

RENCANA BISNIS "TIPANG TALES"

PROYEK AKHIR

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat
Dalam menempuh studi pada
Program Diploma IV**



Oleh :

HOSYANA FRICILIA LUMBANTORUAN
Nomor Induk : 2021310021

**JURUSAN KEPARIWISATAAN
PROGRAM STUDI
PENGELOLAAN USAHA REKREASI**

**POLITEKNIK PARIWISATA NHI
BANDUNG**

2025

RENCANA BISNIS “TIPANG TALES”

PROGRAM AKTIVITAS WISATA BUDAYA
DI DESA WISATA TIPANG, SUMATERA UTARA



Hosyana Fricilia Lumbantoruan
2021310021

Pengelolaan Usaha Rekreasi
Politeknik Pariwisata NHI Bandung

LEMBAR PERNYATAAN

SURAT PERNYATAAN

PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Hosyana Fricilia Lumbantoruan
Tempat/Tanggal Lahir : Medan/14 April 2003
NIM : 2021310021
Program Studi : Pengelolaan Usaha Rekreasi
Jurusan : Kepariwisataaan

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir/Proyek Akhir yang berjudul:
Rencana Bisnis "Tipang Tales"
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, 19 Juni 2025

Yang membuat pernyataan,



Hosyana Fricilia Lumbantoruan
NIM. 2021310021

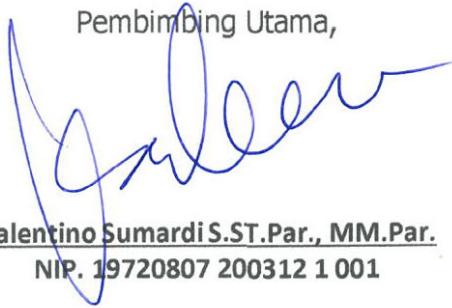
LEMBAR PENGESAHAN

PROYEK AKHIR

Rencana Bisnis "Tipang Tales"

NAMA : Hosyana Fricilia Lumbantoruan
NIM : 2021310021
JURUSAN : Kepariwisataaan
PROGRAM STUDI : Pengelolaan Usaha Rekreasi

Pembimbing Utama,



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

Pembimbing Pendamping,



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

Bandung, 18 Juni 2025

Mengetahui,

Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerjasama,



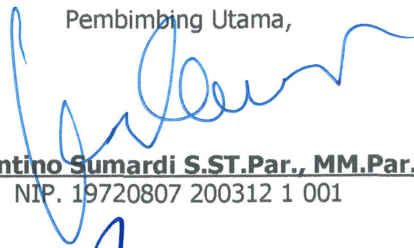
Ni Gusti Made Kerti Utami, BA., MM.Par., CHE.
NIP. 19710316 199603 2 001

LEMBAR PENGESAHAN

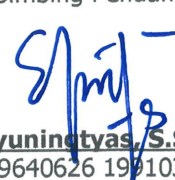
PROYEK AKHIR
RENCANA BISNIS "TIPANG TALES"

NAMA : HOSYANA FRICILIA LUMBANTORUAN
NIM : 2021310021
JURUSAN : KEPARIWISATAAN
PROGRAM STUDI : PENGELOLAAN USAHA REKREASI

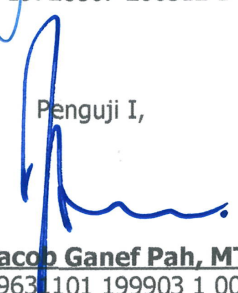
Pembimbing Utama,


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

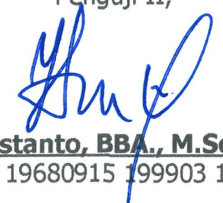
Pembimbing Pendamping,


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

Penguji I,


Drs. Jacob Ganef Pah, MT.
NIP. 19631101 199903 1 001

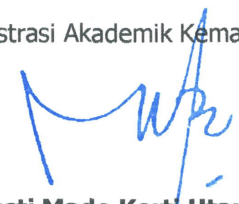
Penguji II,


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

Bandung, 01 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 2000212 1 001

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Proyek Akhir dengan judul Rencana Bisnis “Tipang Tales”. Penulisan Proyek Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program pendidikan dan memperoleh gelar Diploma IV setelah menempuh pendidikan selama 4 tahun di Politeknik Pariwisata NHI Bandung, program studi Pengelolaan Usaha Rekreasi.

