

**PROYEK AKHIR**  
**RENCANA BISNIS “MISSION QUEST: ETERNA BOND”**

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



**Disusun Oleh:**

**MAURADIVA SACHIA PUTRI S**

**2021310006**

**JURUSAN KEPARIWISATAAN**

**PROGRAM STUDI PENGELOLAAN USAHA REKREASI**

**POLITEKNIK PARIWISATA NHI BANDUNG**

**BANDUNG**

**2025**

***MISSION QUEST***



**ETERNA BOND**

## PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : MAURADIVA SACHIA PUTRI  
Tempat/Tanggal Lahir : BANDUNG/ 09 FEBRUARI 2003  
NIM : 2021310006  
Program Studi : PENGELOLAAN USAHA REKREASI  
Jurusan : KEPARIWISATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir/Proyek Akhir yang berjudul:  
**RENCANA BISNIS "MISSION QUEST: ETERNA BOND"**  
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 2025

Yang membuat pernyataan,

(Mauradiva Sachia Putri)

# LEMBAR PENGESAHAN

RENCANA BISNIS "*Mission Quest: Eterna Bond*"

NAMA : MAURADIVA SACHIA PUTRI  
NIM : 2021310006  
JURUSAN : KEPARIWISATAAN  
PROGRAM STUDI : PENGELOLAAN USAHA REKREASI

Pembimbing Utama,



Drs. Asep Rosadi, M.AP.

NIP : 19630717 199903 1 001

Pembimbing Pendamping,



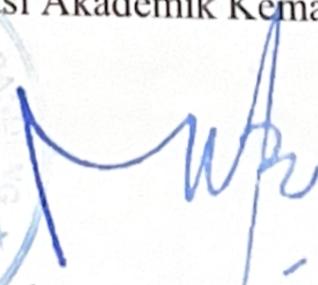
Dr. Beta Budisetyorini, A.Par., M.Sc.

NIP : 19720119 200212 2 001

Bandung, 17 Juni 2025

Mengetahui,

Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerjasama,



Ni Gusti Made Kerti Utami, BA., MM. Par., CHE.

NIP : 19710316 199603 2 001

## LEMBAR PENGESAHAN

### RENCANA BISNIS "MISSION QUEST: ETERNA BOND"

NAMA : Mauradiva Sachia Putri  
NIM : 2021310006  
PROGRAM STUDI : Pengelolaan Usaha Rekreasi

Pembimbing Utama,  

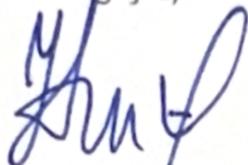

**Drs. Asep Rosadi, M.AP.**  
NIP : 19630717 199903 1 001

Pembimbing Pendamping,



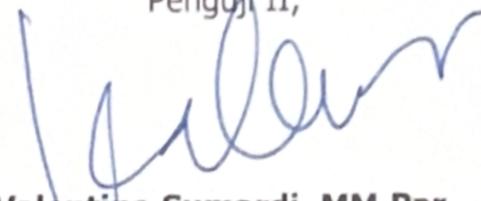
**Dr. Beta Budisetyorini, M.Sc.**  
NIP 19720119 200212 2 001

