiko perusahaan ditanggung oleh seluruh anggota yang terlibat.
- Hanya pph badan usaha yang dikenakan pajak
- Akta perusahaan & Merk dagang
- Perjanjian eksplorasi lisensi Hak Kekayaan Intelektual antara CV. Art Lab dan pengembang permainan.
- NPWP badan usaha
- SIUP ( Surat Izin Usaha Perdagangan )
- SKDP ( Surat Keterangan Domisili Perusahaan )
- TDUP ( Tanda Daftar Usaha Pariwisata )

## BAB II

### RENCANA PRODUK/JASA

#### A. Daftar dan Deskripsi Produk/Jasa

CV. Art Lab adalah sebuah perusahaan yang menyediakan aktivitas dengan konsep laboratorium seni dan kerajinan untuk anak. Program rekreasi pada Art Lab akan terbagi menjadi 3 (Tiga) zona yaitu Clay Play, Sand and Glue Art dan Letter Print Tee. Program rekreasi Art Lab ini akan diselenggaraan di Terminal Wisata Grafika Cikole Lembang, dengan *land scape* alam yang sejuk dan area ruangan laboratorium seni. Untuk penjelasan masing – masing aktivitas sebagai berikut :

##### 1. Clay Play



Gambar 2. 1 Illustrasi aktivitas clay play  
Sumber : (Child Curriculum, n.d.)

Clay Play ini merupakan kegiatan seni kriya melalui media tanah liat. Bahan utama dalam kegiatan ini adalah tanah liat *earthenware* atau tanah liat gerabah dipilih jenis ini karena mudah ditemukan, elastis dan cukup lengket juga memiliki partikel yang halus. Peralatan yang dibutuhkan untuk kegiatan ini yaitu tanah liat, alat rib yang terbuat dari kayu, air, papan *Masonite* untuk alas, mangkuk. Aktivitas ini akan melatih kreativitas anak karena tidak ada ketentuan khusus dalam berkreasi sehingga tidak membatasi imajinasi wisatawan saat melakukan kegiatan ini

anak didampingi orang tua untuk meningkatkan bonding antara anak dan orang tua.

## 2. Sand & Glue Art



Gambar 2. 2 Illustrasi Aktivitas Sand & Glue Art  
Sumber : (LearnPal, n.d.)

Sand & Glue Art ini merupakan kegiatan seni melukis melalui media canvas. bahan utama dalam kegiatan ini adalah pasir silika atau pasir bangka dipilih jenis ini karena cocok digunakan untuk kerajinan tangan. Peralatan yang dibutuhkan untuk kegiatan ini yaitu canvas ukuran 20x20 cm, pasir silika, lem kayu, cotton bud, pensil, wadah nampang dengan ukuran 25 x 25 cm. Aktivitas ini mampu membantu mengenalkan *texture*. melatih kreativitas anak karena tidak ada ketentuan khusus sehingga tidak membatasi imajinasi wisatawan. Saat melakukan aktivitas ini anak didampingi orang tua untuk meningkatkan bonding antara anak dan orang tua.

## 3. Letter Print Tee



Gambar 2. 3 Illustrasi Aktivitas Letter Print Tee  
Sumber : (House of Colors, n.d.)



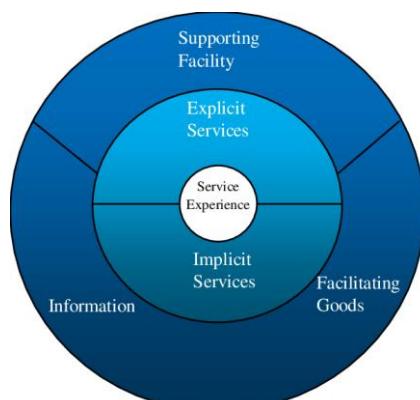
Letter Print Tee ini merupakan kegiatan seni melukis melalui media kain. menggunakan alat cetakan yang berbentuk huruf, angka, gambar hewan untuk gambar sendiri tidak membatasi imajinasi wisatawan. Peralatan yang dibutuhkan untuk aktivitas ini : baju berwarna putih dengan ukuran S – 4XL, stempel busa, cat dengan warna merah, kuning, biru, hitam, putih, palet, cetakan gambar dengan berbagai bentuk dengan bahan mika tebal, nampan untuk busa. Aktivitas ini mampu membantu mengenalkan huruf, angka, bahkan bentuk lainnya seperti hewan atau tanaman. Saat melakukan aktivitas ini anak didampingi orang tua untuk meningkatkan bonding antara anak dan orang tua.

#### B. Alasan dan Keunggulan Produk/Jasa

Keunggulan dari Art Lab ini adalah edukasi wisata dengan menyediakan program rekreasi berbasis seni dan kerajinan dengan tujuan untuk tumbuh kembang anak. Dengan menghadirkan pengalaman yang menyenangkan untuk anak dan memberikan wawasan dan pengetahuan terhadap orang tua. Konsep Art Lab pada tempat wisata ini didasarkan pada tumbuh kembang anak memfokuskan pada pelatihan motorik halus anak dengan melakukan aktivitas seni dan kerajinan.

Keunggulan dari produk dan jasa pada Art Lab sendiri yaitu berbeda dari pesaing lain karena Art Lab memanfaatkan alam terbuka dengan melakukan aktivitas di tengah hutan pinus sehingga wisatawan bisa lebih aktif serta akan memaksimalkan perkembangan sensorik, motorik, kognitif, emosional maupun sosial menjadi lebih baik.

### C. Penyajian dan Kemasan Produk/Jasa



*Gambar 2. 4 Analysis Service Package  
Sumber : Olah Data*

Analisis yang digunakan dalam memadukan produk dengan layanan menggunakan pendekatan analisis *service package*. Dengan menyatukan elemen-elemen yang saling berkaitan seperti, fasilitas pendukung, layanan *explicit* dan *implicit*, informasi dan penggunaan barang pendukung. Dari 4 elemen tersebut yang akan menjadi persepsi dasar bagi pasar terhadap produk dan jasa yang diterima oleh pengunjung dan penyedia produk dan jasa sendiri.

Untuk mengaplikasikan Art Lab dengan memberikan *service package* seperti pada *table* berikut:

*Tabel 2. 1 analysis service package*

Indikator	Implementasi
<i>Supporting Facility</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Facilitator</i></li> <li>• Jenis aktivitas yang beragam</li> <li>• Area <i>outdoor</i> dan <i>indoor</i></li> <li>• <i>Creative zone</i> terbagi menjadi 3 area</li> </ul>
<i>Explicit Service</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mainan pendamping aktivitas</li> <li>• Memberikan ruang untuk anak dan orang tua</li> <li>• Lisensi karyawan</li> </ul>
<i>Implicit service</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menjadi wisata seni dan kerajinan berbasis edukasi</li> <li>• Menjadi penyalur kreativitas anak</li> </ul>
<i>Information</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Website Resmi</li> <li>• Sosial Media</li> </ul>
<i>Alternatif suppliers</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Merchandise</i></li> </ul>

• Dokumentasi

Sumber : Olah Data

Manfaat menggunakan pendekatan analisis *service package* agar dapat membedakan produk dan jasa dari pesaing selain itu sebagai nilai tambah selain mendapatkan produk fisik tetapi layanan yang baik akan meningkatkan nilai produk sehingga dapat mempengaruhi pengalaman pelanggan.

#### D. Analisa Resources

Identifikasi sumber daya dengan mengetahui kebutuhan dan klasifikasi yang dibutuhkan Seperti tenaga kerja, peralatan, bahan baku dan dana. Dengan mengetahui kebutuhan dan klasifikasi sumber daya perusahaan diharapkan mampu mengalokasikan dengan efisien dengan tujuan untuk memaksimalkan - output dan menghindari pemborosan. Sumber daya yang dibutuhkan CV. Art Lab sebagai penunjang operasional dan keberlangsungan perusahaan sebagai berikut:

Tabel 2. 2 analysis service package

Kebutuhan	Resources
Sumber Daya Manusia	
Human resources	1 orang dengan kualifikasi pria/wanita dengan maksimal usia 35 tahun berpengalaman pada divisi HR 3 tahun
Marketing	2orang dengan kualifikasi pria/Wanita dengan maksimal usia 35 tahun. Memahami KOL, SEO, <i>Copywriting</i> , <i>Meta business sweat</i> .
Finance	1 orang dengan kualifikasi pria/Wanita dengan maksimal usia 35 tahun. Berpengalaman pada bidang keuangan minimal 3 tahun.
Operasional	1 orang dengan kualifikasi pria/Wanita dengan maksimal usia 35 tahun. Memiliki pengalaman pada bidang operasional 3 tahun.
Ticketing	1 orang dengan kualifikasi pria/Wanita dengan maksimal usia 25 tahun. Minimun Pendidikan SMA/K
Fasilitator	4 orang dengan kualifikasi pria/Wanita dengan maksimal usia 25 tahun. Minimun Pendidikan SMA/K
Sumber Daya Keuangan	
Bank Loan	Bank BRI KUR

Kebutuhan	Resources
<i>Owner's Equity</i>	Dana Pribadi
Sumber Daya Fisik	
Lahan	Terminal Wisata Grafika Cikole
Tiket fisik	Tiket Gelang Kertas
Kamar mandi	2 ruang kamar mandi
Mainan anak	35 set dengan 7 jenis
Buku Cerita	40 pcs , 20 judul dengan masing – masing judul 2 pcs.
Meja dan kursi	45 set
Creative area	45 set

## E. Analisa Proses Produk/Jasa

Dalam melakukan Analisa proses produk dan jasa dilakukan pemetaan dengan menggunakan konsep Customer Journey Mapping untuk menggambarkan bagaimana product dan jasa pada Art Lab berkualitas. Selain itu, dengan digunakannya pemetaan melalui customer journey mapping diharapkan wisatawan mampu memberikan feedback yang baik terhadap Art Lab.

Nggela Exotic	Awareness	Consideration	Decision	Delivery	Loyalty
Activity	Mendapatkan informasi terkait rekomendasi produk rekreasi dari media sosial atau website resmi milik Art Lab	Membandingkan dengan aktivitas rekreasi edukatif lain dengan Art Lab	Mencari tahu dengan mengunjungi media sosial / website resmi Art Lab untuk mencari tahu informasi lebih lanjut	Melakukan kunjungan Ke Art Lab	Memposting foto atau video dan Membagikan pengalaman nya di Art Lab kepada Pengikut/followers melalui media sosial
	Mendapatkan informasi dari keluarga, teman, sahabat atau pasangan (word of mouth)	Melakukan keputusan terkait nilai yang dapat dan biaya yang harus dikeluarkan	Berkunjung ke Art Lab langsung atau melakukan pembelian melalui OTA	Melakukan aktivitas rekreasi Art Lab	Repurchase atau kedatangan kembali
Customer Goals	Menginginkan hiburan rekreasi sambil belajar	Melakukan rangkaian aktivitas Art Lab	Mendapatkan informasi tentang aktivitas dan fasilitas yang ada di Art Lab	menambah pengalaman baru di Art Lab	Merasa senang, puas dan mendapatkan pengalaman baru selama melakukan program rekreasi Art Lab - Memberikan rating atau review melalui google review atau OTA
	Menginginkan aktivitas rekreasi untuk anak yang mengasah kreativitas anak	Berekreasi sambil mendapatkan edukasi	mendapatkan manfaat dari Nggela Exotic	Meningkatkan tumbuh kembang anak dengan melatih sensorik dan motorik halus anak	Repurchase atau kedatangan kembali
Potential Touchpoint	Website resmi dan media sosial Art Lab	Memiliki beragam aktivitas rekreasi untuk anak terkait edukasi	Layanan kontak melalui Whatsapp Business yang tertera di website resmi dan media sosial Art Lab	Lokasi Art Lab di Terminal Grafika Cikole	Goole review dan media sosial pengunjung
	Word of mouth	Berekreasi	Kunjungan langsung ke Art Lab	Staff	Rating, isi konten foto dan video, Komentar
Experience	😊				
	😊				
	😐				
	🙁				
	☹				
	memiliki rasa penasaran sehingga mencari tahu lebih banyak tentang Art Lab	Membandingkan aktivitas yang sama dan berminat mengunjungi Art Lab	Kemudahan mendapat informasi dan layanan reservasi yang tersedia pada sosial media dan website	Mendapatkan pengalaman aktivitas yang menyenangkan dan mengedukasi	Merasa puas dengan pengalaman dan pelayanan sehingga melakukan pembelian ulang
Business Goals	Menjadi salah satu program rekreasi bagi anak yang unggul di Bandung raya dan sekitarnya	Meningkatkan daya beli program aktivitas Art Lab	Meningkatkan Kualitas Program Art Lab maupun employee	Memberikan pengalaman mendalam bagi pengunjung tentang tumbuh kembang anak	Pengunjung datang kembali ke Art Lab
	Meningkatkan insight di media sosial, website dan blog			Mengedukasi Anak tentang edukasi seni rupa dan mengasah kreativitas anak	

Gambar 2. 5 Customer Journey Mapping

Sumber : Olah Data

## F. Inventory System

Manajemen inventaris merupakan system yang berfungsi untuk mengelola dan mengontrol terkait stock barang. Sistem ini membantu perusahaan untuk meningkatkan efisiensi dalam kegiatan pemesanan, proses aktivitas rekreasi dan pengalaman kepada wisatawan (Fitzsimmons & Fitzsimmons, 2001). Dengan adanya system inventory diharapkan untuk menghindari *overstock*, *stockout* yang menyebabkan kerugian finansial. Pada *system* inventori ini *stock* disesuaikan dengan okupansi atau kapasitas maksimal program rekreasi, berikut terkait *stock* yang harus disediakan untuk menghindari *stockout* atau *overstock* dalam 1 minggu.

No	Jenis Barang	Kuantitas	Satuan
1	Tanah liat	105	Kg
2	1 set alat lukis	420	Set
3	Pasir silika	105	Kg
4	Beads	40	Bungkus
5	Lem kayu	1	Tube/Kg
6	Canvas	420	Pcs
7	Pensil	35	Pcs
8	Baju kaos putih	420	Pcs
9	Pewarna baju	120	Pcs
10	Tali	1	Gulungan

Gambar 2. 6 Inventory System

Sumber : Olah Data

## G. Supply Chain

Dalam proses produksi hingga distribusi dalam suatu produk dan jasa dengan cakupan aktivitas, sdm, informasi dan sumber daya. *Supply chain* melakukan proses tahapan mulai dari penyediaan serangkaian aktivitas hingga penyebaran produk dan jasa kepada wisatawan. Digunakannya *supply chain* untuk meningkatkan efisiensi operasional dan menekan biaya tanpa mengurangi kualitas produk/ jasa.