Penulis menyadari bahwa Proyek Akhir ini tidak akan terselesaikan tanpa dukungan, bimbingan, dan arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Anwari Masatip, MM. Par., CEE selaku Direktur Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
2. Ibu Ni Gusti Made Kerti Utami, B.A., M.M. Par., CHE selaku Kepala Bagian Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Endah Trihayuningtyas, S.Sos., MM.Par selaku Ketua Jurusan Kepariwisataan sekaligus Dosen Pembimbing Pendamping dari penulis.
4. Bapak Dicky Arsyul Salam, S.Par., M.Sc selaku Ketua Program Studi Pengelolaan Usaha Rekreasi.
5. Bapak Valentino Sumardi S.ST.Par., MM.Par. selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam penyusunan Proyek Akhir ini.



- 
6. Bapak Bayu selaku Pengelola Desa Pentingsari, Bapak Juanda Sihombing selaku Kepala Desa Tipang, serta perangkat dan komunitas Desa Tipang yang telah bersedia membantu dan menjadi narasumber wawancara bersama penulis.
 7. Orang Tua dan Keluarga Besar, yang senantiasa memberikan dukungan dan kekuatan bagi penulis.
 8. Teman-teman PUR 2021, yang turut memberikan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan Proyek Akhir ini.

Penulis menyadari bahwa Proyek Akhir ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, saran dan kritik sangat diharapkan dalam penyempurnaannya. Akhir kata, penulis berharap semoga Proyek Akhir Rencana Bisnis ini dapat menjadi bekal yang berharga untuk perancangan rencana bisnis di masa depan.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
EXECUTIVE SUMMARY	xv
BAB I DESKRIPSI BISNIS.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Gambaran Umum Bisnis	3
C. Visi dan Misi.....	9
D. SWOT Analysis	10
E. Gambaran Umum Produk dan Jasa	15
F. Jenis/ Badan Usaha.....	19
G. Aspek Legalitas	22
BAB II RENCANA PRODUK/ JASA.....	25
A. Daftar dan Deskripsi Produk/ Jasa	25
B. Alasan dan Keunggulan Produk/ Jasa	40
C. Penyajian dan Kemasan Produk/ Jasa	42

D. Analisa Resources	47
E. Analisa Proses Produk/ Jasa	50
F. Inventory System	51
G. Supply Chain.....	53
BAB III RENCANA PEMASARAN	54
A. Riset Pasar	54
B. Analisa Produk - <i>Market Fit</i>	73
C. Analisa Kompetitor	75
D. Program Pemasaran.....	77
E. Media Pemasaran	83
F. Proyeksi Penjualan	86
BAB IV ASPEK SDM DAN OPERASIONAL	88
A. Identitas <i>Owners/ Founders</i>	88
B. Struktur Organisasi.....	89
C. <i>Job Analysis</i> dan <i>Job Description</i>	90
D. <i>Manning Budget/ Anggaran</i> Tenaga Kerja	102
E. <i>Recruitment & Hiring Procedure</i>	104
F. Service Scape (Layout, Flow, SOP).....	108
G. Action Plan & Report	114
BAB V ASPEK KEUANGAN	117
A. Metode Pencatatan Akuntansi.....	117
B. Capital Expenditure (Identifikasi Initial Investment).....	117
C. Time Value of Money	128