Penguji I,



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

Penguji II,

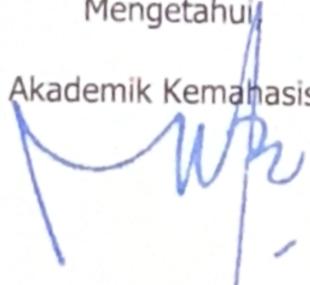


**Valentino Sumardi, MM.Par.**  
NIP. 19720807 200312 1 001

Bandung, 4 Agustus 2025

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 Pariwisata NHI Bandung


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

## KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan yang maha esa sehingga penulis berhasil menyelesaikan Proyek Akhir berupa Rencana Bisnis ini sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan Studi Program Diploma IV semester akhir pada program studi Pengelolaan Usaha Rekreasi dan jurusan Kepariwisata. Rencana bisnis ini merupakan awal dari rencana bisnis yang akan dirancang sebagai Proyek Akhir sebagai implementasi studi yang selama ini telah dilaksanakan selama delapan semester lamanya di program studi Pengelolaan Usaha Rekreasi Politeknik Pariwisata NHI Bandung.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan rencana bisnis ini, tidak terlepas dari bantuan, dukungan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Untuk itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr Anwari Masatip, CEE selaku Ketua Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
2. Ibu Endah Trihayuningtyas, S.Sos., MM. Par, selaku Ketua Jurusan Kepariwisata Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
3. Bapak Dicky Arsyul Salam, S.Par., M.Sc. selaku Ketua Program Studi Pengelolaan Usaha Rekreasi.
4. Bapak Drs. Asep Rosadi, M.AP. sebagai Dosen Pembimbing Utama dalam penyusunan usulan Rencana Bisnis ini.
5. Ibu Dr. Beta Budisetyorini, A.Par., M.Sc. sebagai Dosen Pembimbing Pendamping dalam penyusunan usulan Rencana Bisnis ini.
6. Ibu Ira Noorfitria Kusuma Wardhany dan Bapak Mikhael Mestro Mastrovivo Sebayang, selaku kedua orang tua, Ibu Moniq serta seluruh keluarga yang selalu turut serta memberi dukungan kepada penulis ketika penyusunan proposal rencana bisnis ini.
7. Sahabat-sahabat penulis yang senantiasa memberikan bantuan kepada penulis ketika penyusunan proposal rencana bisnis ini.
8. Teman-teman MBWTOBAE selaku teman seperjuangan dan keluarga besar Program Studi Pengelolaan Usaha Rekreasi

Harapan penulis, semoga Rencana Bisnis ini dapat diterima dan menjadi dasar untuk melanjutkan perancangan rencana bisnis lebih lanjut. Kritik, saran dan masukan yang membangun sangat diharapkan untuk perbaikan di masa yang akan datang. Semoga rencana bisnis ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca serta pihak-pihak yang membutuhkan.

Bandung, 19 Juni 2025

Mauradiva Sachia Putri S

## EXECUTIVE SUMMARY

CV. ETERNA BOND adalah perusahaan yang bergerak di bidang hiburan edukatif dan pariwisata berbasis pengalaman (*experiential tourism*), dengan fokus pada penguatan hubungan pasangan dan keluarga. Melalui aktivitas interaktif dan reflektif, perusahaan ini mendorong komunikasi, kepercayaan, dan kedekatan emosional antar peserta. Terdapat lima program utama, dengan produk unggulan *Mission Quest: Eterna Bond*—sebuah *escape room* outdoor kolaboratif di alam terbuka. Program ini berlokasi eksklusif di *Orchid Forest Cikole*, Lembang—taman anggrek terbesar di Indonesia yang juga merupakan kawasan hutan lindung seluas 12 hektar. Dengan dukungan fasilitas ekowisata seperti jembatan gantung, *Orchid House*, dan area *outbound*, lokasi ini mendukung konsep konservasi sekaligus menciptakan pengalaman emosional yang kuat dalam suasana alam yang menenangkan.

*Mission Quest: Eterna Bond* menawarkan lima aktivitas utama: *Mission Quest Experience*, *Couple Journey Program*, *Mission Quest Retreat*, *Customized Private Quest*, dan *Guided Reflection Session*. CV. ETERNA BOND mengembangkan *Mission Quest: Eterna Bond* sebagai usaha hiburan kreatif (KBLI 9009) sekaligus usaha pariwisata sesuai UU No. 10 Tahun 2009. Program ini menggabungkan permainan interaktif dengan pendekatan emosional dalam setting alam yang imersif, menjadikannya bagian dari wisata minat khusus berbasis pengalaman.

*Mission Quest: Eterna Bond* menargetkan tiga segmen utama, yaitu pasangan menikah tanpa anak yang ingin mempererat hubungan setelah kualitasnya menurun, pasangan muda belum menikah (*Gen Z* dan *Milenial*) yang mencari pengalaman *couple bonding* yang unik dan berbeda dari aktivitas konvensional, serta keluarga dengan anak di mana tantangan bersama memperkuat ikatan emosional antaranggota keluarga.

## EXECUTIVE SUMMARY

Dengan total investasi sebesar Rp531.403.000, yang didanai 60% dari modal pribadi dan 40% dari pinjaman bank, proyek ini memiliki *discounted payback period* selama 3 tahun 7 bulan dan menghasilkan *Internal Rate of Ratio* sebesar 39,27%. Untuk mencapai titik impas, dibutuhkan pendapatan minimal sebesar Rp1.148.345.647 pada tahun pertama.