Tabel 2. 3 Supply Chain

Indikator	Pembahasan
<i>Suppliers</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Terminal Wisata Grafika Cikole</li><li>- Vendor tanah liat, pasir silika, <i>canvas</i>, kaos</li><li>- Alibaba</li><li>- <i>Marketplace</i></li></ul>

Indikator	Pembahasan
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- UMKM <i>merchandise</i></li> </ul>
<i>Operations</i>	Art Lab
<i>Distributor</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Social media dan media promosi online lainnya</li> <li>- Baliho, flayer dan media promosi offline lainnya</li> <li>- Sekolah playgrup</li> <li>- OTA</li> <li>- KOL</li> </ul>
<i>End User</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pengunjung TWGC</li> <li>- Pengunjung Art Lab</li> <li>- Mitra kerja sama <i>Playgrup</i></li> </ul>

## BAB III

### RENCANA PEMASARAN

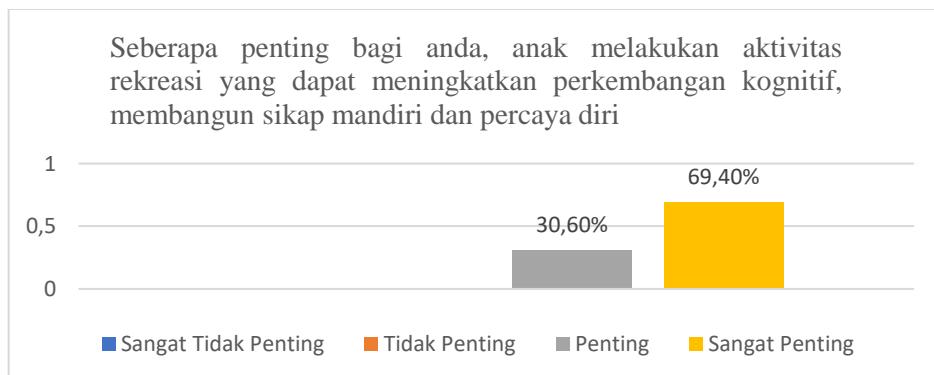
#### A. Riset Pasar

Proses pengumpulan data atau informasi terkait sasaran pasar untuk menentukan kelayakan dari produk atau jasa sebuah unit usaha kepada konsumennya. Dilakukannya riset pasar ini untuk mengidentifikasi peluang pasar dengan menyasar segmen pasar yang kurang dimanfaatkan. Selain itu untuk memahami kebutuhan dan keinginan konsumen agar dapat menciptakan produk sesuai dengan permintaan dan minat pasar.

Metode riset pasar yang dilakukan penulis melibatkan langsung konsumen potensial dengan melakukan *survey* kepada Lembaga Pendidikan anak usia dini. Alat yang digunakan untuk melakukan riset pasar yaitu menggunakan kuesioner dengan menyiapkan beberapa pertanyaan menggunakan skala ordinal.

##### 1. Analisa Survey

Art Lab merupakan sebuah bisnis berbasis seni dan edukasi yang akan diselenggarakan di Terminal Wisata Grafika Cikole. Dari 100 responden yang telah mengisi *survey* yang telah dibagikan oleh penulis, mayoritas beranggapan bahwa melakukan aktivitas rekreasi yang dapat meningkatkan perkembangan kognitif, membangun sikap mandiri dan percaya diri anak sangat penting. Hal tersebut dapat dibuktikan melalui grafik berikut dengan melakukan skala ordinal dengan 1 berasumsi sangat tidak penting, 2 berasumsi tidak penting, 3 berasumsi penting dan 4 berasumsi sangat penting.

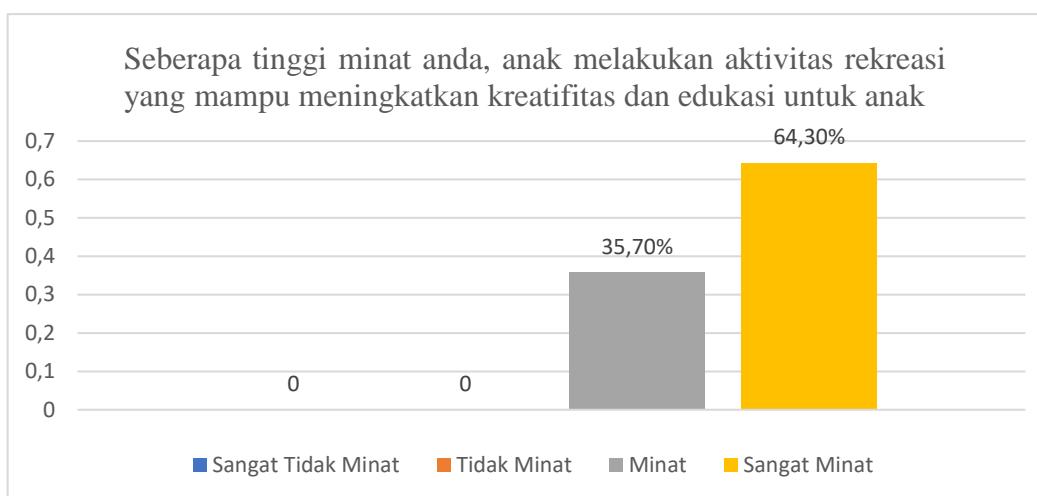


Gambar 3. 1 Grafik Pendapat responden terhadap pentingnya aktivitas eduwisata bagi anak

Sumber: Olah Data

Dari grafik diatas, dapat digambarkan bahwa sebanyak 69,40% berasumsi bahwa eduwisata yang dapat meningkatkan perkembangan kognitif, membangun sikap mandiri dan percaya diri sangat penting untuk anak. Dan sisanya sebanyak 30,60% berasumsi bahwa eduwisata tersebut penting untuk dilakukan kepada anak.

Selain melakukan *survey* terkait kebutuhan juga penulis melakukan survey terkait minat terhadap program rekreasi berbasis eduwisata. Untuk melihat minat atau ketertarikan tersebut penulis menyajikan melalui grafik berikut:

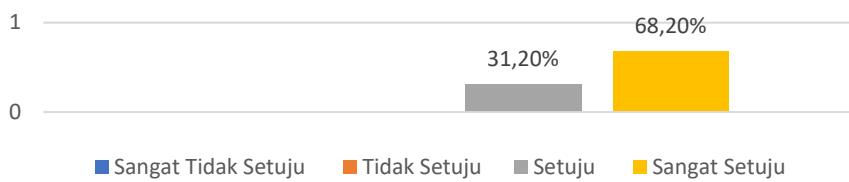


Gambar 3. 2 Grafik minat terhadap aktivitas rekreasi kreatifitas dan edukasi untuk anak  
Sumber : Olah Data

Dari grafik di atas, dapat digambarkan bahwa sebanyak 64,30% beropini sangat minat terhadap aktivitas rekreasi yang mampu meningkatkan kreatifitas dan edukasi untuk anak. Dan sisanya sebanyak 35,70% beropini minat terhadap apabila anak melakukan aktivitas rekreasi tersebut.

Selain melakukan *survey* terkait kebutuhan dan minat penulis juga melakukan *survey* terkait permasalahan yang dihadapi oleh responden untuk melihat hasil *survey* permasalahan tersebut penulis menyajikan melalui grafik berikut:

Kurangnya perhatian dan waktu terhadap anak, menjadikan anak sering merasa bosan dan kurang bonding dengan anak

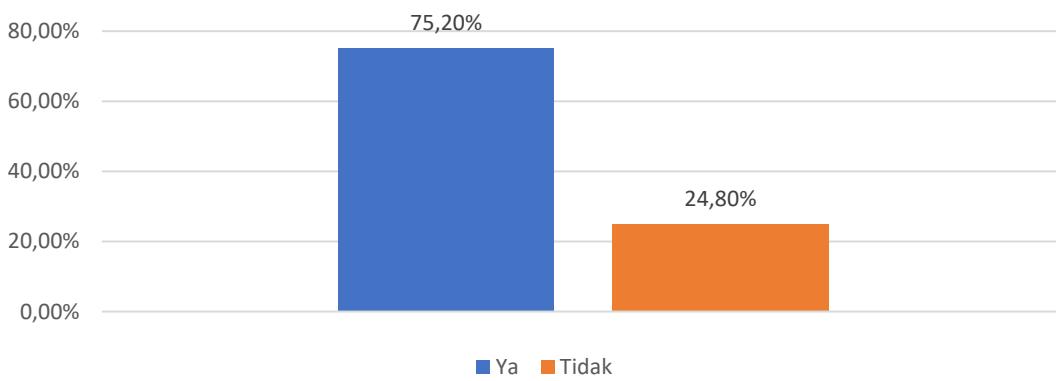


Gambar 3. 3 Kurangnya perhatian dan waktu terhadap anak  
Sumber : Olah Data

Dari grafik diatas, dapat di gambarkan bahwa sebanyak 68,20% sangat setuju bahwa mereka memiliki permasalahan kurang perhatian dan waktu kepada anak sehingga menyebabkan anak merasa bosan dan kurang bonding dengan orang tua sedangkan 31,20% responden menjawab setuju.

Untuk memvalidasi permasalahan tersebut penulis juga melakukan survey tertutup dengan memberikan pilihan jawaban “Ya” atau “Tidak”. Untuk meyakinkan penulis bahwa dari pertanyaan tersebut menimbulkan permasalahan lain. Terkait pertanyaan *survey* yang diberikan yaitu “Apakah anda merasa kurang dalam melakukan pembelajaran kegiatan sensorik dan motorik anak dirumah?” Untuk melihat hasil *survey* penulis menyajikan melalui grafik berikut:

Apakah anda merasa kurang dalam melakukan pembelajaran kegiatan sensorik dan motorik anak dirumah?



Gambar 3. 4 Grafik permasalahan kurang dalam melakukan pembelajaran kegiatan sensorik dan motorik anak dirumah  
Sumber: Olah Data

Dari hasil *survey* validasi permasalahan 75,20% menjawab “YA” dan 24,80% menjawab “Tidak” pertanyaan tersebut bertujuan untuk meyakinkan

penulis untuk menciptakan Art Lab dengan membuat aktivitas rekreasi berbasis eduwisata dengan memanfaatkan kegiatan seni rupa seperti bermain tanah liat dengan nama aktivitas “Clay Play”, Lalu ada bermain cat warna dengan cat melalui media kain dengan nama aktivitas “Letter Print Tee” daya yang terakhir bermain pasir dengan lem melalui media canvas dengan nama aktivitas “Sand and Glue Art”.

## 2. Segmen, Target, Positioning

### a. *Analyze Market Segment*

Segmen market yang dipilih oleh ide bisnis Art Lab adalah dengan segmen market *niche market* atau minat khusus karena Art Lab menjual produk dan jasa untuk memenuhi kebutuhan khusus wisatawan terhadap anaknya yang ingin meningkatkan tumbuh kembang anak. Selain pada niche market ide bisnis Art Lab memiliki segmen market yang dikelompokan melalui segmentasi demografi, Geografi, psikografi dan behavior.

*Tabel 3. 1 Market Segment*

Demografi	Geografi	Psikografi	Behavior
Keluarga yang memiliki anak usia 3 – 6 tahun	Jawa Barat, Bandung raya dan Jabodetabek	Kelas menengah keatas	Cultural : wisatawan yang mengunjungi Objek wisata Terminal Wisata Grafika Cikole cukup beragam dari segi budaya. Hal ini dikarenakan produk yang dijual pada Terminal Grafika Cikole sangat beragam dan popular sehingga cukup banyak yang datang untuk bermain ataupun menginap Bersama keluarga di Terminal Wisata Grafika Cikole. Social : Wisatawan yang datang biasanya Bersama teman, pasangan atau keluarga beserta anaknya dengan rentang usia 3 – 6 tahun. Personal : Wisatawan yang yang pilih adalah yang ingin meluangkan waktu Bersama, dan mencoba berbagai aktivitas yang menyenangkan dan memiliki tingkat fokus yang tinggi terhadap tumbuh kembang anak

Demografi	Geografi	Psikografi	Behavior
			Phsyschological : Wisatawan yang tertarik untuk berkunjung ke objek wisata Terminal Wisata Grafika Cikole yang ingin merasakan rekreasi dengan suasana hutan pinus. Selain itu, menginginkan meluangkan waktu bersama keluarga karena ingin mencoba hal unik ataupun mencari kesenangan. Hal ini dikarenakan objek wisata Terminal Wisata Grafika Cikole memiliki banyak jenis lini bisnis mulai dari program <i>outbound</i> , akomodasi, F&B hingga program rekreasi untuk remaja.
Lembaga Pendidikan Anak Usia Dini	Jawa Barat, Bandung raya dan Jabodetabek	Kelas menengah keatas	Menggunakan kurikulum merdeka yang memiliki kegiatan diluar kelas yang dapat bermanfaat untuk merangsang kreativitas dan tumbuh kembang anak, membantu memperkuat hubungan sosial antara anak, orang tua dan guru.

Sumber : Olah Data

### b. Targeting

*Segment* yang dipilih oleh Art Lab terbagi menjadi 2 yang pertama adalah keluarga yang memiliki anak usia mulai dari 3 tahun hingga 6 tahun. Berdomisili Bandung Raya, Jawa Barat dengan menarik minat keluarga yang memiliki tingkat *focus* yang tinggi terhadap tumbuh kembang anak dengan memiliki tingkat ekonomi menengah hingga ke atas untuk wisatawan regular. Dan untuk yang kedua dengan target market Lembaga Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD) dengan ekonomi tingkat menengah keatas yang dituju untuk wisatawan rombongan.

Target Market pada rombongan sendiri menyasar pada sekolah :

1. TK Sequoia School Bandung
2. TK Sekolah Bintang Madani

3. TK Darul Hikam Dago
4. TK Taruna Bakti Bandung
5. TK-SD Islam Al Azhar 30 Bandung
6. TK Kancil Cendekia Bandung

Selain menargetkan wisatawan rombongan Art Lab juga membagi sasarannya ke dalam 3 komponen yaitu TAM (*Total Adressable Market*) – Total ukuran / pendapatan pasar maksimum yang dapat dihasilkan oleh ide bisnis dengan menjual layanan atau produk lalu SAM (*Service Adressable Market*) - besar segmen pasar dalam TAM yang dapat ditargetkan oleh layanan dan komponen terakhir yaitu SOM (*Service Obtainable Market*) - seberapa besar porsi pasar realistik dalam SAM yang dapat digapai oleh Art Lab.

*Tabel 3. 2 TAM, SAM, & SOM*

Keterangan	Kode	%	Jumlah	Profil Segment
<i>Total Addresable Market</i>	TAM	100%	2.759.905	Jumlah keluarga yang ada di Bandung Raya dan Jawa Barat Sumber : (Badan pusat statistik , n.d.) & (BKKBN, 2024)
<i>Segmental addressable Market</i>	SAM	20%	550.781	Jumlah wisatawan keluarga yang melakukan kegiatan rekreasi di sekitar Bandung Raya dan Jawa Barat.
<i>Service Obtainable Market</i>	SOM	13%	71.602	Jumlah Bina Keluarga Balita Jawa Barat pada tahun 2018 – 2024 yang terdaftar memiliki kartu tumbuh kembang anak. Sumber : (BKKBN, 2024). Potensi yang wisatawan yang dapat dijangkau oleh Art Lab dan Pengunjung TWGC yang berpotensi mengunjungi Art Lab.