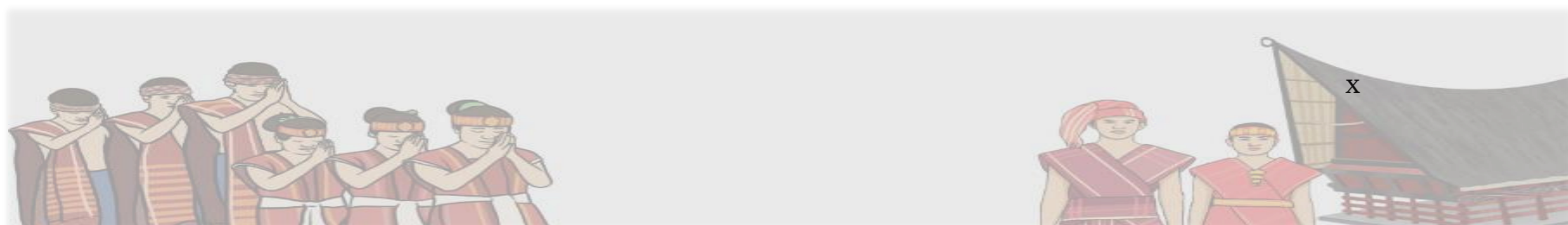
D. Pendanaan Investasi	130
E. Identifikasi Cash Inflow & Outflow	132
F. Penentuan Titik Impas dan Laba yang Diharapkan	139
G. Metode Penilaian Investasi (Capital Budgeting)	143
DAFTAR PUSTAKA	145
LAMPIRAN	147





DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Itinerary Program Tipang Tales	45
Tabel 2.2 Service Blueprint Tipang Tales.....	51
Tabel 2.3 Inventory List Tipang Tales.....	52
Tabel 2.4 Supply Chain Tipang Tales.....	53
Tabel 3.1 Segmentasi Pasar Tipang Tales.....	66
Tabel 3.2 TAM SAM SOM.....	70
Tabel 3.3 Javelin Board Tipang Tales	74
Tabel 3.4 Analisa Kompetitor	76
Tabel 3.5 Proyeksi Penjualan Tipang Tales	87
Tabel 4.1 Anggaran Tenaga Kerja Tetap	104
Tabel 4.2 Anggaran Tenaga Kerja Project Based.....	104
Tabel 5.1 Tangible Investment	119
Tabel 5.2 Intangible Investment	125
Tabel 5.3 Working Capital	126
Tabel 5.4 Total Investasi	130
Tabel 5.5 Loan Installment Schedule.....	132
Tabel 5.6 Revenue Breakdown.....	133
Tabel 5.7 Operating Budget	136



