

PROYEK AKHIR

**RENCANA BISNIS “*ALIVE TALE: EVERY LIGHT
TELLS A STORY*”**

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



Disusun Oleh :

DIVA MARSHANDA

Nomor Induk : 2021310009

JURUSAN KEPARIWISATAAN

PROGRAM STUDI PENGELOLAAN USAHA REKREASI

POLITEKNIK PARIWISATA NHI BANDUNG

2025

2025

BUSINESS PLAN
ALIVE TALE

Every Light Tells a Story



Presented By: Diva Marshanda

NIM: 2021310009

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Diva Marshanda
Tempat, Tanggal Lahir : Bandung, 7 Mei 2002
NIM : 2021310009
Jurusan : Kepariwisataaan
Program Studi : Pengelolaan Usaha Rekreasi (PUR)

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Proyek Akhir yang berjudul :

Rencana Bisnis "Alive Tale: Every Light Tells a Story"

Merupakan hasil karya dan penelitian saya sendiri, bukan hasil plagiat atau menjiplak karya orang lain, serta tidak dilakukan dengan cara-cara yang melanggar ketentuan akademik Politeknik Pariwisata NHI Bandung maupun etika dalam dunia keilmuan, kecuali atas bimbingan dan arahan dari Tim Pembimbing.

2. Dalam Tugas/Proyek Akhir ini tidak terdapat karya atau pendapat pihak lain yang telah ditulis atau dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah, disertai penyebutan sumber, nama pengarang, dan tercantum dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab. Jika di kemudian hari terbukti terdapat yang melanggar etika akademik, termasuk klaim bahwa karya ini bukan hasil keaslian saya, maka saya bersedia menerima sanksi akademik yang berlaku, termasuk pencabutan gelar yang telah diberikan oleh Politeknik Pariwisata NHI Bandung sesuai ketentuan hukum yang berlaku.
4. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya agar dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, 18 Juni 2025

Yang _____ aan,


METERAN
TEMPER
45AMX344371682

Divia Marshanda

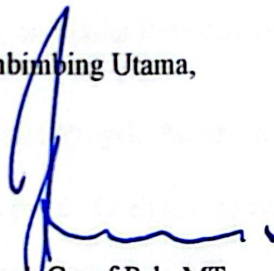
NIM. 2021310009

LEMBAR PENGESAHAN

RENCANA BISNIS "*Alive Tale: Every Light Tells a Story*"

NAMA : DIVA MARSHANDA
NIM : 2021310009
JURUSAN : KEPARIWISATAAN
PROGRAM STUDI : PENGELOLAAN USAHA REKREASI

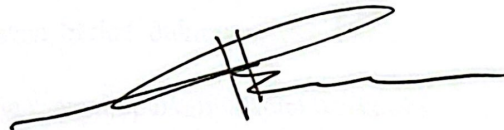
Pembimbing Utama,



Drs. Jacob Ganef Pah, MT.

NIP : 19631101 199903 1 001

Pembimbing Pendamping,



Dr., Drs. Herlan Suherlan, MM.

NIP : 19680127 199803 1 001

Bandung, 16 Juni 2025

Mengetahui,

Kabag, Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerjasama,



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

NIP : 19710316 199603 2 001

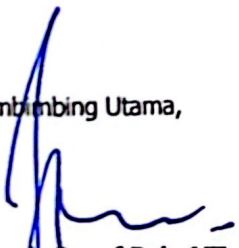
LEMBAR PENGESAHAN

PROYEK AKHIR

Rencana Bisnis *"ALIVE TALE : EVERY LIGHT TELLS A STORY"*

NAMA : DIVA MARSHANDA
NIM : 2021310009
PROGRAM STUDI : PENGELOLAAN USAHA REKREASI (PUR)