*Sumber : Olah Data*

TAM – SAM – SOM Analysis

## Art Lab



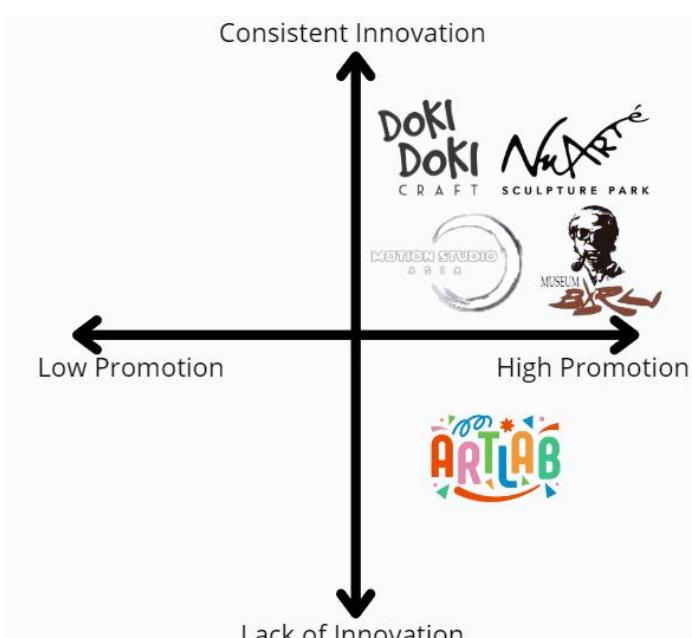
*Gambar 3. 5 TAM, SAM, & SOM*

*Sumber : Olah Data*

TAM dari Art Lab terdiri dari jumlah keluarga aktif yang terdapat di Bandung Raya dan Jawa Barat yaitu total pasar yang ada sebanyak 2.759.905 keluarga dengan persetase 100%. Lalu untuk SAM nya adalah jumlah wisatawan edukasi wisata berbasis seni dan kerajinan yang menjadi pesaing Art Lab, dengan total pasar sebanyak 550.781 keluarga atau 20% dari total pasar. Kemudian untuk SOM adalah jumlah wisatawan potensial dan keluarga yang terdaftar menjadi anggota aktif Bina Keluarga Balita (BKB) Jawa Barat pada tahun 2024 dengan persentasi 13% dari SAM yaitu sebanyak 71.602 keluarga yang dapat dijangkau oleh Art Lab.

#### c. Positioning

Strategi dalam *positioning* yang memiliki tujuan untuk menciptakan identitas untuk merk Art Lab di benak wisatawan dan berkaitan dengan pesaing. Untuk menciptakan persepsi baik dibenak pengunjung menggunakan metode *perceptual mapping* agar memudahkan dalam memvisualisasi bagaimana wisatawan melihat produk dan jasa Art Lab. Selain itu hal ini bertujuan untuk membantu Art Lab memahami posisi dalam persaingan antar pesaing. Metode ini membantu penulis dalam mengidentifikasi produk dalam mencari peluang untuk diferensiasi.



Gambar 3. 6 Perceptual Mapping  
Sumber : Olah Data



Pesaing yang dimiliki Art Lab seperti Nuart Sculpture Park, Museum Barli, Doki – Doki Craft dan Motion Studio Asia berada dalam posisi *consistent innovation* dan *high promotion* karena visibilitas peningkatan produk maupun merk yang dipromosikan efektif dan dengan intensif yang tinggi sehingga produk dan merk pesaing sering berada diposisi yang diinginkan oleh wisatawan.

Sebagai pemain baru dalam persaingan pasar Art Lab masih kurang dalam keterlibatan dan masih dalam penyesuaian pasar. Akan tetapi pada tahun ke 3 atau ke 5 Art Lab mampu menciptakan produk dan jasa yang mampu menyaingi para pesaing seperti Nuart Sculpture park, Doki – Doki Craft dan Motion Asia hingga museum Barli. Agar tidak mengalami penurunan keuntungan hingga mengalami kerugian. Dengan produk yang ada kemungkinan besar Art Lab akan kehilangan daya saing maka dari itu pada pada bagian bab 1 Sub Materi D disinggung bahwa Art Lab mampu menjadikan pesaing salah satunya Motion Studio Asia menjadi supplier Art Lab dalam menjalankan bisnis.

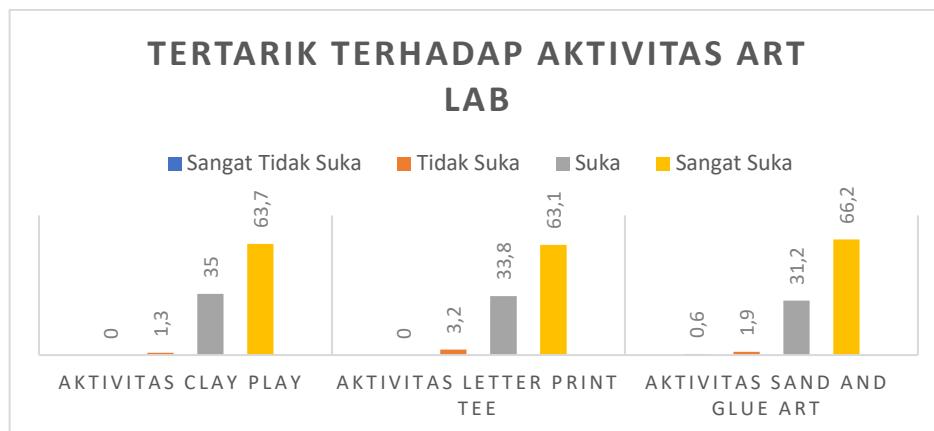
## B. Analisa Produk – Market Fit

*Survey* dilakukan dengan cara melakukan penyebaran pedoman pertanyaan berupa kuesioner kepada Lembaga Pendidikan usia dini. Dari *survey* yang dilakukan penulis mendapatkan 156 responden melebihi target yang ditetapkan.

Berdasarkan *survey* yang dilakukan di lokasi usaha Terminal Wisata Grafika Cikole dengan melakukan wawancara kepada salah satu pengelola dari lokasi usaha tersebut. Bahwa memang kurangnya program rekreasi atau wahana untuk anak usia 3 – 6 tahun. Akan tetapi sebagai inti permainan untuk anak pengelola memberikan Solusi bagi keluarga yang memiliki anak usia 3 – 6 tahun untuk bermain Rabbit Farm, Rusa dan Domba dan tiket terusan anak yang berisi wahana Rumah pohon, Jaring pendaratan, Jembatan 2 tali, mini trampoline, spider web, climbing kid, kuda jungkit dan tower net.

Dengan hasil Analisa permasalahan yang dihadapi oleh target pasar yang sudah dipaparkan pada sub bab analisa *survey* lalu penulis melakukan Analisa produk – market fit, penulis memberikan pedoman pertanyaan terkait ketertarikan

atau minat target pasar terhadap produk yang ditawarkan dengan tujuan untuk mengetahui apakah produk yang ditawarkan sesuai dengan ekspektasi atau harapan target pasar. Berikut terkait penyajian hasil *survey*:



Gambar 3. 7 Grafik terhadap Aktivitas Art Lab

Sumber : Olah Data

Dengan 100 responden mereka menyatakan menyukai dan memiliki minat terhadap aktivitas Art Lab. Pada aktivitas Clay Play persentase minat tertinggi 63,7 %. Pada Aktivitas Letter Print Tee persentase minat tertinggi 63,1%. Sedangkan pada aktivitas Sand and Glue Art memiliki minat tertinggi dibandingkan dengan aktivitas lainnya dengan minat tertinggi 66,2%. Selain suka dan sangat suka ada beberapa yang menjawab tidak suka pada aktivitas yang diusulkan dengan rata – rata opini pada angka 1,3% dan 3,2%. Dan sangat tidak suka sebanyak 0,6% pada aktivitas Sand and Glue Art.



Gambar 3. 8 Grafik Problem Solution Fit

Sumber : Olah Data

Dari grafik diatas menyatakan bahwa target pasar berpendapat bahwa produk dan jasa yang ditawarkan dapat memenuhi kebutuhan anak dari permasalahan – permasalahan yang dihadapi oleh target pasar.

Dalam melakukan validasi ide, penulis menggunakan *Javelin Experiment Board* untuk menjabarkan dugaan permasalahan – permasalahan yang dialami oleh pelanggan seperti masalah yang dihadapi wisatawan dan solusi yang ditawarkan. Hal ini bertujuan untuk pengembangan ide bisnis dan memaksimalkan peluang usaha.

<i>Brainstorm</i>	<i>Experiment</i>	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>
<i>Who is your customer?</i>	<b>Customer</b>	keluarga yang memiliki anak usia 3 - 6 tahun berlokasi di kawasan Bandung Raya	Memiliki Tingkat Fokus untuk perkembangan anak yang tinggi	Minat terhadap aktivitas berbasis seni dan kreativitas
<i>What is the problem?</i>	<b>Problem</b>	Merasa kesulitan dalam melatih sensorik dan motorik untuk anak	Anak sering merasa bosan ketika diajak untuk belajar dan sekolah	Kurangnya waktu untuk menghabiskan waktu dengan anak
<i>Define the solution</i>	<b>Solution</b>	Membuat aktivitas rekreasi yang mampu meningkatkan perkembangan kognitif, membangun sikap mandiri dan memupuk rasa percaya diri berbasis seni dan kreativitas. Dengan menciptakan kegiatan kreativitas "Art Lab"		
<i>List the assumptions</i>	<b>Riskiest Assumptions</b>	Aktivitas membosankan	Tidak sesuai ekspektasi	Aksesibilitas sulit
	<b>Method &amp; Success</b>	94.9% dari 100 responden		
<b>Get out of the building!</b>				
	<b>Result &amp; decisions</b>	92/100 responden mengatakan aktivitas ini dapat memenuhi kebutuhan dan minat rekreasi mereka		
	<b>Learning</b>	<i>Customer</i> kesulitan dalam melatih motorik dan sensorik untuk anak dirumah sehingga mudah bosan.		

*Gambar 3. 9 Javelin Experiment Board*  
Sumber : Olah Data

### C. Analisa Kompetitor

Setiap produk dan jasa memiliki persamaan atau perbedaan yang serupa dengan kompetitornya. Pada Ide bisnis Art Lab sendiri memiliki *competitor* langsung seperti Museum Barli, Nuart Sculpture park dll. Untuk lebih lengkapnya penulis sajikan melalui table berikut :

Competitive Advantage	Terminal Wisata Grafika Cikole (ART LAB)	Museum Barli	Nuart Sculpture Park	Doki – Doki Craft	Motion Studio Asia
Point Of Different					
Aktivitas rekreasi	<p>Objek wisata yang memberikan pengalaman baru dengan konsep edu wisata berbasis seni rupa. Yang memiliki tujuan untuk melatih motorik halus dan tumbuh kembang anak usia 3 hingga 6 tahun. Selain itu untuk meningkatkan bonding antara anak dan orang tua.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Karena Art Lab memilih tempat di ruangan terbuka yaitu di area hutan pinus hal ini akan menjadi nilai tambah untuk wisatawan karena ruang lingkup anak untuk beraktifitas lebih luas.</li> </ul>	<p>Museum barli merupakan tempat pelatihan studio keramik dan lukis dengan media canvas juga pameran hingga penjualan karya seni rupa.</p> <p>Museum barli menyediakan tempat pameran untuk hasil lukisan anak.</p>	<p>Nuart Sculpture park merupakan tempat pelatihan studio keramik dan lukis dengan media kayu selain itu pameran seni hingga penjualan merchandise</p>	<p>Doki – Doki Craft merupakan area <i>workshop</i> yang menjual program aktivitas seni dan kerajinan dengan memiliki perbedaan yaitu membuat perhiasan dengan bahan dasar manik – manik selain itu dengan bahan dasar resin</p>	<p>Motion Studio asia merupakan area workshop yang menjual program rekreasi berbasis seni dan kerajinan dipadukan dengan eksperimen <i>sains</i> dan teknologi sebagai nilai tambah nya</p>
Point of Different					

Competitive Advantage	Terminal Wisata Grafika Cikole (ART LAB)	Museum Barli	Nuart Sculpture Park	Doki – Doki Craft	Motion Studio Asia
Equipment, Facilities & Human Resources	Menyediakan fasilitas yang ramah dan aman untuk anak dan diharapkan mampu menjadi lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat setempat Memiliki fasilitator yang mampu mendampingi berjalannya rangkaian aktivitas Art Lab. Jenis Aktivitas menggunakan media yang beragam.	Fasilitas yang menunjang bagi para penggiat dan minat terhadap seni	Fasilitas yang menunjang bagi para penggiat seni dan penikmat seni dikarenakan Nuart memiliki pameran musiman.	Fasilitas yang menunjang bagi peserta yang berminat melakukan crafting selain itu Doki – Doki Craft dan Motion Studio Asia memiliki fasilitator yang dapat membantu berjalannya operasional Doki – Doki Craft dan Motion Studio Asia.	
Brand Recognition	Tempat wisata dengan konsep edu wisata untuk anak	Museum galeri seni	Museum galeri seni	Workshop	Workshop
Point of Parity					
Market	Keluarga yang memiliki anak usia 3 – 6 tahun yang senang terhadap eduwisata	Keluarga yang memiliki anak usia 6 tahun ke atas dan juga millenials yang senang berfoto	Keluarga yang memiliki anak usia 6 tahun ke atas dan juga <i>millennials</i> yang senang berfoto	Pria dan Wanita <i>Millennials, Gen z dan Gen Alpha</i>	
Lokasi	Jl. Raya Tangkuban Parahu No.Km.8, Cikole, Kec.	Jl. Prof. Dr. Sutami No.91, Sukarasa, Kec. Sukasari, Kota	Setra Duta Raya No.L6, Ciwaruga, Kec. Parongpong,	Jl. Pluit Barat Raya 1 B2, Pluit, Penjaringan, Jakarta	Jl. Metro Pondok Indah Blok Tb No.161, RT.9/RW.16

Competitive Advantage	Terminal Wisata Grafika Cikole (ART LAB)	Museum Barli	Nuart Sculpture Park	Doki – Doki Craft	Motion Studio Asia
	Lembang, Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat 40391	Bandung, Jawa Barat 40152	Bandung, Jawa Barat 40151	Utara - 14450	, Pd. Pinang, Kec. Kby. Lama, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12310
Aksesibilitas	Jalan yang mudah diakses dengan kendaraan roda dua dan roda empat maupun kendaraan dengan ukuran besar.	Jalan yang mudah di akses karena sekitar pusat kota Bandung Dan Jakarta			

Tabel 3. 3 Analisa Kompetitor

Sumber : Olah Data

Dari table diatas Art Lab memiliki *competitor* langsung yaitu Museum Barli dan NuArt karena dari program rekreasi serupa yaitu penggiat seni rupa seperti melukis, seni kriya selain itu ada juga perbedaan terhadap ide bisnis Art lab diantaranya :

#### *Differentiation*

1. Art Lab merupakan edukasi wisata bersbasis seni dan kreativitas yang mengembangkan media seni tidak seperti pada umumnya dengan melukis menggunakan media kaos dan pasir.
2. Memilik fasillitator yang memahami terkait tumbuh kembang anak terutama pelatihan motorik dan sensorik halus.
3. Aktivitas diselenggarakan di alam terbuka sehingga anak mampu mengeksplorasi lingkungan.