Tabel 5.9 Variable Cost 140

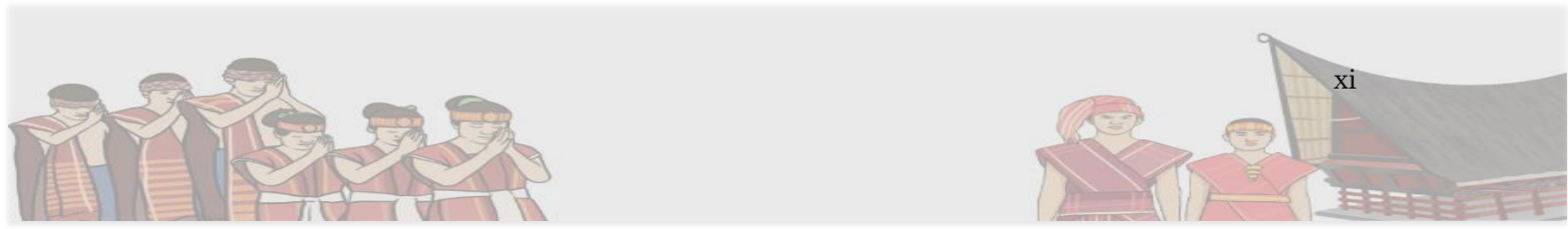
Tabel 5.10 Fixed Cost 141

Tabel 5.11 Break Even Point..... 142

Tabel 5.12 Net Present Value 143

Tabel 5.13 Internal Rate of Return 144

Tabel 5.14 Discounted Payback Period 144



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Outlook Pariwisata dan Ekonomi Kreatif 2024/2025.....	1
Gambar 1.2 Cultural Tourism Market Sumber : Future Market Insights, 2025.....	2
Gambar 1.3 Logo Tipang Tales	7
Gambar 1.4 Porter’s Five Forces Sumber : Michael E. Porter, 1979	11
Gambar 2.2 Hasil Kuesioner Jumlah Peserta	27
Gambar 2.3 Hasil Kuesioner Harga Program.....	27
Gambar 2.4 Homestay Warga Tipang	28
Gambar 2.5 Menenun Ulos & Menganyam Baion	29
Gambar 2.6 Kuliner Tradisional Tipang	30
Gambar 2.7 Situs Desa Tipang	33
Gambar 2.8 Sanggar Dalloid Tipang	34
Gambar 2.9 Permainan Tradisional : Margala	35
Gambar 2.10 Api Unggun.....	36
Gambar 2.11 Bus Pariwisata Medium	37
Gambar 2.12 Dokumentasi Foto & Video	37
Gambar 2.13 Hasil Kuesioner Dokumentasi Foto/ Video	38
Gambar 2.14 Suvenir Program Tipang Tales	39
Gambar 2.15 Hasil Kuesioner Jenis Suvenir Yang Diinginkan	40

Gambar 3.1 Hasil Kuesioner Data Demografi	55
Gambar 3.2 Hasil Kuesioner Domisili	56
Gambar 3.3 Hasil Kuesioner Pekerjaan	56
Gambar 3.4 Hasil Kuesioner Frekuensi Perjalanan Wisata	57
Gambar 3.5 Hasil Kuesioner Frekuensi Perjalanan Wisata Budaya.....	58
Gambar 3.6 Hasil Kuesioner Jenis Wisata Paling Sering Dikunjungi.....	58
Gambar 3.7 Hasil Kuesioner Motivasi Berkunjung	59
Gambar 3.8 Hasil Kuesioner Aspek yang Paling Dinikmati saat Berwisata Budaya	60
Gambar 3.9 Hasil Kuesioner Kepuasan Berwisata Budaya	60
Gambar 3.10 Hasil Kuesioner Pengeluaran Berwisata Budaya	61
Gambar 3.11 Hasil Kuesioner Keinginan Posting Foto/ Video saat Berwisata Budaya	62
Gambar 3.12 Hasil Kuesioner Media Iklan yang Paling Mempengaruhi	62
Gambar 3.13 Hasil Kuesioner Metode Pemesanan	63
Gambar 3.14 Hasil Kuesioner Ketertarikan Membeli Produk Lokal	63
Gambar 3.15 Hasil Kuesioner Ketertarikan Memesan Program Tipang Tales	64
Gambar 3.16 Hasil Kuesioner Biaya yang Wajar untuk Program Tipang Tales...	65
Gambar 3.17 Product Life Cycle	70
Gambar 3.18 Positioning Tipang Tales.....	72