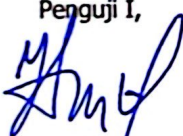
Pembimbing Utama,


Drs. Jacob Ganef Pah, MT.
NIP. 1963101 199903 1 001

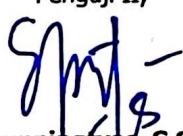
Pembimbing Pendamping,


Dr. Herlan Suherlan, MM.
NIP. 19680127 199803 1 001

Penguji I,


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

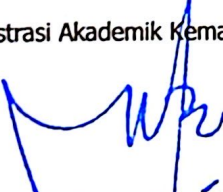
Penguji II,


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

Bandung, 4 Agustus 2025

Mengetahui,

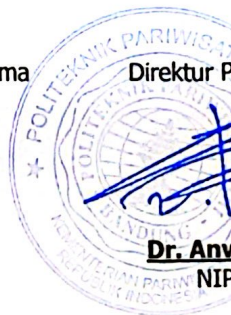
Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerja Sama


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 ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyusun dan menyelesaikan rencana bisnis ini yang berjudul “*Alive Tale: Every Light Tells a Story*” sebagai salah satu syarat dalam Menyelesaikan Program Diploma IV Program Studi Pengelolaan Usaha Rekreasi Politeknik Pariwisata NHI Bandung.

Penyusunan Proyek Akhir ini dapat terlaksana berkat dukungan dan bimbingan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar- besarnya kepada :

1. Orang tua dan Adik saya yang menjadi motivasi terbesar dalam hidup saya. Terima kasih atas Doa, dukungan, dan cinta kalian adalah sumber kekuatan dalam setiap langkah, termasuk dalam penyusunan Proyek Akhir ini. Tanpa restu dan semangat dari kalian, pencapaian ini tak akan seberarti ini.
2. Bapak Dr. Anwari Masatip, MM. Par, Selaku Direktur Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
3. Ibu Ni Gusti Made Kerti Utami, BA., MM.Par., CHE. Selaku Kepala Bagian Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerjasama.
4. Ibu Endah Trihayuningtyas, S.Sos., MM. Par. Selaku Ketua Jurusan Kepariwisataan Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
5. Bapak Dicky Arsyul Salam, S.Par., M.Sc. Selaku Ketua Program Studi Pengelolaan Usaha Rekreasi.
6. Drs. Jacob Ganef Pah, MT. Sebagai Dosen Pembimbing Utama dalam penyusunan Proyek Akhir ini.

7. Dr., Drs. Herlan Suherlan, MM. Sebagai Dosen Pembimbing Pendamping dalam penyusunan Proyek Akhir ini.
8. Seluruh Dosen Program Studi Pengelolaan Usaha Rekreasi yang telah memberikan ilmu dan pengalaman selama masa perkuliahan.
9. Sahabat yang sudah memberikan dukungan semangat dan motivasi kepada penulis, terima kasih kepada Putri Mufis, Juwita, Farah, Syilah, Nazhira Feby, Salmas, dan Saldap.
10. Sahabat seperjuangan perkuliahan di Program Studi Pengelolaan Usaha Rekreasi khususnya kepada Abdul, Shafa, Naila, Meisya, Khansa, Maura, Rara, Yemima, Naura, Shofi, Almer, Raihan, Ilham, Rubin, dan Rhimba, terima kasih atas kebersamaan, semangat, serta kontribusinya dalam berdiskusi, belajar, dan memberikan saran yang berarti dalam penyusunan proyek akhir ini. Perjalanan ini penuh tantangan, namun kehadiran kalian membuat segalanya terasa lebih ringan dan bermakna. Kalian bukan sekadar teman belajar, tapi juga teman tumbuh. Semoga persahabatan dan semangat kebersamaan ini terus hidup dalam langkah kita ke depan. Keberhasilan ini adalah buah dari perjuangan dan doa kita bersama.

Semoga proyek ini dapat memberikan kontribusi positif bagi industri pariwisata dan rekreasi, khususnya dalam pengembangan rencana bisnis yang inovatif.

Bandung, 28 Juli 2025

Penulis

DAFTAR ISI

PERNYATAAN.....	III
LEMBAR PENGESAHAN	IV
KATA PENGANTAR.....	VI
DAFTAR ISI.....	VIII
DAFTAR TABEL.....	X
DAFTAR GAMBAR.....	XII
EXECUTIVE SUMMARY	XIII
BAB I DESKRIPSI PRODUK	1
A. LATAR BELAKANG	1
B. Gambaran Umum Bisnis	3
C. Visi dan Misi.....	6
D. SWOT	7
E. Gambaran Umum Produk dan Jasa	10
F. Jenis/Badan Usaha	14
G. Aspek Legalitas	14
BAB II RENCANA PRODUK/JASA	17
A. Daftar dan Deskripsi Produk/Jasa.....	17
B. Alasan dan Keunggulan Produk/Jasa	24
C. Penyajian Kemasan Produk/Jasa	26
D. Analisa Resources	37
E. Analisa Proses Produk/Jasat	38
F. Inventory System.....	41
G. Supply Chain	42
BAB III RENCANA PEMASARAN	43
A. Riset Pasar	43
B. Analisa Produk – Market Fit	55
C. Analisa Competitor	59
D. Program Pemasaran	61
E. Media Pemasaran.....	61
F. Proyeksi Penjualan	64