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>EXECUTIVE SUMMARY.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>DESKRIPSI BISNIS .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Bisnis .....	1
B. Gambaran Umum Bisnis .....	3
C. Visi dan Misi .....	8
D. Industry Analysis.....	9
E. Gambaran Umum Produk dan Jasa .....	11
F. Jenis/Badan Usaha .....	14
G. Aspek Legalitas.....	16
<b>BAB II .....</b>	<b>17</b>
<b>RENCANA PRODUK/JASA.....</b>	<b>17</b>
A. Daftar dan Deskripsi Produk/Jasa.....	17
B. Alasan dan Keunggulan Produk/Jasa .....	26
C. Penyajian dan Kemasan Produk/Jasa .....	33
D. Analisa Resources .....	37
E. Analisa Proses Produk/Jasa .....	41
F. Inventory System .....	43
G. Supply Chain.....	44
<b>BAB III.....</b>	<b>47</b>
<b>RENCANA PEMASARAN .....</b>	<b>47</b>
A. Riset Pasar.....	47
B. Analisa Product-Market Fit.....	57
C. Analisa Kompetitor .....	59
D. Program Pemasaran.....	60
E. Media Pemasaran .....	61

F. Proyeksi Penjualan .....	62
<b>BAB IV .....</b>	<b>63</b>
<b>ASPEK SDM DAN OPERATIONAL .....</b>	<b>63</b>
A. Identitas Owners/Founders .....	63
B. Struktur Organisasi.....	64
C. Job Analysis dan Job Description.....	64
D. Manning Budget/Anggaran Tenaga Kerja.....	70
E. Recruitment and Hiring Procedure .....	71
F. <i>Service Scape</i> (Layout, Flow, SOP) .....	73
G. Action Plan and Report .....	79
<b>BAB V.....</b>	<b>81</b>
<b>ASPEK KEUANGAN .....</b>	<b>81</b>
A. Metode Pencatatan Akuntansi .....	81
B. Capital Expenditure ( <i>Identifikasi Initial Investment</i> ) .....	81
C. Time Value of Money (Nilai Waktu Uang).....	84
D. Pendanaan Investasi .....	85
E. Penentuan Titik Impas, dan Laba yang diharapkan.....	86
F. Identifikasi Cash Inflow and Outflow .....	88
G. Metode Penilaian Investasi ( <i>Capital Budgeting</i> ).....	93
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>95</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	

## DAFTAR TABEL

Table 2. 1 Analisis Service Package.....	35
Table 2. 2 Analisis Resources .....	37
Table 2. 3 Analisis Customer Journey Mapping .....	42
Table 2. 4 Supply Chain .....	46
Table 3 1 Analisis Segmentasi .....	53
Table 3 2 Positioning Statement.....	56
Table 3 3 Analisis Kompetitor .....	59
Table 3 4 Analisis Program Pemasaran.....	60
Table 3 5 Analisis Media Pemasaran .....	61
Table 3 6 Proyeksi Penjualan .....	62
Table 4. 1 Manning Budget.....	70
Table 4. 2 SOP .....	76
Table 4. 3 Action Plan.....	79
Table 5. 1 Tangible Investment .....	82
Table 5. 2 Intangible Investment.....	83
Table 5. 3 Working Capital .....	84
Table 5. 4 Pendanaan Investasi .....	85
Table 5. 5 Loan Installment's Schedule .....	85
Table 5. 6 Variable Cost.....	86
Table 5. 7 Fixed Cost .....	87
Table 5. 8 Break Even Point.....	88
Table 5. 9 Revenue Breakdown.....	89
Table 5. 10 Operating Expense .....	90
Table 5. 11 Income Statement .....	91
Table 5. 12 Cash Flow.....	92
Table 5. 13 Net Present Value.....	93
Table 5. 14 Internal Rate of Return.....	94
Table 5. 15 Discounted Payback Periode .....	94

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 1 Logo Bisnis.....	8
Gambar 1 2 Analisis 5 Force of Porter .....	11
Gambar 2. 1 Ilustrasi <i>Mission Quest Experience</i> .....	19
Gambar 2. 2 Ilustrasi Couple Journey Program.....	21
Gambar 2. 3 Pilihan Level.....	22
Gambar 2. 4 Ilustrasi <i>Mission Quest Retreat</i> .....	23
Gambar 2. 5 Ilustrasi Customized Private Quest.....	24
Gambar 2. 6 Ilustrasi <i>Guided Reflection Session</i> .....	25
Gambar 2. 7 Service Package.....	33
Gambar 3. 1 Frekuensi melakukan aktivitas rekreasi bersama keluarga/pasangan.....	47
Gambar 3. 2 Hasil Lokasi yang biasanya di Datangi.....	48
Gambar 3. 3 Hasil Aktivitas yang Paling Disukai .....	48
Gambar 3. 4 Hasil Ketertarikan.....	49
Gambar 3. 5 Hasil tipe Aktivitas yang Diharapkan .....	49
Gambar 3. 6 Hasil Durasi Ideal .....	50
Gambar 3. 7 Hasil Biaya yang Bersedia Dikeluarkan .....	50
Gambar 3. 8 TAM SAM SOM .....	54
Gambar 3. 9 Analisis Javelin Experiment Board.....	58
Gambar 4 1 Foto Owner .....	63
Gambar 4 2 Struktur Organisasi .....	64
Gambar 4 3 Layout.....	73
Gambar 4 4 Lean Management System.....	74

## DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. (2022). *Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas) 2022*. Jakarta: BPS.
- Badan Pusat Statistik. (2023). *Statistik Indonesia 2023*. Jakarta: BPS.
- Badan Pusat Statistik. (2024). *Statistik Indonesia 2024*. Jakarta: BPS.
- Chopra, S., & Meindl, P. (2016). *Supply chain management: Strategy, planning, and operation* (6th ed.). Pearson Education.
- Dessler, G. (2020). *Human resource management* (16th ed.). Pearson.
- Escape Room Geeks Team. (2023). *How Long Should an Escape Room Be? Tips for Designing the Perfect Experience*. <https://escaperoomgeeks.com/how-long-should-an-escape-room-be/>
- Fitzsimmons, J. A., & Fitzsimmons, M. J. (2013). *Service management: Operations, strategy, information technology* (8th ed.). McGraw-Hill Education.
- Gittinger, J. Price. (1982). *Economic Analysis of Agricultural Projects (2nd ed.)*. The Johns Hopkins University Press.
- Handlogten, E. (1997). *Staffing management*. Wiley.  
(Catatan: Pastikan informasi penerbit sesuai edisi yang Anda gunakan)
- Heizer, J., & Render, B. (2017). *Operations Management* (11th ed.). Pearson Education.
- Horngren, C. T., Datar, S. M., & Rajan, M. V. (2014). *Cost Accounting: A Managerial Emphasis* (15th ed.). Pearson.
- Kolb, D. A. (2014). *Experiential learning: Experience as the source of learning and development*. FT press.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (1996). *Principles of marketing* (7th ed.). Prentice Hall.

## DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing* (16th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). *Determining Sample Size for Research Activities. Educational and Psychological Measurement*, 30, 607–610.
- Lauterborn, B. (1990). *The 4 C's of marketing: Consumer wants and needs, cost to satisfy, convenience to buy, and communication. Advertising Age*, 61(41), 26.
- McKinsey & Company. (2021). *The Future of Experience: How Gen Z and Millennials Are Shaping Demand*.
- Nicholson, S. (2015). *Peeking Behind the Locked Door: A Survey of Escape Room Facilities*. <http://scottnicholson.com/pubs/erfacwhite.pdf>
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business model generation: A handbook for visionaries, game changers, and challengers*. John Wiley & Sons.
- Owens, T., & Ng, G. (2011). *Javelin Experiment Board*. Javelin. Retrieved from <https://javelin.io>
- Porter, M. E. (2008). *The Five Competitive Forces That Shape Strategy*. Harvard Business Review.
- Richardson, A. (2010). *Using customer journey maps to improve customer experience. Harvard Business Review*. <https://hbr.org/2010/11/using-customer-journey-maps-to>
- Ries, A., & Trout, J. (2001). *Positioning: The Battle for Your Mind*.
- Slack, N., Brandon-Jones, A., & Burgess, N. (2016). *Operations Management* (8th ed.). Pearson.

## DAFTAR PUSTAKA

- Smith, W. L. (2006). *Experiential tourism around the world and at home: definitions and standards*. *International Journal of Services and Standards*, 2(1), 1-14.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Survey Experiment Displayr. (2023). *How many respondents do you need for your survey or experiment?* <https://www.displayr.com>
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran (Edisi 3)*.
- Werner, J. M., & DeSimone, R. L. (2012). *Human Resource Development (6th ed.)*. Cengage Learning.
- Wijaya, H., & Sirine, H. (2016). *Strategi Segmenting, Targeting, Positioning Serta Strategi Harga Pada Perusahaan Kecap*.
- Womack, J. P., & Jones, D. T. (2003). *Lean thinking: Banish waste and create wealth in your corporation (2nd ed.)*.