## D. Program Pemasaran

### Marketing Mix

Metode yang digunakan dalam program pemasaran selama *life time* produk yaitu 5 tahun menggunakan metode marketing mix. Berikut terkait rancangan dalam Ide bisnis Art Lab:

#### 1. Product

Untuk produk sendiri menggunakan metode 3 level of product, berikut penjelasan mengenai aktivitas rekreasi pada Art Lab :

##### - Core Product

Manfaat yang dapat diterima oleh wisatawan pada program rekreasi Art Lab berupa, kegiatan rekreasi yang edukatif dalam melatih sensorik dan motorik halus anak. Selain itu anak secara tidak langsung belajar tentang percaya diri dan meningkatkan waktu berkualitas Bersama orang tua. Karena anak akan belajar menggambar dan mewarnai juga membuat kerajinan tanah liat tanpa aturan atau Batasan tertentu hal ini diharapkan mampu meningkatkan rasa percaya diri anak dalam berkreasi. Selain itu anak dan orang tua akan bekerja sama melakukan aktivitas Art Lab sehingga mampu meningkatkan bonding satu sama lain.

##### - Actual Product

Pada produk *actual*, Art Lab memiliki 3 rangkaian aktivitas diantaranya :

**Letter Print Tee** : Yaitu aktivitas mewarnai menggunakan stempel dengan bentuk animasi yang beragam dengan cair dan untuk media yang digunakan yaitu kaos putih dengan lengan Panjang atau lengan pendek. Selain mengajarkan teknik cap dan belajar tentang bentuk huruf, angka, warna juga anak belajar mengenai pewarnaan baju dengan teknik ikat celup. Untuk melakukan Letter print tee wisatawan membutuhkan waktu 30 menit.

**Clay Play** : Yaitu aktivitas bermain tanah liat dengan teknik pijat tekan dan piling menggunakan meja putar. Sama hal nya dengan aktivitas letter print tea, clay play juga secara tidak langsung anak belajar mengenai budaya yaitu seni kriya. Untuk melakukan

aktivitas clay play wisatawan hanya membutuhkan waktu 30 menit dengan berat tanah liat 250 gram.

Sand and Glue art : Yaitu aktivitas mewarnai menggunakan pasir dan lem juga manik – manik dengan media canvas ukuran 20cmx20Cm. pada aktivitas ini wisatawan akan belajar mewarnai semi mozaik menggunakan lem dan pasir silika. Untuk melakukan aktivitas ini wisatawan membutuhkan waktu 20 menit dengan kuantitas pasir sebanyak 250gram.

- *Augmented product*

Dengan mengikuti aktivitas rekreasi yang ada di Art Lab, wisatawan akan mendapatkan *merchandise* yang berbahan dasar *beads* atau manik manis dan tali dengan tujuan untuk dipraktekan dirumah.

2. *Place*

Untuk menjangkau target pasar Art Lab, metode yang digunakan yaitu *In-direct* dengan sosial media. Metode ini digunakan karena efektif para audience mampu berkomunikasi 2 arah dengan Art Lab melalui komen, *follow*, bagikan. Selain itu akan memudahkan pengelola untuk melihat jangkauan dari media sosial Art Lab.

3. *Price*

Dengan adanya *value* yang didapat oleh wisatawan dan adanya pertimbangan harapan dan permasalahan wisatawan, Art Lab memberlakukan harga yang ditetapkan melalui hasil *survey* proses *product – Market Fit* sebelumnya dan juga menggunakan strategi *Competitor based pricing*. Art Lab menetapkan harga bundling atau paket sebagai berikut :

Tiket	Harga	Jumlah Pax
<i>Tiket Weekday</i>	Rp. 120.000,- / Pax	15 orang/ sesi
<i>Tiket Weekend</i>	Rp. 145.000,-/pax	15 orang/sesi

*Tabel 3. 4 Price*

Harga tersebut sudah melalui perhitungan biaya bahan baku dan *fix cost* selain itu, sudah melewati *survey* pada target market berikut hasil *survey* yang telah dilakukan :



Gambar 3. 10 saran harga yang cocok untuk aktivitas rekreasi Art Lab  
Sumber : Olah Data

Dari grafik diatas menunjukan bahwa saran harga yang cocok untuk aktivitas rekreasi Art Lab dengan harga Rp. 150.001 – Rp. 200.000 dengan persentase tertinggi yaitu 40.80%. Sedangkan pada harga Rp. 80.000 – Rp. 150.000 dengan persentasi 29,90%. Dan untuk persentase terendah ada pada >Rp. 200.001 dengan persentase 29,30%.

Hal ini menunjukan bahwa *survey* yang dilakukan tepat pada sasaran target pasar yaitu dengan ekonomi menengah keatas. Hal ini menjadi pertimbangan penting bagi Art Lab dengan memberikan harga Rp. 150.001 – Rp. 200.000 tidak digunakan karena rata – rata harga produk dan jasa yang di jual di Terminal Wisata Grafika Cikole khususnya untuk anak tidak mencapai harga Rp. 100.000 perproduk nya maka dari itu dibuatlah paket *bundling* 3 rangkaian aktivitas.

#### 4. Promotion

- Media promosi yang digunakan adalah dengan melakukan berbagai macam iklan pada sosial media seperti google ads, dan meta business. Selain menggunakan hal tersebut juga media promosi yang dilakukan media promosi *Online* dengan memanfaatkan aplikasi Tiktok dan Instagram dengan membuat *short video* atau video pendek tentang keseruan bermain di Art Lab. *Strategy* yang

dilakukan dalam promosi *online* agar engagement iklan meningkat divisi marketing akan membuat penjadwalan posting menggunakan meta business agar konsisten.

Selain menggunakan konten *short video* Art Lab memanfaatkan jasa *influencer*, untuk *strategy* yang dilakukan agar mampu menekan *budget* promosi dilakukan *system tukar benefit*.

Divisi marketing juga selain memanfaatkan sosial media dan *influencer* juga menggunakan SEM atau SEO untuk menggapai calon wisatawan.

- Media promosi *Offline* menggunakan metode memasang iklan melalui baliho selain itu menggunakan metode *word of mouth* dari wisatawan yang sudah melihat iklan melalui sosial media hingga yang pernah berkunjung.

## E. Media Pemasaran

Media pemasaran yang akan digunakan oleh Art Lab, seperti yang sudah disampaikan pada sub bab program pemasaran bahwa, untuk mengkomunikasikan produk kepada *audience* lebih memaksimalkan google ads dan meta business, tiktok, Instagram dll. Hingga tukar *benefit* dengan *influencer*.

## F. Proyeksi Penjualan

Art Lab menggunakan 4 skema proyeksi penjualan, dengan skema *high projection*, *Medium projection* dan *Low projection* hingga normal. Berikut terkait skema penjualan Art Lab selama 1 tahun, pada setiap tahun nya akan meningkat menyesuaikan *economic growth* atau pertumbuhan daya beli ekonomi :

HIGH PROJECTION	Item Description	Year 1				
		Occupancy	Optimum Quantity	Kuantitas (pax)	Price	Revenue
	Tiket Weekend	80%	14040	11232	Rp 145.000,00	Rp 1.628.640.000,00
	Tiket Weekday	80%	35100	28080	Rp 120.000,00	Rp 3.369.600.000,00
	Dokumentasi	80%	2340	1872	Rp 30.000,00	Rp 56.160.000,00
				Total		Rp 5.054.400.000,00

MEDIUM PROJECTION	Item Description	Year 1				
		Occupancy	Optimum Quantity	Kuantitas (pax)	Price	Revenue
	Tiket Weekend	60%	14040	8424	Rp 145.000,00	Rp 1.221.480.000,00
	Tiket Weekday	60%	35100	21060	Rp 120.000,00	Rp 2.527.200.000,00
	Dokumentasi	60%	2340	1404	Rp 30.000,00	Rp 42.120.000,00
				Total		Rp 3.790.800.000,00

LOW PROJECTION	Item Description	Year 1			
		Occupancy	Optimum Quantity	Kuantitas (pax)	Price
Tiket Weekend	40%	14040	5616	Rp 145.000,00	Rp 814.320.000,00
Tiket Weekday	40%	35100	14040	Rp 120.000,00	Rp 1.684.800.000,00
Dokumentasi	40%	2340	936	Rp 30.000,00	Rp 28.080.000,00
		Total			Rp 2.527.200.000,00

NORMAL PROJECTION	Item Description	Year 1			
		Occupancy	Optimum Quantity	Kuantitas (pax)	Price
Tiket Weekend	80%	14040	11232	Rp 145.000,00	Rp 1.628.640.000,00
Tiket Weekday	60%	35100	21060	Rp 120.000,00	Rp 2.527.200.000,00
Dokumentasi	40%	2340	936	Rp 30.000,00	Rp 28.080.000,00
		Total			Rp 4.183.920.000,00

Gambar 3. II Proyeksi Penjualan

Sumber : Olah Data.

Untuk mengimplementasikan perencanaan keuangan agar lebih realistik menggunakan proyeksi normal yaitu tiket weekend dengan persentase proyeksi 80% pada tiket weekend, 60% pada tiket weekday dan 40% pada dokumentasi. Dengan pendapatan tahun pertama sebesar Rp.4.183.920.000 dengan catatan belum dikurangi biaya operasional dan *working capital*.

## BAB IV

### ASPEK SDM DAN OPERATIONAL

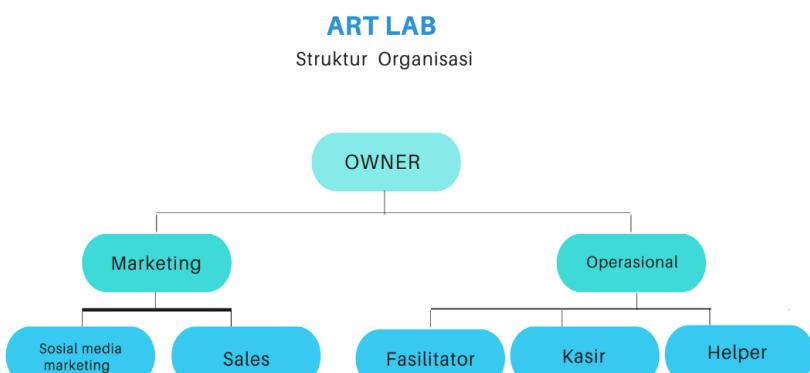
#### A. Identitas owners/founders



Gambar 4. 1 Sosok Owner / Founder

Nama	:	Tanti Intan Pratiwi
NIM	:	2020310023
Tempat/Tanggal lahir	:	Bandung, 09 Maret 2001
Alamat	:	Kp. Cigugur 05/03 Desa/Kel. Margaasih, Kec. Margaasih Kab. Bandung 40215
Email	:	tantiintan2019@gmail.com
No. Handphone	:	089636834129
Media sosial	:	Instagram : Tanpnpr LinkedIn : Tanti Intan Pratiwi

#### B. Struktur Organisasi



Gambar 4. 2 Struktur Organisasi Art Lab  
Sumber : Olah Data

## C. Job Analysis dan Job Description

Analisis pekerjaan adalah proses untuk mendalami pemahaman terkait peran dan tanggung jawab yang harus dimiliki oleh pekerja. Selain itu analisis pekerjaan untuk mempertimbangkan pekerja dalam teknis praktisi dan strategi kinerja manajemen dalam konteks industry pariwisata dan hospitality. Selain membahas terkait analisis pekerjaan juga membahas terkait Job deskripsi pekerjaan yang bertujuan untuk memberitahu pekerja terkait ringkasan tugas – tugas yang bertujuan digunakan untuk mencari dan memilih pekerja yang tepat.

Berikut terkait perancangan Job deskripsi yang meliputi jabataan yang ada dari bisnis Art Lab.

### Owner

Pemilik bisnis atau “Owner” memiliki pemahaman terkait peran dan tanggung jawab dalam mengelola dan mengembangkan bisnis Art Lab. Dengan mengidentifikasi tugas – tugas melalui proses *job* analisis bisnis. Selain memiliki tanggung jawab untuk pertumbuhan perusahaan juga mengsukseskan seorang pemilik bisnis melakukan berbagai tugas seperti berikut:

- Membuat visi dan misi perusahaan tercapai
- Mengelola aspek keuangan seperti perencanaan, proyeksi keuntungan dan pемbiayaan.
- Memastikan dan memantau operasional berjalan dengan efisien dan lancar
- Memastikan regulasi dan Kesehatan hukum perusahaan
- Menyediakan dan menciptakan layanan customer yang baik

### Marketing

Peran marketing dalam perusahaan meliputi beberapa tugas dan tanggung jawab untuk mengelola aspek yang berkaitan dengan pemasaran. Marketing pada bisnis Art Lab ini terbagi menjadi 2 (dua) media sosial *marketing* dan *sales*. Berikut ini adalah beberapa tugas umum peran sosial media marketing maupun sales meliputi:



## Marketing

- Memiliki kemampuan terkait perencanaan dan pengaplikasian strategi pemasaran yang efektif
- Memiliki kemampuan untuk menganalisis biaya dan manfaat bagi customer aktif ataupun potensial untuk memenuhi kebutuhan customer
- Mampu mengoperasikan *computer* yang terdiri dari Microsoft office, CRM, dan program perangkat lunak terkait penjualan
- Memiliki kemampuan komunikasi yang baik dalam pelayanan
- Bagi *sales marketing* diutamakan memiliki pengalaman kerja 1 tahun.
- Memiliki penampilan menarik.

## Operasional

Dalam posisi operasional divisi ini memegang peran penting untuk bertanggung jawab terhadap pengelolaan dan menjaga operasi sehari – hari. Tugas utama seorang *manager* operasional sebagai berikut:

- Memperhatikan dan memastikan seluruh pegawai bekerja dengan produktif dan efektif
- Mengelola dan mengatur produk atau jasa yang dihasilkan oleh bisnis Art Lab
- Memantau kualitas produk atau jasa yang dijual
- Mengkoordinasikan kegiatan aktivitas dari pelayanan hingga *delivery* terhadap customer untuk memastikan semua kegiatan sesuai dengan yang sudah dirancang
- Menganalisis laporan kegiatan operasional
- Memantau area – area atau fitur yang mengalami kerusakan
- Melakukan Evaluasi terhadap Program rekreasi Art Lab

Selain dipimpin oleh manager operasional, juga dijalankan langsung oleh staff operasional diantaranya terdapat fasilitator sejumlah 4 orang. Berikut terkait tugas utama sebagai fasilitator :

- Membantu dalam pengembangan dan pemeliharaan program rekreasi Art Lab
- Merencanakan tema kegiatan rekreasi Art Lab
- Memimpin wisatawan dalam melakukan program rekreasi Art Lab
- Menjaga dan memastikan rangkaian program rekreasi Art Lab terlaksana sesuai dengan yang direncanakan
- Membantu menyelesaikan konflik atau hambatan yang kemungkinan akan timbul selama program rekreasi Art Lab berlangsung.

Selain memiliki seorang fasilitator, *staff* operasional Art Lab meliputi kasir yang akan membantu transaksi atau pendataan penjualan. Untuk lebih detailnya berikut terkait tugas utama kasir :

- Mengelola transaksi wisatawan dengan menggunakan *system* yang diterapkan
- Mampu memeriksa dan melacak aktivitas riwayat transaksi
- Mampu berkomunikasi dan berpenampilan dengan baik
- Memiliki rasa percaya dan tanggung jawab yang tinggi
- Memiliki kemampuan bekerja secara cepat dan mampu bekerja dibawah tekanan
- Memiliki pengetahuan yang tinggi terkait system POS (*Point Of Sale*)

Selain memiliki seorang kasir, staff operasional Art Lab meliputi Helper yang akan membantu keberlangsungan aktivitas Art Lab sehari – hari. Untuk lebih detailnya berikut terkait tugas utama helper pada program rekreasi Art Lab :

- Membantu dalam penyelenggaraan kegiatan Art Lab berlangsung
- Memastikan *stock* bahan material program rekreasi Art Lab
- Mengontrol kualitas material program rekreasi Art Lab
- Menyediakan informasi kepada wisatawan ataupun pekerja lainnya.
- Mengatur dan mengelola dokumen seperti laporan transaksi atau laporan kegiatan

#### D. Manning Budget/Anggaran Tenaga Kerja

Biaya tenaga kerja atau upah tenaga kerja adalah faktor yang memiliki keterikatan yang tidak dipisahkan dari keterampilan pekerja. Keterampilan pekerja ,maupun manajemen yang baik dapat mempengaruhi produktivitas dan efisiensi penggunaan tenaga kerja sehingga dapat meminimalkan biaya yang tidak produktif. Anggaran tenaga kerja diberikan sesuai dengan kualitas dan produktivitas tenaga kerja. Penting bagi manajemen untuk mengelola keterampilan pegawai agar dapat mengoptimalkan biaya dan penggunaan tenaga kerja secara efektif. Pertimbangan dalam menyususn anggaran tenaga kerja meliputi:

- Divisi dan jabatan yang terlibat dalam proses perancangan produk dan jasa
- Perencanaan pembuatan program rekreasi Art Lab
- Penerapan waktu yang dibutuhkan dalam proses produksi produk dan jas
- Sistem upah yang digunakan

Setelah melakukan pertimbangan berikut, CV. Art Lab menentukan anggaran tenaga kerja yang mencakup gaji pokok dan pembagian anggran asuransi Kesehatan atau keselamatan dengan memperhatikan sub divisi, jabatan dan tanggung jawab pegawai. Rincian anggaran tenaga kerja tersebut dipaparkan melalui *table* berikut ini:

*Tabel 4. 1 Rincian Anggaran Tenaga Kerja*

Divisi	Personil	Gaji pokok (Bulanan)	Asuransi	Total
Marketing manager	1	Rp. 5.548.000	Rp. 222.000	Rp 5.770.000,00
Sales	1	Rp. 4.048.000	Rp. 162.000	Rp 4.210.000,00
Sosial media	1	Rp. 4.048.000	Rp. 162.000	Rp 4.210.000,00
Operational manager	1	Rp. 5.548.000	Rp. 222.000	Rp 5.770.000,00
Fasilitator	4	Rp. 4.048.000	Rp. 162.000	Rp 4.210.000,00
Kasir	2	Rp. 4.048.000	Rp. 162.000	Rp 4.210.000,00
Helper	3	Rp. 4.048.000	Rp. 162.000	Rp 4.210.000,00
Total Gaji/Bulan				Rp32.590.000,00
Total Gaji/Tahun				Rp423.670.000,00

*Sumber : Olah Data*



Untuk Anggaran tenaga kerja ditetapkan sesuai dengan UMR kota Bandung dan untuk asuransi sendiri sesuai dengan ketentuan program BPJS ketenagakerjaan sebagai asuransi ketenagakerjaan dengan mencakupi jaminan kecelakaan kerja dan jaminan kematian. Aturan tersebut diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia No. 40 Tahun 2004 Tentang Sistem Jaminan Sosial Nasional serta UU RI No.24 Tahun 2011 tentang Badan Penyelenggara Jaminan Sosial.

#### E. Recruitment & Hiring Procedure

Proses pencarian calon pekerja yang akan di pilih untuk dipekerjakan untuk mengisi posisi kosong pada perusahaan, Dalam hal ini perusahaan berusaha mempertahankan kualitas perusahaan dengan mencari kandidat calon pekerja yang berkualitas. Hal ini dilakukan untuk menciptakan persepsi yang baik terhadap calon kandidat. Dalam proses pencarian calon kandidat tidak memiliki aturan paten karena pada setiap perusahaan memiliki perubahan – perubahan aturan seperti tugas baru atau peningkatan kualitas pekerja. Selain itu Adapun perubahan teknologi, prosedur kerja atau kondisi pasar yang menyebabkan kebutuhan baru terbuka dan melakukan perekrutan. Dalam melakukan perekrutan Art Lab mempertimbangkan beberapa hal yang sangat penting yang harus diperhatikan dalam setiap proses rekrutmen yaitu:

Model spesifikasi sumber daya manusia yang paling penting adalah yang diberikan oleh Alec Rodger pada tahun 1952 dan John Munro Fraser pada tahun 1954 yang di adopsi oleh buku *Human Resource management For the hospitality and Tourism Industries* (Hasdiana, 2018)

- Karakteristik fisik
  1. Memiliki kemampuan untuk mengangkat beban berat
  2. Memiliki penampilan yang menarik
  3. Memiliki keterampilan bicara yang baik
  4. Memiliki perilaku yang disiplin, bertanggung jawab dan pekerja keras
- Pengakuan
  1. Kualifikasi pendidikan bagi manager minimal Pendidikan D4/ S1 dan bagi staff operasional minimal Pendidikan SMA/K

- 
- 2. Bagi *manager* marketing dan operasional memiliki pengalaman pada bidang operasional ataupun marketing minimal selama 2 tahun.
  - 3. Kualifikasi bagi staff marketing seperti sales dan sosial media marketing minimal Pendidikan D3
- Intelektual umum
    - 1. Bagi *Manager* Marketing dan operasional memiliki kemampuan untuk menganalisis dan mengidentifikasi peluang dan ancaman perusahaan
    - 2. Bagi Staff operasional dan marketing mampu menangani permasalahan – permasalahan yang dialami oleh wisatawan di area Art Lab.
  - Aptituden khusus
    - 1. Memiliki keterampilan khusus seperti memahami tingkah laku anak, mengetahui terkait pendidikan tumbuh kembang anak.
  - Minat
    - 1. Memiliki minat bekerja pada bidang hiburan dan rekreasi
    - 2. memiliki minat bekerja pada hari libur dan tanggal merah
    - 3. Memiliki ketertarikan terhadap anak usia 3 – 6 tahun
  - Disposisi
    - 1. Memiliki pengalaman terkait tumbuh kembang anak dan pernah bekerja menjadi pengasuh
    - 2. Mampu berinteraksi dengan anak secara baik
  - Kondisi
    - 1. Diutamakan belum terikat pernikahan
    - 2. mampu bekerja pada jam makan siang apabila wisatawan ingin membeli produk dan layanan Art Lab

## F. Service Scape (Layout, Flow, SOP)

### 1. Layout



Gambar 4. 3 Peta TWGC



Gambar 4. 4 Penempatan Art Lab

Gambar diatas adalah area rumah pohon penempatan aktivitas Art Lab dipilih disini dikarenakan dekat dengan aktivitas anak lainnya seperti rabbit farm. Selain itu memiliki fitur permainan yang memadai sehingga anak tidak akan merasa bosan saat melakukan rangkaian aktivitas Art Lab.

- Flow

*Service blueprint* digunakan oleh Art Lab untuk mendesain layanan untuk dilakukannya pemetaan proses pemberian *service* atau layanan program rekreasi Art Lab. Tujuan digunakannya *service blueprint* dalam perancangan alur pelayanan agar dapat membantu

meningkatkan proses yang sudah ada. Selain Itu *service blueprint* memiliki saling keterkaitan antara komponen 1 dan komponen lainnya Seperti *Action customer*, lokasi, Tindakan pegawai yang terlihat (*on stage*) dan tidak terlihat (*back stage*)

ART LAB					
Physical Evidence	Loket Art Lab	Letter Print Tee	Clay Play	Sand & Glue Art	Final Activity (Area Bermain)
Customer Journey	Mengunjungi ArtLab	Bermain dan melakukan rangkaian aktivitas Art Lab			Membawa hasil karya yang sudah dilakukan dan membersihkan pakaian dan mencuci tangan
Contact Person (on stage)	Memberikan pelayanan informasi & jawaban terkait program aktivitas	Memberikan arahan terkait aktivitas yang ada dan mengawasi wisatawan saat kegiatan berlangsung			
Support Proses (Back stage)	Melakukan input data dan menerima Transaksi pembayaran	Mengengecek dengan memastikan bahwa perlengkapan dan peralatan lengkap dan ketersediaan tempat memadai			
	Persiapan kegiatan peralatan dan perlengkapan yang dibutuhkan				

Gambar 4. 5 Service Blueprint  
Sumber : Olah data

- SOP

Standard Operating Procedure ( SOP ) adalah hal yang penting dam sebuah perusahaan yang meliputi perincian atau standard mutu terkait prosedur pekerjaan. Untuk membuat pedoman SOP yang baik perusahaan harus menentukan tujuan dan sasaran pada setiap divisi. Lalu dilakukan identifikasi dan uji dan validitas SOP sebelum disebarlu dan diterapakan kepada seluruh anggota tim.

Tujuan :

Untuk memastikan semua Tindakan yang dialakukan oleh pegawai sesuai dengan prosedur dan kebijakan yang telah ditetapkan, Untuk menciptakan lingkungan kerja yang lebih efisien dan efektif. Kebijakan SOP ini menjadi pedoman bagi pekerja untuk mengikuti dan memahami prosedur kerja yang benar.

Ruang Lingkup SOP :

Pedoman *Standard Operating Procedure* ( SOP ) menjadi acuan bagi setiap tenaga ahli dalam divisi marketing maupun divisi operasional seperti fasilitator, kasir dan Helper.

Syarat dan ketentuan :

Setiap pegawai atau tenaga ahli yang bekerja pada bidang operasional seperti fasilitator, kasir maupun *helper* harus memperhatikan keamanan dan keselamatan kerja. Dan bagi tenaga ahli seperti sosial media marketing dan *sales* harus memperhatikan perawatan *equipment* yang disediakan seperti laptop dan Handphone yang bersifat inventaris.

Prosedur Kerja Setiap Divisi :

Setiap pegawai wajib menggunakan seragam dan atribut seragam seperti *name tag*. Adapun beberapa hal penting seperti wajib menunjukkan perilaku dan manner yang baik terhadap tamu.

## G. Action Plan & Report

*Tabel 4. 2 Action Plan*

Key Activity	Year					
	0	1	2	3	4	5
Perancangan konsep dan strategy bisnis Art Lab						
Dukungan Investor & pinjaman Bank						
Pengadaan peralatan						
Penataan area aktivitas						
Merancang media sosial dan situs resmi						
Perekruitan tenaga kerja						
Pembuatan program pemasaran						
Pameran produk secara offline						
Membuat kampanye pemasaran secara online						
Perencanaan acara soft opening						
Perencanaan acara grand opening						
Kerja sama dengan vendor merchandise dan photo dokumentasi						
Pelaksanaan operasional						
Evaluasi produk, layanan, kinerja SDM dan penjualan						
Melakukan pengembangan program rekreasi						
Melakukan pengawasan dan evaluasi keuangan						
Pembuatan annual Report						

*Sumber : Olah Data*



## BAB V

### ASPEK KEUANGAN

#### A. Metode Pencatatan Akuntansi

Dalam metode pembukuan ada 2 jenis yaitu cash basis dimana pendataan atau pencatatan hanya untuk pendapatan penjualan dan biaya yang dikeluarkan. Karena Ide bisnis Art Lab menggunakan pinjaman bank, digunakan nya metode akuntansi Accrual basis agar lebih akurat karena memberikan Gambaran keuangan lengkap. Untuk penjelasan lebih jelas terkait *Accrual Basis* sebagai berikut.

##### *Accrual Basis*

Metode pembukuan *accrual basis* atau *accrual accounting* transaksi dicatat pada saat sedang berlangsung, tanpa melihat waktu pembayaran dan penerimaan dana. Pendapatan dilakukan pendataan ketika didapatkan dan begitupun beban perusahaan dilakukan pendataan ketika terjadi dengan menghiraukan kapan akan dibayar. Tujuan digunakannya metode pembukuan *accrual basis* bertujuan agar lebih realistik terkait keuangan perusahaan karena menganalisis kewajiban dan asset yang akan datang (Mukherjee & Henderson, 1987).

Metode ini dipilih karena Art Lab melakukan kredit *bank* sebanyak 60% dari dana investasi yang dikeluarkan. Meskipun pada saat pembayaran barang, bahan baku hingga jasa akan mungkin diterima dan dibayarkan beberapa tahap setelah transaksi terjadi. *Accrual basis* mengakui hal tunai dan *non* tunai yang diharapkan akan lebih akurat.