BAB IV RENCANA PEMASARAN.....	68
A. Identitas <i>Owners</i>	68
B. Struktur Organisasi	69
C. <i>Job Analysis & job Description</i>	69
D. Manning Budget/Anggaran Tenaga Kerja	75
E. <i>Recruitment & Hiring Procedure</i>	76
F. Service Scape (Layout, Flow, SOP)	79
G. Action Plan & Report	87
BAB V RENCANA KEUANGAN	92
A. Metode Pencatatan Akuntansi	92
B. Capital Expenditure (Investment)	92
C. Time Value of Money	97
D. Pendanaan Investasi	98
E. Identifikasi <i>Cashflow</i> dan <i>Outflow</i>	99
F. Penentuan Titik Impas & Laba yang Diharapkan (BEP)	105
G. Metode Penilaian Investasi (<i>Capital Budgeting</i>)	107
DAFTAR PUSTAKA	111
LAMPIRAN.....	114

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Service Package.....	31
Tabel 2. 2 rincian kegiatan pertunjukan	34
Tabel 2. 3 rincian kegiatan dinner and show	36
Tabel 2. 4 Sumber Daya yang dibutuhkan.....	37
Tabel 2. 5 Service Blueprint	39
Tabel 2. 6 Inventory List	41
Tabel 2. 7 supply chain.....	42
Tabel 3. 1 Hasil Survei Kuisioner Customer Persona	44
Tabel 3. 2 Hasil Survei Kuisioner Preferensi Minat.....	45
Tabel 3. 3 Segmen Gen Z	48
Tabel 3. 4 Segmen Millenial.....	49
Tabel 3. 5 Segmen Mancanegara.....	50
Tabel 3. 6 Positioning.....	54
Tabel 3. 7 hasil survei kuisioner product validation.....	55
Tabel 3. 8 hasil kuisioner preferensi responden	56
Tabel 3. 9 Javelin Board	57
Tabel 3. 10 competitor analysis	60
Tabel 3. 11 media pemasaran	62
Tabel 3. 12 Harga Jual tiket pertunjukan.....	65
Tabel 3. 13 Harga Jual Dinner and show.....	66
Tabel 3. 14 Optimum Quantity	67
Tabel 4. 1 Manning Budget	75
Tabel 4. 2 Customer Journey Map.....	82
Tabel 4. 3 SOP Kerja	84

Tabel 4. 4 Management risiko	86
Tabel 4. 5 Action Plan	88
Tabel 5. 1 Tangible Investment	93
Tabel 5. 2 Intangible Investment	95
Tabel 5. 3 Working Capital	96
Tabel 5. 4 Total Investasi.....	98
Tabel 5. 5 Funding.....	98
Tabel 5. 6 Loan Installment.....	99
Tabel 5. 7 Revenue Break Down.....	101
Tabel 5. 8 Variable Cost	102
Tabel 5. 9 Operating Cost.....	103
Tabel 5. 10 Projected Income Statement	104
Tabel 5. 11 BEP.....	106
Tabel 5. 12 Accumulated Cash Flow.....	108
Tabel 5. 13 Net Present Value	109
Tabel 5. 14 IRR.....	109
Tabel 5. 15 Discounted Pay Back Period	110