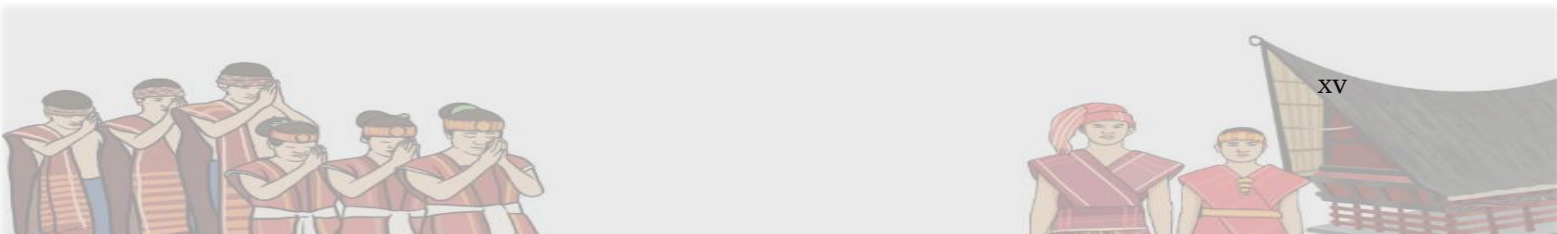
Gambar 3.19 Positioning Tipang Tales vs Competitors	73
Gambar 3.20 Hasil Kuesioner Kendala Saat Berwisata Budaya	75
Gambar 3.21 Hasil Kuesioner Merekomendasikan Kepada Orang Lain	80
Gambar 3.22 Hasil Kuesioner Tertarik Pada Program Loyalitas	86
Gambar 4.1 Foto Founder	88
Gambar 4.2 Struktur Organisasi	90
Gambar 4.3 Layout Homestay, Api Unggun dan Permainan.....	108
Gambar 4.4 Layout Area Demo Masak	109
Gambar 4.5 Layout Workshop	109
Gambar 4.6 Layout Sanggar Seni	110
Gambar 4.7 Layout Tur Desa Tipang	110

EXECUTIVE SUMMARY

CV. Kisah Nusantara Tour memperkenalkan "Tipang Tales", sebuah program wisata budaya imersif 3 hari 2 malam yang berlokasi di Desa Tipang, Humbang Hasundutan, Sumatera Utara. Desa Tipang, dengan luas 512,33 hektar dan populasi 2.156 jiwa, merupakan Geosite unik di kawasan Danau Toba yang mewarisi tradisi budaya yang tidak ditemukan di daerah lain di Kawasan Danau Toba.



Program ini dirancang sebagai jawaban atas kesenjangan pasar yang teridentifikasi, yaitu minimnya pengalaman wisata budaya yang benar-benar otentik, mendalam, interaktif, serta kendala seperti aktivitas yang kurang menarik, harga yang tidak sepadan, dan fasilitas pendukung yang dirasa kurang memadai pada tur wisata budaya sebelumnya. Tipang Tales hadir sebagai solusi, menjamin pengalaman budaya imersif, nilai yang melampaui harga, serta fasilitas yang dikelola secara profesional.





Hasil riset (Market Needs Assessment dengan 543 responden dan Market Test dengan 352 responden) secara konsisten memvalidasi daya tarik program. Pasar menunjukkan minat sangat tinggi pada wisata budaya otentik dan interaktif (86.7% tertarik/sangat tertarik), dengan motivasi utama untuk mempelajari sejarah dan tradisi lokal (49.5%). Profil target pasar adalah Gen Z dan Milenial dari Sumatera Utara, yang aktif di media sosial (72.6% terpengaruh iklan media sosial) dan sangat antusias berbagi pengalaman (82.9% ingin memposting). Program Tipang Tales dengan durasi 3 hari 2 malam dan jumlah 20 peserta per trip dianggap ideal oleh hampir 99% responden, dan harga Rp1.000.000 per orang dinilai sangat sesuai dengan pengalaman yang diberikan (96.6% responden). Dengan estimasi biaya operasional sebesar Rp575.189, maka margin keuntungannya berada pada kisaran 42,5%, sementara mark-up terhadap biaya operasional sebesar 73,9%.