## B. Capital Expenditure

### 1. Tangible Investment ( Depreciation )

No	Item Description	Specification	Quantity	Unit	Unit Price	Acquisition Cost	Economic Life/Year	Salvage Value	Depreciation	Visual	Source
1	Trolley barang Lipat	kapasitas maksimal 150Kg.	1	Unit	Rp 450.000,00	Rp 450.000,00	5	Rp 300.000,00	Rp 90.000,00		<a href="https://images.app.goo.gl/fbGkALEXf64aJ6Bz7">https://images.app.goo.gl/fbGkALEXf64aJ6Bz7</a>
2	Meja	custom meja lipat ukuran P 120cm L 50 cm	18	Unit	Rp 250.000,00	Rp 4.500.000,00	5	Rp -	Rp 900.000,00		<a href="https://images.app.goo.gl/QkKwkhfxgxQHYes2">https://images.app.goo.gl/QkKwkhfxgxQHYes2</a>
3	Tikar lipat	Anti slip HDPE Material Tebal 6mm 3 x 7 m Kode HS 6306199090	5	Pcs	Rp 170.000,00	Rp 850.000,00	5	Rp 250.000,00	Rp 170.000,00		<a href="https://images.app.goo.gl/RTNWazzwHxkZHzxM8">https://images.app.goo.gl/RTNWazzwHxkZHzxM8</a>
4	Meja putar	D. 30 * 50	17	Unit	Rp 185.000,00	Rp 3.145.000,00	5	Rp -	Rp 629.000,00		<a href="https://images.app.goo.gl/1qgwSmTAo6KtuQYQ6">https://images.app.goo.gl/1qgwSmTAo6KtuQYQ6</a>
5	Masonite board	Ukuran 25*25	30	Pcs	Rp 32.000,00	Rp 960.000,00	5	Rp -	Rp 192.000,00		<a href="https://images.app.goo.gl/TIhAdvfceyAenv98">https://images.app.goo.gl/TIhAdvfceyAenv98</a>
6	Butsir set / Alat ukir	Jumlah 6 pcs/pax	17	Pax	Rp 20.000,00	Rp 340.000,00	5	Rp -	Rp 68.000,00		<a href="https://images.app.goo.gl/s42woUg5PZBFXjZ7">https://images.app.goo.gl/s42woUg5PZBFXjZ7</a>
7	Cetakan animasi ( Huruf/Angka/Hewan )	100 pcs Bahan plastik	100	Pcs	Rp 16.000,00	Rp 1.600.000,00	5	Rp -	Rp 320.000,00		<a href="https://images.app.goo.gl/u8KKGKH2GJ23BCCd8">https://images.app.goo.gl/u8KKGKH2GJ23BCCd8</a>
8	Wadah	Bahan plastik D. 30 cm	20	Pcs	Rp 15.000,00	Rp 300.000,00	5	Rp -	Rp 60.000,00		<a href="https://images.app.goo.gl/MUTUMEUDDpUXAZK8">https://images.app.goo.gl/MUTUMEUDDpUXAZK8</a>
9	Cap busa bentuk	Bahan busa	100	Pcs	Rp 16.000,00	Rp 1.600.000,00	5	Rp -	Rp 320.000,00		<a href="https://images.app.goo.gl/u8KKGKH2GJ23BCCd8">https://images.app.goo.gl/u8KKGKH2GJ23BCCd8</a>
10	Wadah tatakan	25*25 cm	20	Pcs	Rp 13.000,00	Rp 260.000,00	5	Rp -	Rp 52.000,00		<a href="https://images.app.goo.gl/M74sToNhV4hocof77">https://images.app.goo.gl/M74sToNhV4hocof77</a>
11	Laptop	HP Envy X360 15 Intel i5 gen 12 Ram 16GB SSD 1TB FHD IPS Touch silver	1	unit	Rp 9.899.000,00	Rp 9.899.000,00	5	Rp 3.000.000,00	Rp 1.979.800,00		<a href="https://images.app.goo.gl/XCwm5xD9GIm2go2">https://images.app.goo.gl/XCwm5xD9GIm2go2</a>
12	Printer	HPLaser MFP137FNW HP MFP M137FNW WIFI /FWN WIRELESS	1	unit	Rp 3.150.000,00	Rp 3.150.000,00	5	Rp 700.000,00	Rp 630.000,00		<a href="https://images.app.goo.gl/47RgKyETvd35m2A">https://images.app.goo.gl/47RgKyETvd35m2A</a>
13	Handphone	Iphone 13 (512 GB)	1	Unit	Rp 13.000.000,00	Rp 13.000.000,00	5	Rp 9.000.000,00	Rp 2.600.000,00		<a href="https://images.app.goo.gl/5h7MX49j8c3Yzah90">https://images.app.goo.gl/5h7MX49j8c3Yzah90</a>
14	Renovasi Bangunan	Design,fitur ruangan dan toilet	1	unit	Rp 50.000.000,00	Rp 50.000.000,00	5	Rp -	Rp 10.000.000,00		
15	Overhead Equipment		1	Unit	Rp 10.360.200,00	Rp 10.360.200,00	5	Rp -	Rp 2.072.040,00		
<b>TOTAL</b>					Rp 99.964.200,00	Rp 12.950.000,00		Rp 19.992.840,00			

Gambar 5. 1 Tangible Investment

Sumber: Olah Data

Pada *table* diatas dapat dilihat mengenai kebutuhan untuk investasi asset berwujud adalah sebesar Rp.19.992.840,- . Jumlah ini merupakan perolehan dari harga setiap asset. Umur ekonomis pada setiap asset yang ada pada *table* tersebut di tetapkan selama 5 tahun. Mengikuti kajian bisnisnya. Setelah *asset* berwujud ini

akan digunakan selama 5 tahun. Sebagian asset mengalami penurunan nilai sisa sebesar Rp.12.950.000,-. Karena menggunakan metode *Accrual basis* sebagai pengakuan atas penggunaan asset diakui. Pada *table tangible* ini atau asset berwujud ini sebagai penunjang utama pada operasional. Untuk hitungan penyusutan pada setiap periode nya dihitung setiap tahun nya dengan metode garis lurus (*Straight Line Depreciation*)

## 2. *Intangible Investment (Amortization)*

No	Item Description	Amount	Economic Life/Year	Amortization/Year
1	Pra- Event Marketing <b>Biaya Marketing</b> Google Ads, Meta Ads, Tiktok (Rp.15.00.000/tahun) Pembuatan Website Rp. 4.300.000 Karyawan 197 hari x Rp. 100.000 x 5 orang	Rp117.800.000,00	5	Rp 23.560.000,00
2	<b>Jasa Design Grafis</b> Logo ( warna, font, filosofi ) Design dan mockup 3D perspektif logo pada kartu nama, kop surat, amplop folder, cap, nota, invoice, Desain dan mockup 3D Sling bag, Note book, pulpen, seragam, Name Tag Design konten sosial media ( Template feeds dan Instagram story)	Rp 9.500.000,00	5	Rp 1.900.000,00
3	<b>Legal</b> Akta Pendirian dan Notaris NPWP Perusahaan Surat Izin Usaha Perusahaan (SIUP) Nomor Induk Berusaha (NIB) SKDP ( Surat Keterangan Domisili Perusahaan ) TDUP ( Tanda Daftar Usaha Pariwisata ) Merk Dagang	Rp 5.500.000,00	5	Rp 1.100.000,00
4	Prepaid expense	Rp605.000.000,00	5	Rp121.000.000,00
	Total	Rp737.800.000,00		Rp147.560.000,00

Gambar 5. 2 *Intangible Investment*

Sumber : Olah Data

Kebutuhan Investasi untuk asset tidak berwujud sebesar Rp.737.000.000,- yang akan digunakan untuk keperluan sewa lahan sebesar Rp.605.000.000,- . Sedangkan untuk legal atau perizinan sebesar Rp.5.500.000,- selain untuk hal tersebut juga Art Lab menggunakan jasa *Design Grafis* sebesar Rp.9.500.000,-. Dan yang terakhir menggunakan *pra event marketing* dengan biaya sebesar Rp.117.800.000,- biaya tersebut sudah termasuk gaji karyawan.

### 3. Working Capital (Terminal Cash Flow)

No	Jenis Barang/Bahan	Kuantitas	Satuan	Harga Satuan	Jumlah
1	Tanah liat	10000	Kg	Rp 4.000,00	Rp 40.000.000,00
2	1 set alat lukis	4050	Set	Rp 15.000,00	Rp 60.750.000,00
3	Pasir silika	10000	Kg	Rp 2.500,00	Rp 25.000.000,00
4	Beads	160	Bungkus	Rp 4.000,00	Rp 640.000,00
5	Lem kayu	15	Tube/Kg	Rp 19.000,00	Rp 285.000,00
6	Canvas	4050	Pcs	Rp 4.500,00	Rp 18.225.000,00
7	Pensil	4050	Pcs	Rp 1.500,00	Rp 6.075.000,00
8	Baju kaos putih	4050	Pcs	Rp 30.000,00	Rp 121.500.000,00
9	Pewarna baju	120	Pcs	Rp 1.000,00	Rp 120.000,00
10	Tali	2	Gulungan	Rp 85.000,00	Rp 170.000,00
11	Cash on Hand	1	unit	Rp 5.000.000,00	Rp 5.000.000,00
Total				Rp 5.166.500,00	Rp 277.765.000,00

Gambar 5. 3 Working Capital

Sumber : Olah Data

*Working capital* adalah biaya tetap yang jenis nya tertanam dan akan berputar selama 5 tahun dan akan kembali pada akhir masa *life time* (A Mekari Jurnal , 2023) Pengadaan pada working capital selama 1 bulan 1 kali dengan tujuan untuk menghindari menurunnya kualitas barang dan pengendapan dana. *Working capital* bersifat *stock fast moving*. Pada setiap bulan nya Art Lab harus melakukan pengadaan bahan baku dengan biaya sebesar Rp. 277.765.000,-.

### C. Time Value of Money (Nilai Waktu Uang)

Setiap perhitungan dan penilaian investasi pada usaha Art Lab berdasarkan nilai waktu uang. Hal ini dilakukan karena kajian selama 5 tahun mempertimbangkan arus kas yang masuk pada setiap tahunnya dan pada setiap periode memiliki nilai yang berbeda dibandingkan dengan nilai sekarang (Investopedia , 2023).

Present Value of Proceed	Rp	2.184.325.783
Initial Investment/Outlay	Rp	1.115.529.200
Net Present Value (NPV)	Rp	1.068.796.583

Gambar 5. 4 NPV

Sumber : Olah Data

Proyeksi atau gambaran pada gambar diatas menunjukan bahwa proyek yang dikaji memiliki nilai bersih sekarang ( *Net Present Value* atau NVP ) sebesar Rp. 2.184.325.783,-. Ini dihitung dengan mengurangi nilai investasi awal dengan

jumlah sebesar Rp. 1.115.529.200,-. Dari nilai sekarang total penerimaan dengan jumlah sebesar Rp. 1.068.796,- karena NVP memiliki nilai positif. Ini menandakan atau mengindikasikan bahwa Art Lab diharapkan menghasilkan keuntungan yang jelas dan merupakan investasi yang layak dijalankan sehingga menguntungkan.

#### D. Pendanaan Investasi : (Agency Theory)

Dana investasi Art Lab dibagi menjadi 2 modal. Yang pertama dengan dana pribadi dengan persentase 40% dan melakukan pinjaman kepada bank dengan persentase sebesar 60%. Dengan jangka pembayaran atau tenor selama 5 tahun. Modal bisnis sendiri adalah sejumlah dana atau *asset* yang dimiliki oleh pemilik bisnis yang digunakan sebagai modal kerja untuk memulai menjalankan operasional Art Lab sendiri. Modal ini berasal dari Tabungan milik pribadi, investasi bahkan hingga *asset* lain yang dimiliki oleh pemilik bisnis. Bisnis Art Lab menyetujui bahwa akan membayar kembali pinjaman dengan cicilan bulanan sesuai dengan jadwal yang sudah disepakati antara owner dan pihak bank, Termasuk bunga yang harus dibayar oleh bisnis Art Lab.

- *Owner's Equity* (Modal Sendiri)

<b>Owner (40%)</b>	<b>Rp 446.211.680,00</b>
--------------------	--------------------------

- *Debt* (Bank/Other Loan)

<b>Bank Loan (60%)</b>	<b>Rp 669.317.520,00</b>
------------------------	--------------------------

Gambar 5. 5 Pendanaan Investasi

Sumber : Olah Data

#### E. Penentuan Titik Impas dan Laba yang Diharapkan

##### 1. Variable Cost; Fixed Cost

Variable Cost											
1 Working Capital	Rp 3.333.180.000,00	79,67%	Rp 3.438.841.806,00	78,26%	Rp 3.547.853.091,25	76,87%	Rp 3.660.320.034,24	75,51%	Rp 3.776.352.179,33	74,17%	
Total Variable Cost	Rp 3.333.180.000,00	79,67%	Rp 3.438.841.806,00	78,26%	Rp 3.547.853.091,25	76,87%	Rp 3.660.320.034,24	75,51%	Rp 3.776.352.179,33	74,17%	

Gambar 5. 6 Variable Cost; Fixed Cost

Sumber : Olah Data

Biaya langsung pada Art Lab adalah biaya *working capital* dengan total kebutuhan untuk satu tahun dengan jumlah biaya yang harus dikeluarkan dalam 1 tahun adalah Rp. 3.333.180.000,-.

## 2. Break Even Point (BEP)

BREAK EVENT POINT (BEP) Year 1		Titik Impas
BEP / YEAR 1	Rp 672.647.767,20 79,67%	= Rp 844.330.173,03
WEEK	Rp 844.330.173,03 52	= Rp 16.237.118,71
BEP / YEAR 2	Rp 674.503.388,85 84,65%	Rp 796.807.418,89
WEEK	Rp 796.807.418,89 52	= Rp 15.323.219,59
BEP / YEAR 3	Rp 675.492.172,88 85,36%	Rp 791.304.208,04
WEEK	Rp 791.304.208,04 52	= Rp 15.217.388,62
BEP / YEAR 4	Rp 675.484.817,85 86,07%	Rp 784.849.913,97
WEEK	Rp 784.849.913,97 52	= Rp 15.093.267,58
BEP / YEAR 5	Rp 674.336.722,96 86,76%	Rp 777.285.322,83
WEEK	Rp 777.285.322,83 52	= Rp 14.947.794,67

Gambar 5. 7 Break Even Point

Sumber : Olah Data

Untuk mengetahui titik impas maka dibuatlah sebuah perhitungan *Break Event Point* (BEP). Sebuah perhitungan yang memberikan gambaran pendapatan dikurangi dengan seluruh biaya yang dikeluarkan adalah mencapai titik impas. Tujuan digunakan nya metode *Break Event Point* untuk melihat beban minimal penjualan selama 1 minggu atau perhari untuk mencapai titik impas (0). Untuk lebih detailnya dilakukan penjabaran melalui gambar diatas.

## F. Identifikasi Cash Inflow & Outflow

### 1. Operating Budget

No	Item Description	Year 1	Year 2	Year 3	Year 4	Year 5
<b>Revenue</b>						
1	Tiket Weekend	Rp 1.628.640.000,00	38,93%	Rp 1.710.560.592,00	38,93%	Rp 1.796.601.789,78
2	Tiket Weekday	Rp 2.527.200.000,00	60,40%	Rp 2.654.318.160,00	60,40%	Rp 2.787.830.363,45
3	Dokumentasi	Rp 28.080.000,00	0,67%	Rp 29.492.424,00	0,67%	Rp 30.975.892,93
<b>Total Revenue</b>	<b>Rp 4.183.920.000,00</b>	<b>100,00%</b>	<b>Rp 4.394.371.176,00</b>	<b>100,00%</b>	<b>Rp 4.615.408.046,15</b>	<b>100%</b>
<b>Variable Cost</b>						
1	Working Capital	Rp 3.333.180.000,00	79,67%	Rp 3.438.841.806,00	78,26%	Rp 3.547.853.091,25
<b>Total Variable Cost</b>	<b>Rp 3.333.180.000,00</b>	<b>79,67%</b>	<b>Rp 3.438.841.806,00</b>	<b>78,26%</b>	<b>Rp 3.547.853.091,25</b>	<b>76,87%</b>
<b>Gross Profit</b>	<b>Rp 850.740.000,00</b>	<b>20,33%</b>	<b>Rp 955.529.370,00</b>	<b>21,74%</b>	<b>Rp 1.067.554.954,90</b>	<b>23,13%</b>
<b>Operating Cost</b>						
1	Water Purification	Rp 5.000.000,00	0,12%	Rp 5.158.500,00	0,12%	Rp 5.322.024,45
2	Maintenance	Rp 1.500.000,00	0,04%	Rp 1.547.550,00	0,04%	Rp 1.596.607,34
3	Salaries	Rp 423.670.000,00	10,13%	Rp 437.100.339,00	9,95%	Rp 450.956.419,75
4	Interest	Rp 73.624.927,20	1,76%	Rp 61.802.949,85	1,41%	Rp 48.680.554,99
5	Depreciation	Rp 19.992.840,00	0,48%	Rp 19.992.840,00	0,45%	Rp 19.992.840,00
6	Amortization	Rp 147.560.000,00	3,53%	Rp 147.560.000,00	3,36%	Rp 147.560.000,00
7	Miscellaneous	Rp 1.300.000,00	0,03%	Rp 1.341.210,00	0,03%	Rp 1.383.726,36
<b>Total Operating Cost</b>	<b>Rp 672.647.767,20</b>	<b>16,08%</b>	<b>Rp 674.503.388,85</b>	<b>15,35%</b>	<b>Rp 675.492.172,88</b>	<b>14,64%</b>
<b>Operating Profit</b>	<b>Rp 178.092.232,80</b>	<b>4,26%</b>	<b>Rp 281.025.981,15</b>	<b>6,40%</b>	<b>Rp 392.062.782,02</b>	<b>8,49%</b>

Gambar 5. 8 Projected Income Statement

Sumber : Olah Data

Dari *Projected Income Statement* menjelaskan bahwa pendapatan pada tahun pertama mendapatkan pendapatan sebesar Rp 4.183.920.000,00. Pendapatan tersebut belum dikurangi biaya yang harus dikeluarkan oleh Art Lab. Dari pendapatan sebesar Rp 4.183.920.000,00 harus mengeluarkan biaya modal kerja berupa *variable cost* sebesar Rp 3.333.180.000,00 untuk setiap tahunnya. Selain harus mengeluarkan untuk biaya modal kerja Art Lab harus mengeluarkan kewajiban yaitu biaya operasional yang sudah dianggarkan sebesar Rp 672.647.767,20 biaya tersebut untuk membayar air bersih, perawatan peralatan, gaji tenaga kerja, depresiasi, amortisasi dan biaya cicilan pinjaman bank. Dari interpolasi tersebut Art Lab mendapatkan keuntungan pada tahun pertama sebesar Rp 178.092.232,80. Perhitungan ini berlaku hingga tahun ke 5 dan pada setiap tahunnya dengan mempertimbangkan *economic growth* pada pendapatan sebesar 5,03 dengan inflasi untuk modal kerja dan biaya operasional sebesar 3,17.

## 2. Cash Flow Projection

Tahun	Laba Operasional	Amortisasi	Depresiasi	Working Capital	Salvage Value	Total	%
1	Rp 178.092.232,80	Rp 147.560.000,00	Rp 19.992.840,00			Rp 345.645.072,80	
2	Rp 281.025.981,15	Rp 147.560.000,00	Rp 19.992.840,00			Rp 448.578.821,15	
3	Rp 392.062.782,02	Rp 147.560.000,00	Rp 19.992.840,00			Rp 559.615.622,02	
4	Rp 511.758.218,78	Rp 147.560.000,00	Rp 19.992.840,00			Rp 679.311.058,78	
5	Rp 640.706.591,05	Rp 147.560.000,00	Rp 19.992.840,00	Rp 277.765.000,00	Rp 12.950.000,00	Rp 1.098.974.431,05	
						Total Cash In Flow	Rp 3.132.125.006 280,77%
						Total Investment	Rp 1.115.529.200 100,00%
						Surplus	Rp 2.016.595.806 180,77%

Gambar 5. 9 Cash Flow Projection

Sumber : Olah Data

Selama kurun waktu 5 tahun proyeksi perhitungan jumlah arus kas yang terkumpul sebesar Rp.3.132.125.006,- jumlah ini di dapatkan melalui arus kas tahun pertama hingga tahun ke lima dengan rincian laba operasional ditambah amortisasi dan depresiasi sedangkan pada tahun ke – 5 karena seluruh investasi harus kembali *working capital* dan *salvage value* atau nilai sisa ditambahkan sehingga nominal aruskas pada tahun ke 5 lebih besar dibanding tahun ke 1 hingga tahun ke – 4 untuk lebih detail terkait *accumulated cash flow* ada pada gambar diatas.

## 3. Pengaruh Makro Ekonomi (Inflasi; Pertumbuhan Ekonomi dll)

Inflasi dan pertumbuhan ekonomi sangat berpengaruh dalam melakukan kajian Aspek keuangan selama 5 tahun. hal ini dilakukan karena biaya – biaya yang dikeluarkan akan semakin meningkat setiap tahunnya maka dari itu dilakukan perhitungan inflasi dengan persentase 3,17% dan *economic growth* dengan persentase 5,03% untuk meminimalisir kurang

nya biaya yang harus dikeluarkan dan proyeksi pendapatan yang akan dihasilkan.

Economic Growth		Inflation	
Year	%	Year	%
2015	4,88	2015	2,73
2016	5,03	2016	2,75
2017	5,07	2017	3,63
2018	5,17	2018	3,54
2019	5,02	2019	3,21
<b>Average</b>	<b>5,03</b>	<b>Average</b>	<b>3,17</b>

Gambar 5. 10 Pengaruh Makro Ekonomi

Gambar diatas adalah kajian olah data selama 5 tahun, tidak menggunakan tahun 2020 hingga tahun 2023 dikarenakan perekonomian terganggu oleh *Covid – 19*.

#### G. Metode Penilaian Investasi (Capital Budgeting)

##### 1. Net Present Value (NPV)

Present Value of Proceed	Rp	2.184.325.783
Initial Investment/Outlay	Rp	1.115.529.200
<b>Net Present Value (NPV)</b>	<b>Rp</b>	<b>1.068.796.583</b>

Gambar 5. 11 NPV

Sumber : Olah Data

Berdasarkan table NPV yang disajikan pada gambar diatas, nilai sekarang dari seluruh penerimaan yang dihasilkan oleh bisnis Art Lab adalah Rp.2.184.325,- sementara, investasi awal untuk memulai bisnis Art Lab ini adalah Rp. 1.115.529.200,-. Dengan ini menghitung selisih antara penerimaan tersebut dan investasi awal. Pada *Net Present Value (NPV)* sebesar Rp.1.068.796.583,- . Dengan menghasilkan NPV yang positif ini menunjukkan bahwa bisnis Art Lab mampu menghasilkan lebih banyak menghasilkan pendapatan dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan. Dengan begitu bisnis Art Lab dianggap sebagai ide bisnis yang menguntungkan dan layak untuk dijalankan.

## 2. Internal Rate of Return (IRR)

**Internal Rate Of return (IRR)** 34,95%

Gambar 5. 12 IRR

Sumber : Olah Data

Berdasarkan akumulasi *cash flow Accumulation* ( Arus Kas) diketahui bahwa selisih kas positif dengan jumlah sebesar Rp.64.982.273,- atau setara dengan 34,95%. Perolehan besaran investasi dengan persentase 34,95% dirasakan sangat layak apabila dibanding dengan hasil investasi pada sektor *risk free* (Bebas Risiko) yang berlaku pada saat ini.

## 3. Discounter Payback Period

Perhitungan ini bertujuan untuk mengetahui jangka waktu pengembalian investasi dengan menghiraukan nilai waktu uang (*time value of money*). Dari hasil perhitungan diketahui bahwa jangka waktu untuk pengembalian investasi Art Lab selama 3 tahun. Berikut sebagai rincian dalam perhitungannya :

Discounted PayBack Period :		
	3 Years	0,8 Months
Total Investment	Rp 1.115.529.200	
Cash In Flow Year 1	Rp 311.391.957	
Balance	Rp 804.137.243	
Cash In Flow Year 2	Rp 364.076.634	
Balance	Rp 440.060.608	
Cash In Flow Year 3	Rp 409.186.120	
Balance	Rp 30.874.489	
Cash In Flow Year 4	Rp 447.483.235	
Balance	-Rp 416.608.747	
Cash In Flow 5	Rp 652.187.836	
	-Rp 1.068.796.583	

Gambar 5. 13 Discounter Payback Period

Sumber : Olah Data

## 4. Aspek keuangan Executive summary

Usulan Investasi dapat diterima dan layak untuk dijalankan hal ini dibuktikan dengan hasil kajian atau analisis keuangan :

1. Dalam jangka waktu 5 tahun didapat selisih kas lebih besar, dengan hasil dari arus kas masuk dikurangi dengan total investasi yang ditanamkan dengan jumlah sebesar Rp. Rp.1.068.796.583,-
2. Jangka waktu pengembalian dana investasi selama 3 tahun. Dengan menghasilkan surplus dan beberapa analisis yang dilakukan bisnis Art Lab



sangat baik karena di bawah umur ekonomis yang ditentukan yaitu selama 5 tahun.

3. Hasil perhitungan dari IRR (*Internal Rate of Return*) didapat hasil persentase 34,95%. Dimana dengan jumlah persentase tersebut menunjukkan angka yang lebih tinggi dari pada suku Bungan yang berlaku pada sektor bebas risiko

## DAFTAR PUSTAKA

- Agoda Indonesia . (2022, December 23). *Family and friend group travel back on the cards Agoda survey shows.* Diambil kembali dari Family and friend group travel back on the cards Agoda survey shows: <https://www.agoda.com/press/family-travel-back-on-the-cards-agoda/?cid=18>
- A Mekari Jurnal . (2023, September 29). *Pengertian Working Capital beserta Cara Perhitungannya.* Diambil kembali dari A Mekari Jurnal : <https://www.jurnal.id/id/blog/working-capital/>
- Badan pusat statistik . (t.thn.). <https://www.bps.go.id/id>. Diambil kembali dari <https://www.bps.go.id/id>.
- BKKBN. (2024). *Layanan Data Keluarga BKKBN.* Diambil kembali dari [siga.bkkbn.go.id: https://newsiga-siga.bkkbn.go.id/#/TabulasiSIGA](https://newsiga-siga.bkkbn.go.id/#/TabulasiSIGA)
- Cherry, M. (t.thn.). *Mery Cherry.* Diambil kembali dari <https://mericherry.com/>: <https://id.pinterest.com/mericherry/>
- Child Curriculum. (t.thn.). *Child Curriculum.* Diambil kembali dari <https://id.pinterest.com/rmomen0944/>: <https://id.pinterest.com/rmomen0944/>
- Coplan, J. (1993). Child development. In *Current Problems in Pediatrics* (Vol. 23, Issue 2). [https://doi.org/10.1016/0045-9380\(93\)90002-T](https://doi.org/10.1016/0045-9380(93)90002-T)
- Fitzsimmons, J. A., & Fitzsimmons, M. J. (2001). *Service Management: Operations, Strategy, Information Technology with Student CD.*
- HandMakery. (t.thn.). *HandMakery.* Diambil kembali dari <https://www.handmakery.com/2018/08/fall/>: <https://www.handmakery.com/2018/08/fall/>
- Hasdiana, U. (2018). Human Resource Management For the hospitality and Tourism Industries. In *Analytical Biochemistry* (Vol. 11, Issue 1). <http://link.springer.com/10.1007/978-3-319-59379-1%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/B978-0-12-420070-8.00002-7%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.ab.2015.03.024%0Ahttps://doi.org/10.1080/07352689.2018.1441103%0Ahttp://www.chile.bmw-motorrad.cl/sync/showroom/lam/es/>
- House of Colors. (t.thn.). *House of colors kids art parties est. 2015.* Diambil kembali dari <https://hocpaint.com/>: <https://id.pinterest.com/pin/4081455905952534/>
- Hukum Online.com. (2024, Juni 14). *Jenis-jenis Badan Usaha dan Karakteristiknya.* Diambil kembali dari Hukum online.com:

<https://www.hukumonline.com/klinik/a/jenis-jenis-badan-usaha-dan-karakteristiknya-lt4f51947253585/>

INSECTZA. (t.thn.). *69 Best Of Porter's 5 Forces Model Helps Managers To.* Diambil kembali dari INSECTZA: <https://entreasmemorias.blogspot.com/2021/05/69-best-of-porter-5-forces-model-helps.html>

Investopedia . (2023, December 15). *Time Value of Money Explained with Formula and Examples.* Diambil kembali dari <https://www.investopedia.com/terms/t/timevalueofmoney.asp>: <https://www.investopedia.com/terms/t/timevalueofmoney.asp>

Junita, E. N., & Anhusadar, L. (2021). Parenting Dalam Meningkatkan Perkembangan Perilaku Sosial Anak Usia 5-6 Tahun. *Yaa Bunayya : Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 5(2), 57–63. <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/YaaBunayya/article/view/11002%0Ahttps://jurnal.umj.ac.id/index.php/YaaBunayya/article/download/11002/6286>

Kementrian Investasi/BKPM. (2020). *KLASIFIKASI BAKU LAPANGAN USAHA INDONESIA (KBLI) 2020.* Diambil kembali dari OSS: <https://oss.go.id/informasi/kbli-berbasis-risiko>

Kupzyk, S., & Lynn, M. R. (2018). *Parenting Today's Children A developmental Perspective.*

LearnPal. (t.thn.). <https://www.learnpal.com/>. Diambil kembali dari <https://www.learnpal.com/>: <https://id.pinterest.com/LearnPal/>

Mukherjee, T. K., & Henderson, G. V. (1987). Capital Budgeting Process: Theory and Practice. In *Interfaces* (Vol. 17, Issue 2). <https://doi.org/10.1287/inte.17.2.78>

Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernada, G., & Smith, A. (2014). *Value Proposition Design\_ How to Create Products and Services Customers Want*-Wiley (2014).pdf.

Osterwalder, A., Pigneur, Y., Smith, A., & Movement, T. (2010). Business Model Generation. In Booksgooglecom (Vol. 30, Issue 5377). <http://www.amazon.com/Business-Model-Generation-VisionariesChallengers/dp/0470876417>

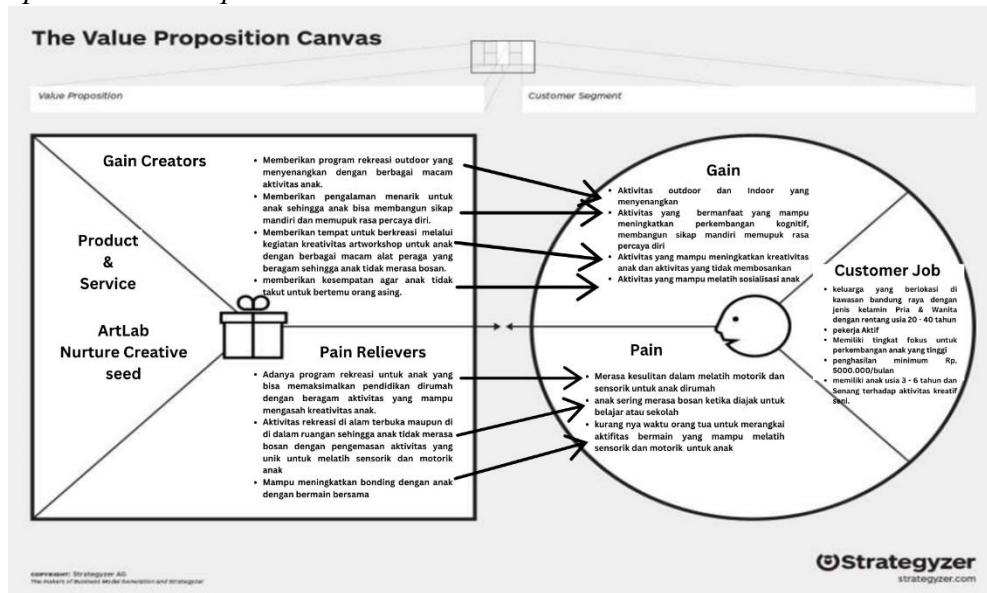
Porter, M. E. (2019). Porter's Five Forces. *Journal of Language Relationship*, vii–viii. <https://doi.org/10.31826/9781463236984-toc>

Schwake, S., & Schwake, R. (2018). 52 playful projects for preschoolers. *Analytical Biochemistry*, 11(1), 1–5. <http://link.springer.com/10.1007/978-3-319-59379-1%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/B978-0-12-420070-8.00002> <7%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.ab.2015.03.024%0Ahttps://doi.org/10.1080/07352689.2018.1441103%0Ahttp://www.chile.bmw>

# LAMPIRAN

## 1. INSTRUMEN RISET BISNIS

*Template Value Proposition Canvas Art Lab*

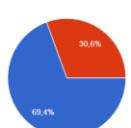


*Template Bisnis Model Canvas Art Lab*

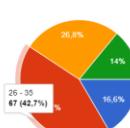
ART LAB   Aktivitas Hiburan, Kesenian Dan Kreativitas   Tanti Intan Pratiwi				
Key Partners	Key Activities	Value Proposition	Customer Relationships	Customer Segments
1. Pemasok Tanah Liat bermitra dengan Oni pabrik tanah liat 2. Pemasok Apron dan kaos bermitra dengan konveksi rony taylor 3. Pemasok Pasir Silika bermitra dengan CV. pasir silika aquaspace 4. Pemasok Cat warna pembelian melalui market place	<b>Physical : bahan baku</b> <b>Intellectual : sertifikasi Finannecial</b> <b>Human resources</b> <b>Operational</b> <b>Marketing</b>  <b>Key Resources</b> 1. Staff 2. Tanah liat 3. Baju warna putih 4. Pasir silika 5. Lem Kayu 6. Beads atau manik manik 7. Kanvas dengan ukuran 20 cm x 20 cm	<b>Art Lab :</b> Menawarkan aktivitas rekreasi berbasis seni kreativitas anak diantaranya : 1. Letter Print Tee : melukis dengan media canvas dengan Teknik dilukis, dan dicelup 2. Clay Play : bermain tanah liat dengan Teknik cetak tekan, lempeng, pijit dan pilin. 3. Sand and Glue Art : bermain dengan pasir silika dan lem kayu dengan media kayu dan canvas	1. Diskon potongan harga 5% dengan minimal 15 pax 2. Membership	1. Keluarga yang memiliki anak usia 3 – 6 tahun. 2. Memiliki Tingkat focus yang tinggi terhadap perkembangan stimulasi anak.
<b>Cost Structure</b>			<b>Revenue Streams</b>	
1. Bagi hasil/sewa dengan pemilik kawasan Terminal wisata Grafika cikole 2. Gaji Staff meliputi fasilitator dan kasir 3. Dana Cash 4. Pengadaan bahan baku produk 5. Biaya promosi menggunakan Influencer, iklan sosial media			Penjualan Program aktivitas Art Lab	

## 2. HASIL KUESIONER

Jenis Kelamin  
157 jawaban

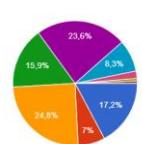


Salin  
Usia  
157 jawaban

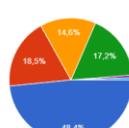


Salin

Status/Pekerjaan  
157 jawaban

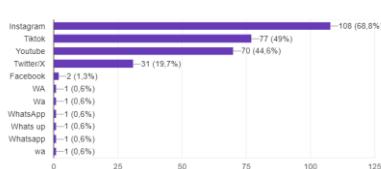


Salin  
Asal Daerah  
157 jawaban



Salin

Media sosial yang sering digunakan  
157 jawaban

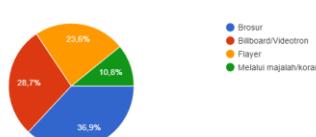


Bentuk promosi online yang membuat anda tertarik  
157 jawaban



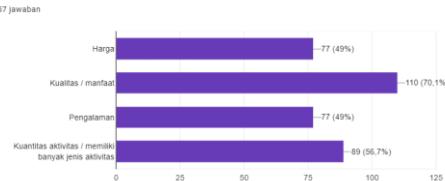
Salin

Bentuk promosi offline yang membuat anda tertarik  
157 jawaban



Salin  
Apa yang mempengaruhi anda ketika memutuskan untuk melakukan kegiatan rekreasi?

157 jawaban



Salin

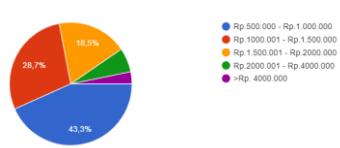
Apa yang anda harapkan dari suatu aktivitas kegiatan rekreasi yang anda lakukan di waktu luang?  
157 jawaban

157 jawaban



Berapa pengeluaran yang biasanya ada habiskan untuk melakukan kegiatan rekreasi bersama keluarga?  
157 jawaban

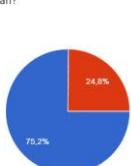
157 jawaban



Salin

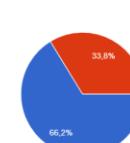
Apakah anda merasa kurang dalam melakukan pembelajaran kegiatan sensorik dan motorik anak dirumah?  
157 jawaban

157 jawaban



Salin  
Apakah anda merasa kesulitan dalam melatih motorik dan sensorik untuk anak?

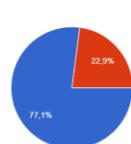
157 jawaban



Salin

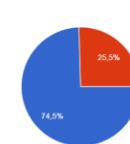
Apakah anak anda sering merasa bosan dalam melakukan aktivitas diruangan?  
157 jawaban

157 jawaban



Salin  
Apakah anda merasa kurang dalam menghabiskan waktu bersama anak?

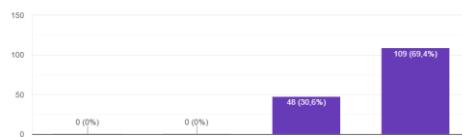
157 jawaban



Salin



Seberapa penting bagi anda, anak melakukan aktivitas rekreasi yang dapat meningkatkan perkembangan kognitif, membangun sikap mandiri dan percaya diri  
157 jawaban

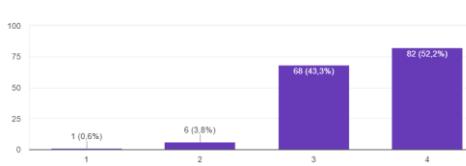


Seberapa tinggi minat anda, anak melakukan aktivitas rekreasi yang mampu meningkatkan kreatifitas dan edukasi untuk anak  
157 jawaban



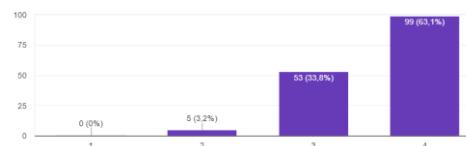
Ilustrasi layout kegiatan

157 jawaban



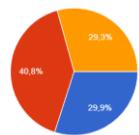
Letter Print Tee / Melukis dengan media baju

157 jawaban



Menurut anda, berapa biaya yang akan anda keluarkan untuk program rekreasi diatas?

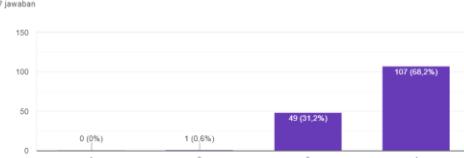
157 jawaban



Seberapa penting bagi anda, anak melakukan aktivitas yang mampu melatih sosialisasi anak  
157 jawaban

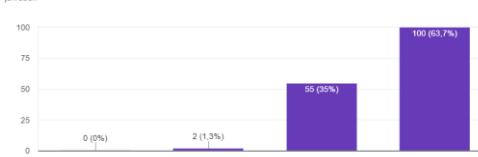


Kurangnya perhatian dan waktu terhadap anak, menjadikan anak sering merasa bosan dan kurang bonding dengan anak  
157 jawaban



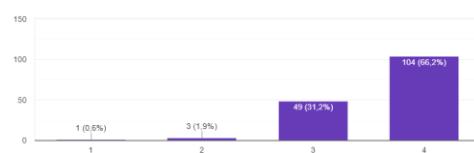
Aktivitas Clay Play / bermain tanah liat

157 jawaban



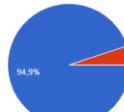
Sand And Glue Art / kerajinan melukis dengan media pasir silika

157 jawaban



Apakah kegiatan rekreasi diatas dapat memenuhi kebutuhan anak anda?

157 jawaban



● Ya

● Tidak



### 3. UJI VALIDITAS

Responden	Customer Needs				Product Market Fit				
	X1	x3	x4	Jumlah	x1	x3	x4	x5	Jumlah
1	4	4	3	11	2	3	3	3	11
2	3	3	3	9	3	4	4	4	15
3	4	4	4	12	4	4	4	4	16
4	4	3	4	11	3	4	4	4	15
5	4	4	4	12	4	4	4	4	16
6	4	4	4	12	3	4	4	3	14
7	4	3	4	11	3	4	4	4	15
8	4	4	4	12	4	4	4	4	16
9	3	3	4	10	3	3	4	3	13
10	4	4	4	12	4	4	4	4	16
11	4	4	4	12	4	4	4	4	16
12	4	4	4	12	4	4	4	4	16
13	4	4	3	11	3	3	3	4	13
14	4	4	4	12	4	4	4	4	16
15	3	3	4	10	3	3	4	3	13
16	3	3	4	10	3	3	3	3	12
17	4	4	4	12	3	4	4	4	15
18	3	3	3	9	3	3	4	3	13
19	4	4	4	12	3	4	4	4	15
20	3	3	3	9	3	3	2	3	11
21	4	4	4	12	3	4	4	4	15
22	3	3	2	8	3	4	3	3	13
23	4	4	4	12	3	3	4	3	13
24	4	4	4	12	4	4	4	4	16
25	4	4	4	12	3	4	4	4	15
26	3	3	4	10	3	3	4	3	13
27	4	4	4	12	4	4	4	4	16
28	4	4	4	12	3	3	4	4	14
29	3	3	3	9	3	3	3	4	13
30	3	4	3	10	3	3	4	3	13
R value	0,913664385	0,83791	0,76767		0,47312	0,49454	0,54323	0,55861	
R table	0,361	0,361	0,361		0,361	0,361	0,361	0,361	
Valid/Tidak	VALID	VALID	VALID		VALID	VALID	VALID	VALID	

Varin Total	1,58621	Varin Total	2,47816
Varian butir	0,229885057	0,24023	0,28621
Cronbach alpha	0,697584541	0,75632	0,27126
		0,24828	0,25402
		0,24023	1,01379
		0,73864	

#### 4. LEMBAR BIMBINGAN



Screenshot of a web-based assignment dashboard titled "Bimbingan Tugas Akhir - Daftar". The URL is [siakad.poltekpar-nhi.ac.id/siakad/list\\_bimbingan/5681](https://siakad.poltekpar-nhi.ac.id/siakad/list_bimbingan/5681). The dashboard shows student information and a list of bimbingan sessions.

No	Tanggal	Dosen Pembimbing	Topik	Disetujui	Aksi
1	4 Juni 2024	Mega Aldora, SST.Par, MM	Bab 2, Bab 4, Bab 5 dan kuesioner	✓	
1	4 Juni 2024	Hari Ristanto, BBA.,M.Sc	Bab 2, Bab 4, Bab 5 dan kuesioner	✓	
2	10 Juni 2024	Hari Ristanto, BBA.,M.Sc	Bab 1, 2, 4, dan olah data kuesioner	✓	
2	10 Juni 2024	Mega Aldora, SST.Par, MM	Bab 1, Bab 2, bab 4 dan olah data kuesioner	✓	
3	11 Juni 2024	Hari Ristanto, BBA.,M.Sc	Bab 2 dan Bab 3	✓	
3	11 Juni 2024	Mega Aldora, SST.Par, MM	Bab 2 dan Bab 3	✓	
4	12 Juni 2024	Mega Aldora, SST.Par, MM	Bab 1, 2, 3,4 ( teknik penulisan ) dan olah data kuesioner	✓	
4	12 Juni 2024	Hari Ristanto, BBA.,M.Sc	Bab 1, 2, 3,4 ( teknik penulisan ) dan olah data kuesioner	✓	

Bottom status bar: 00:35, 24/06/2024

#### 5. TURNITIN



Screenshot of a Turnitin report for a document titled "TA FINAL\_TANTI INTAN PRATIWI\_2020310023\_ART LAB.docx". The report shows a similarity score of 10%.

Match Overview: 10%

Rank	Source	Percentage
1	repository.stp-bandung...	2%
2	text-id.123dok.com	1%
3	www.coursehero.com	<1%
4	Submitted to Surabaya ...	<1%
5	123dok.com	<1%
6	ryosaeba.wordpress.co...	<1%

Page: 1 of 59 Word Count: 9431 Text-Only Report High Resolution On 00:34 24/06/2024

## 6. BIODATA



### TANTI INTAN PRATIWI

Bandung, West Java, Indonesia

Phone: +6289636834129

Email: [tantiintan2019@gmail.com](mailto:tantiintan2019@gmail.com)

Birthday: Bandung, March 09 2001

Height: 155 cm | Weight: 45 kg

#### SUMMARY

I am an active final semester student from Leisure & Recreation Management at Bandung Tourism Polytechnic (NHI). I have learned about management, Finance, human resources, guest satisfaction, business, marketing, activity, and operations in the Tourism, Leisure, & Recreation industries.

#### EXPERIENCE

**DAGO DREAMPARK – Bandung, Indonesia**  
Marketing Trainee (July 2023 – January 2024)

**KEMIT FOREST EDUCATION – Central Java, Indonesia**  
Research Project Business Development Intern (February 2023 – July 2023)

**NUART SCULPTURE PARK – Bandung, Indonesia**  
Exhibition Assistant (May 2022 – June 2022)

**FLOATING MARKET – Bandung, Indonesia**  
Ticketing Checker (October 2021 – December 2021)

#### EDUCATION

**POLITEKNIK PARIWISATA NHI BANDUNG (2020 - 2024)**  
Applied Bachelor of Leisure & Recreation Management

#### SKILLS

##### HARD SKILLS

- Computer Skill
- Microsoft Excel
- Financial Planning
- Knowledge of digital tools

##### SOFT SKILLS

- Flexibility
- Team Working
- Adaptability
- Responsibility

#### CONSCIOUS OF

GOERS System

#### LANGUAGE

- Indonesia
- English

#### ORGANIZATION EXPERIENCE

**PPNHIB BROWNERS ( TOURISM DEPARTMENT )**  
EVENT (JULY 2021 – JUNE 2022)

#### PROJECT

- FORUM BISNIS PARIWISATA (FBP) COMMITTEE AT NHI BANDUNG TOURISM POLYTECHNIC (MAY – JUNE 2022)
- TEAM LEADER AT FIELD PROJECT STUDY (STUDENT TOURISM REASEARCH) FOR BUSINESS UNIT DEVELOPMENT PLAN AT KEMIT FOREST EDUCATION