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Logo Alive Tale	5
Gambar 1. 2 Porter Five Forces	7
Gambar 1. 3 Integrated Flow of Entertainment Tourism Experience	11
Gambar 2. 1 ilustrasi produk wisata Alive Tale	18
Gambar 2. 2 ilustrasi dinner and show	23
Gambar 2. 3 gambaran photobooth	23
Gambar 2. 4 fasilitas yang didapatkan pembelian produk.....	33
Gambar 3. 1 Persentase kelompok generasi	51
Gambar 3. 2 TAM SAM SOM	53
Gambar 4. 1 Foto Pribadi.....	68
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi	69
Gambar 4. 3 The 8 Stages of Employee Experience	77
Gambar 4. 4 Layout dan area venue	80
Gambar 4. 5 Layout penempatan venue 2D	81
Gambar 4. 6 Customer Journey Map	81
Gambar 4. 7 Metode Action Research.....	88

EXECUTIVE SUMMARY

Alive Tale “Every Light Tells a Story” adalah usaha bisnis yang berfokus pada wisata hiburan berbasis pertunjukan teater *outdoor* yang mengangkat cerita legenda budaya Jawa Barat berlokasi di Dago Pakar dengan pemandangan *city light*.



Logo *Alive Tale* menampilkan elemen topeng teatrikal, yang merepresentasikan transformasi aktor menjadi karakter dalam pementasan. Tagline “*Every Light Tells a Story*” menggambarkan pentingnya peran pencahayaan dalam membangun suasana emosional, khususnya saat sunset dan di dukung oleh *lighting*.

Minat generasi muda terhadap warisan budaya lokal menurun karena pengaruh budaya asing yang didorong oleh aksesibilitas konten digital (Sudargini et al., 2020; Geotimes, 2024). Modernisasi, meskipun membawa kemajuan teknologi, juga mengancam eksistensi budaya tradisional. Hasil survei IDN *Research Institute* 2025 terhadap 1.500 responden di 12 kota besar, menunjukkan bahwa 59,11% masyarakat memiliki ketertarikan terhadap pertunjukan seni. Survei tambahan terhadap 309 responden juga menunjukkan bahwa 78% tertarik dengan pertunjukan teater budaya, 82% menginginkan bentuk wisata yang edukatif sekaligus menghibur, dan 76% menyukai kombinasi antara teater, tari tradisional, serta suasana alam terbuka.

Bisnis ini dirancang untuk menarik perhatian generasi muda, khususnya Gen Z dan Milenial, dengan mengintegrasikan cerita budaya, teknologi visual modern, dan keindahan alam sebagai latar pertunjukan.

Investasi awal Rp1.742.500.000 di danai dari 60% *owner equity* dan 40% bank loan. Proyeksi keuangan, menunjukkan pendapatan tahunan diperkirakan meningkat dari Rp2.123.896.123 pada tahun pertama menjadi Rp2.842.291.849 pada tahun kelima. Analisis kelayakan menunjukkan NPV sebesar Rp1.879.228.853, IRR 44,56%, dan DPP selama 2 tahun 4,9 bulan. Nilai BEP sebesar Rp1.626.107.400 tercapai pada tahun pertama, yang menegaskan kelayakan *finansial* proyek ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Athanasios, D. (2024). Pentingnya model TAM-SAM-SOM dan seberapa besar bantuan data dan AI. ResearchGate.
- CNN Indonesia. (2024). Indonesia deflasi, 74 persen Gen Z dan Milenial masih mau ke konser. <https://www.cnnindonesia.com>
- Databooks. (2024). Nilai PDB ekonomi kreatif Indonesia meningkat usai pandemi.
- Davis, M. M., Aquilano, N. J., & Chase, R. B. (2003). Fundamentals of operations management. McGraw-Hill.
- Dessler, G. (2015). Human resource management (14th & 16th ed.). Pearson Education.
- Zatori, A., Smith, M. K., & Puczko, L. (2018). Experience-involvement, memorability and authenticity: The service provider's effect on tourist experience. *Tourism Management*, 67, 111-126.
- Expert Survey: Sektor pariwisata dan ekonomi kreatif tumbuh pada 2024. (2023). Kemenparekraf/Baparekraf RI.
- Fitzsimmons, J. A., & Fitzsimmons, M. J. (2011). Service management: Operations, strategy, information technology. McGraw-Hill.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). Multivariate data analysis (8th ed.). Cengage Learning.
- Hemsley, F., & Armbruster, T. (2005). Theatre lighting: A manual of the stage lighting process.
- Hobsbawm, E., & Ranger, T. (2012). The invention of tradition. Cambridge University Press.
- IDN Research Institute. (2025). Indonesia millennial and Gen Z report 2025.
- International Accounting Standards Board (IASB). (2001). IAS 16 - Property, plant and equipment. IFRS Foundation.
- International Accounting Standards Board (IASB). (2004). IAS 38 - Intangible assets. IFRS Foundation.
- Kabarkampus.com. (2017). Sebanyak 17 komunitas teater Bandung bakal “bereaksi” di ISBI. <https://www.kabarkampus.com>

- Kemenpar/Baparekraf. (2021). Pertunjukan kolosal Saung Angklung Mang Udjo yang mendunia.
- Khoeng, G. (2023). Southeast Asia's startup ecosystem. Tatler.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing management (15th ed.). Pearson Education.
- Liputan 6. (2024). Generasi Alpha, Gen Z, dan Milenial kuasai kelompok kelas menengah. <https://www.liputan6.com>
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2016). Services marketing: People, technology, strategy (8th ed.). Pearson Education.
- Morgan, J. (2017). The employee experience advantage. Wiley.
- Mulyadi. (2016). Sistem akuntansi. Jakarta: Salemba Empat.
- Muspawi. (2017). Urgensi analisis pekerjaan dalam manajemen sumber daya manusia organisasi. Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi, 17(3).
- Okumus, F., Rasoolimanesh, S. M., & Jahani, S. (2022). Contemporary research methods in hospitality and tourism (Section 16). Emerald Publishing.
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., & Smith, A. (2010). Business model generation. Wiley.
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., & Smith, A. (2014). Value proposition design: How to create products and services customers want. Wiley.
- Porter, M. E. (2008). The five competitive forces that shape strategy. Harvard Business Review, 86(1), 78–93.
- Purnomo, H., Ningsih, T. R., & Putri, R. M. (2023). Pemberdayaan komunitas teater tradisi melalui karya virtual untuk meningkatkan kemampuan information and technology (IT). Gayatri: Jurnal Pengabdian Seni dan Budaya, 1(2), 70–81. <https://doi.org/10.20111/gayatri.v1i2.27>
- Pusposari, W., Ansoriyah, S., Iskandar, I., & Rahmawati, A. (2022). Afirmasi seni teater di dalam penguatan pendidikan karakter. Jurnal Jendela Pendidikan, 2(02), 255–263. <https://doi.org/10.57008/jjp.v2i02.204>
- Rahman, M., Ismail, H., & Suhartanto, D. (2022). Aesthetic value and social media engagement in tourism destinations. Tourism Management Perspectives.

- Rahmat Jabaril, A. (2023). Seniman dan Ketua Dewan Kesenian Kota Bandung usulkan September sebagai bulan seni. Jurnal Soreang.
- Ries, E. (2011). The lean startup: How today's entrepreneurs use continuous innovation to create radically successful businesses. New York, NY: Crown Business.
- Rossmann, J. R., & Schlatter, B. E. (2025). Recreation programming (7th ed.). Sagamore Publishing.
- Sisma, A. F. (2024). Cerita Situ Bagendit beserta moralnya. Katadata.co.id. <https://katadata.co.id>
- Sudargini, Y., & Purwanto, A. (2020). Pendidikan multikultural untuk membentuk karakter dan identitas nasional di era revolusi 4.0: Sebuah tinjauan literatur. Jurnal Riset Teknik & Manajemen Industri 4.0.
- Sugiyono. (2013). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Alfabeta.
- Teguh. (2024). West Java Festival 2024: Intip keseruan beragam acara Gedung Sate dan puncak acara. Portaljabar.
- Tifani. (2023). Cerita rakyat Sangkuriang jadi legenda asal usul Tangkuban Perahu. Katadata.co.id. <https://katadata.co.id>
- Tribun Jabar. (2025). Naik signifikan angka kunjungan wisatawan ke Kota Bandung sepanjang tahun 2024, tembus 8,5 juta. <https://jabar.tribunnews.com>
- Warren, C. S., Reeve, J. M., & Duchac, J. (2017). Accounting (27th ed.). Boston: Cengage Learning.
- Website BPS Jawa Barat. (2024). Jumlah kunjungan wisatawan ke objek wisata, Maret 2025. <https://jabar.bps.go.id>