Keunggulan Tipang Tales terletak pada keautentikan dan kedalaman pengalaman yang difasilitasi oleh interaksi langsung dengan komunitas lokal di homestay tradisional, fokus pada warisan Bona Pasogit Desa Tipang, serta nilai edukasi yang tinggi. Kades Tipang mengonfirmasi bahwa belum ada penyelenggara wisata budaya maupun biro perjalanan yang bekerja sama secara formal dengan desa ini, menegaskan posisi Tipang Tales sebagai pelopor. Model operasional didukung oleh tim internal profesional dan kemitraan kuat dengan mitra lokal (Penyedia Homestay, Pengrajin, Seniman, Juru Masak, Raja Bius/Tetua Desa, dll.) yang kesiapannya telah dikonfirmasi. SOP desa yang mengutamakan Keramahan, Kebersihan, dan Ketertiban juga mendukung kualitas pengalaman



Untuk memulai operasional, Tipang Tales membutuhkan total investasi awal diperkirakan sebesar Rp 398.035.780, yang mencakup investasi berwujud (Rp133.148.320), investasi tidak berwujud (Rp243.550.000), dan modal kerja satu bulan (Rp21.337.460). Proyeksi waktu balik modal (payback period) yaitu 3 tahun 3 bulan.

DAFTAR PUSTAKA

- Andreessen, M. (2007). *The Only Thing That Matters*. Diakses dari https://pmarchive.com/guide_to_startups_part4.html
- Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Utara. (2025). *Provinsi Sumatera Utara dalam Angka 2025 (Sumatera Utara Province in Figures 2025) (Vol. 53)*. Medan: BPS Provinsi Sumatera Utara. Diakses dari <https://sumut.bps.go.id>
- Dessler, G. (2020). *Human Resource Management (16th ed.)*. Pearson Education.
- Future Market Insights. (2025). *Cultural Tourism Market Outlook*. Diakses dari <https://www.futuremarketinsights.com>
- Goodwin, H. (2016). *Responsible Tourism: Using Tourism for Sustainable Development*.
- Horngren, C. T., Datar, S. M., & Rajan, M. V. (2020). *Cost Accounting: A Managerial Emphasis (16th ed.)*. Boston: Pearson.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2025). *Outlook Pariwisata dan Ekonomi Kreatif 2024/2025*. Diakses dari <https://kemenparekraf.go.id>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Principles of Marketing (17th ed.)*. Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Education Limited.
- Levitt, T. (1965). Exploit the Product Life Cycle. *Harvard Business Review*, 43(6), 81–94.
- Masterplan Desa. (2023). *Strategi Pemberdayaan Masyarakat dalam Pengembangan Desa Wisata*. Diakses dari <https://masterplandesawisata.id>
- Muljadi, A. (2009). *Kepariwisata dan Perjalanan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Peraturan Menteri Hukum dan HAM No. 17 Tahun 2018 tentang Pendaftaran Persekutuan Komanditer.
- Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor 4 Tahun 2014 tentang Standar Usaha Jasa Perjalanan Wisata.

- Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor 4 Tahun 2021 tentang Standar Kegiatan Usaha Pada Penyelenggaraan Perizinan Berusaha Berbasis Risiko Sektor Pariwisata.
- Peraturan Pemerintah No. 5 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Perizinan Berusaha Berbasis Risiko.
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (2019). *The Experience Economy: Competing for Customer Time, Attention, and Money* (Updated ed.). Harvard Business Review Press.
- Porter, M. E. (1979). *How Competitive Forces Shape Strategy*. Harvard Business Review.
- Rizaldi, A., Harahap, F., & Pambudi, D. (2021). Pengembangan Desa Wisata Berbasis Budaya: Pemberdayaan Masyarakat Menuju Pariwisata Berkelanjutan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(3), 215–226.
- Rossmann, J. R., & Schlatter, B. E. (2015). *Recreation Programming: Designing Leisure Experiences* (7th ed.). Sagamore Publishing.
- Sedarmayanti. (2017). *Manajemen sumber daya manusia*. Bandung: Refika Aditama.
- Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2014 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2004 tentang Jabatan Notaris.
- Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan.