

**RENCANA BISNIS
PROGRAM AKTIVITAS PETUALANGAN DAN EKOWISATA
CV. ECOVENTURE NUSANTARA**

PROYEK AKHIR

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



Disusun Oleh :

Aprinia Ira Pratiwi
201621108

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS PARIWISATA
JURUSAN KEPARIWISATAAN
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA BANDUNG
2020**



ECOVENTURE NUSANTARA

PROYEK AKHIR

Disusun oleh :
APRINIA IRA PRATIWI



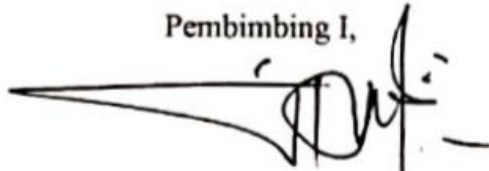
LEMBAR PENGESAHAN

PROYEK AKHIR

RENCANA BISNIS PROGRAM AKTIVITAS PETUALANGAN DAN EKOWISATA CV. ECOVENTURE NUSANTARA

Nama : Aprinia Ira Pratiwi
NIM : 201621108
Program Studi : Manajemen Bisnis Pariwisata

Pembimbing I,



Sumaryadi, SE., MM
NIP. 19670211 199303 1 001

Pembimbing II,



Drs. Renalmon Hutahaean, MM
NIP. 19591208 198603 1 001

Bandung, Desember 2020

Mengetahui,

Kepala Bagian Administrasi dan
Kemahasiswaan,

Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc
NIP. 19710506 199803 1 001

Menyetujui,

Ketua
Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung,

Faisal, MM.Par., CHE
NIP. 19730706 199503 1 001

PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Aprinia Ira Pratiwi
Tempat/Tanggal Lahir : Tangerang, 05 April 1998
NIM : 201621108
Program Studi : Manajemen Bisnis Pariwisata

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Proyek Akhir yang berjudul: RENCANA BISNIS PROGRAM AKTIVITAS PETUALANGAN DAN EKOWISATA CV. ECOVENTURE NUSATARA ini 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 STP Bandung dan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan kecuali arahan dari Tim Pembimbing.
2. Dalam Tugas Akhir/Proyek Akhir/Skripsi 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 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 Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung ini serta peraturan-peraturan terkait lainnya.
4. Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, Oktober 2020
Yang membuat pernyataan.


Aprinia
201621108



KATA PENGANTAR

Dengan diiringi rasa penuh syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT., karena atas kesempatan serta limpahan anugerah-Nya, proyek akhir dengan judul “Rencana Bisnis Program Aktivitas Petualangan dan Ekowisata CV. Ecoventure Nusantara” ini dapat terselesaikan dengan baik. Proposal rencana bisnis ini merupakan proyek akhir untuk menuntaskan studi Diploma IV pada Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata, Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.

Sepenuhnya penulis menyadari bahwa penyusunan proposal ini tidak akan terlaksana dengan baik tanpa dukungan, bimbingan dan saran dari berbagai pihak. Untuk seluruh dukungan yang luar biasa, penulis ucapkan terimakasih, kepada :

1. Bapak Faisal, MM. Par., CHE selaku Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung
2. Bapak Valentino Sumardi, MM. Par. selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata
3. Bapak Sumaryadi, SE., MM. dan Bapak Drs. Renalmon Hutahaeen, MM. selaku Dosen Pembimbing yang selalu berkenan menyempatkan waktu untuk membimbing, menyalurkan ilmu, mengarahkan dan memberikan solusi terbaik kepada penulis selama tahap penyusunan hingga penyempurnaan proyek akhir ini
4. Seluruh jajaran pengajar dan staf di Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata
5. Ibu Sarneiwati (Almh) selaku Ibu kandung penulis yang memiliki mimpi besar untuk melihat anak-anaknya sukses. Meski tak lagi memiliki kesempatan untuk memeluk, tapi semangat beliau akan selalu hidup dan tersalur dalam jiwa penulis. Gelar sarjana yang penulis peroleh adalah bukti nyata bahwa beliau mampu mewujudkan mimpi-mimpinya, meski raganya telah lama hilang.
6. Bapak Hari Pujianta dan Ibu Jumini selaku orang tua penulis yang tak pernah berhenti mendukung penulis dari hari pertama kuliah hingga penulis berhasil menuntaskan penyusunan proyek akhir ini
7. Rekan-rekan mahasiswa/i Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata angkatan 2016 yang selalu bersedia menjadi pendengar nomor satu sekaligus menjadi *support system* yang hebat
8. Seluruh pihak yang terlibat dalam penyusunan proyek akhir ini

Tidak ada satu pun gading yang tak retak. Sepenuhnya penulis menyadari bahwa proyek akhir ini masih jauh dari standar kesempurnaan. Oleh karena itu, kritik maupun saran yang bersifat membangun akan penulis terima demi keutuhan dan kesempurnaan proyek akhir ini.

Demikian proposal ini disusun, semoga proyek akhir ini dapat bermanfaat serta digunakan dengan dan sebagaimana mestinya.

Bandung, Oktober 2020

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR BAGAN	xiii
<i>EXECUTIVE SUMMARY</i>	xiv
 BAB I. DESKRIPSI BISNIS	
Latar Belakang	1
Gambaran Umum Bisnis	3
Visi dan Misi	5
Gambaran Umum Produk dan Jasa	5
Badan Usaha	7
Proses Legalitas Usaha	8
 BAB II. RENCANA PRODUK/JASA	
Daftar dan Deskripsi Produk/Jasa	11
Alasan dan Keunggulan Produk/Jasa	18
Lokasi Pengembangan Produk	18
Profil Curug Cibareubeuy	18
Penyajian dan Kemasan Produk/Jasa	20
Rencana Proses Produk/Jasa	35
Siklus dan Rencana Pengembangan Produk	37
Manajemen Inventaris	39
Mata Rantai Pasok (<i>Supply Chain</i>)	41
 BAB III. ANALISIS DAN RENCANA PEMASARAN	
Riset dan Tren Pasar	45
SWOT Analysis	48
Segmentasi Pasar	62
Target Pasar	68
<i>Positioning</i>	70
<i>Market Size</i>	70
Profitabilitas dan Pertumbuhan Pasar	71
Analisis <i>Product – Market Fit</i>	72
Analisis Kompetitor	80
Program Pemasaran	87
Rencana dan Anggaran Pemasaran	100
Proyeksi Penjualan	102
 BAB IV. ASPEK SDM DAN OPERASIONAL	

Analisis Kebutuhan Tenaga Kerja	108
Struktur Organisasi dan Deskripsi Pekerjaan	110
Kualifikasi Tenaga Kerja	111
Prosedur Perekrutan	114
Upah Tenaga Kerja	115
Pengembangan SDM	118
Rencana Operasional	120
Protokol Kesehatan Selama Masa Pandemi Covid 19	126
Manajemen Risiko	127

BAB V. RENCANA KEUANGAN

<i>Capital Expenditure</i> dan Rencana Pendanaan	130
Analisis Titik Impas (<i>Break Even Point</i>)	131
Analisis Laba – Rugi.....	134
Laporan Arus Kas	135
Penilaian Investasi	138

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penyajian dan Kemasan Produk Jungle Trekking	20
Tabel 2.2 Penyajian dan Kemasan Produk Jungle Biking	21
Tabel 2.3 Penyajian dan Kemasan Produk Village Cycling	22
Tabel 2.4 Penyajian dan Kemasan Produk Puzzle Hunt	24
Tabel 2.5 Penyajian dan Kemasan Produk Landventure Offroad	25
Tabel 2.6 Penyajian dan Kemasan Produk Adoptree	27
Tabel 2.7 Penyajian dan Kemasan Produk 0-Waste	28
Tabel 2.8 Penyajian dan Kemasan Live Local: Feelager Package	30
Tabel 2.9 Penyajian dan Kemasan Produk Tea-Time Corner	32
Tabel 2.10 Penyajian dan Kemasan Produk Jungle Night Stay	33
Tabel 2.11 Penyajian dan Kemasan Produk Musicalitatree	34
Tabel 2.12 Urutan Aktivitas Action on Node	36
Tabel 2.13 Siklus Produk	38
Tabel 2.14 Rencana Pengembangan Produk	39
Tabel 3.1 Analisis Lingkungan Eksternal	50
Tabel 3.2 Analisis Lingkungan Internal	53
Tabel 3.3 TOWS Matrix	56
Tabel 3.4 Pembobotan Analisis SWOT.....	59
Tabel 3.5 Profil Segmen Pasar	63
Tabel 3.6 Rata-Rata Pengeluaran Wisata Berdasarkan Sektor Kerja.....	66
Tabel 3.7 Jumlah Instansi Pendidikan	66
Tabel 3.8 Jumlah Perusahaan	66
Tabel 3.9 Target Pasar Jangka Pendek	68
Tabel 3.10 Pertimbangan Aksesibilitas, Jarak, serta Spending Power Target Pasar.....	69
Tabel 3.11 Target Pasar Jangka Panjang	70
Tabel 3.12 Profitabilitas Pasar.....	71
Tabel 3.13 Pertumbuhan Pasar	71
Tabel 3.14 Pertumbuhan Pasar	73
Tabel 3.15 <i>Competitive Analysis Framework</i>	83
Tabel 3.16 Daftar Produk	88
Tabel 3.17 Harga <i>Core Product</i>	90
Tabel 3.18 Harga <i>Supporting Product</i>	93
Tabel 3.19 Saluran Distribusi	94
Tabel 3.20 Saluran Promosi	95
Tabel 3.21 Rencana dan Anggaran Pemasaran	100
Tabel 3.22 Proyeksi Penjualan	103
Tabel 3.23 Proyeksi Penjualan per Produk	105
Tabel 3.24 Proyeksi Penjualan <i>Supporting Product</i>	106
Tabel 4.1 Deskripsi Pekerjaan <i>Pre-Opening Team</i>	108
Tabel 4.2 Rincian Kebutuhan Tenaga Kerja	109
Tabel 4.3 Deskripsi Pekerjaan	111
Tabel 4.4 Kualifikasi Tenaga Kerja	111
Tabel 4.5 Upah Tenaga Kerja.....	115

Tabel 4.6 Rencana Pengembangan SDM	119
Tabel 4.7 Rencana Aksi	120
Tabel 4.8 Alur Pengunjung Pada Setiap Program	123
Tabel 4.9 Manajemen Risiko	127
Tabel 5.1 Rencana Investasi	130
Tabel 5.2 Kontribusi Tertimbang	131
Tabel 5.3 Analisis Titik Impas	133
Tabel 5.4 Proyeksi Laba - Rugi	134
Tabel 5.5 Proyeksi Arus Kas	136

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Program <i>Exploring, Earthing, Relaxing</i>	3
Gambar 1.2	Deskripsi Nama Ecoventure Nusantara	3
Gambar 1.3	Deskripsi Logo Ecoventure Nusantara.....	4
Gambar 1.4	Gambaran Produk <i>Exploring</i>	5
Gambar 1.5	Gambaran Produk <i>Earthing</i>	6
Gambar 1.6	Gambaran Produk <i>Relaxing</i>	6
Gambar 2.1	Program Jungle Trekking	11
Gambar 2.2	Program Jungle Biking.....	12
Gambar 2.3	Program HiVillagers	12
Gambar 2.4	Program Sunrise/Sunset Moment	13
Gambar 2.5	Program Puzzle Hunt	13
Gambar 2.6	Program Landventure Offroad	14
Gambar 2.7	Program Adoptree	15
Gambar 2.8	Komposisi Sampah di Indonesia	15
Gambar 2.9	Program 0-Waste	16
Gambar 2.10	Program Jungle Night Stay	16
Gambar 2.11	Area Curug Cibareubeuy.....	19
Gambar 2.12	Siklus Produk	38
Gambar 2.13	<i>Inventory Management</i>	40
Gambar 2.14	<i>Purchase Order</i>	40
Gambar 2.15	<i>Investory System</i>	41
Gambar 2.16	<i>Investory System</i>	41
Gambar 2.17	Konsep Mata Rantai Pasok	42
Gambar 2.18	Mata Rantai Pasok	42
Gambar 3.1	<i>Partner</i> Perjalanan Pasca Pandemi Covid 19	46
Gambar 3.2	Minat Terhadap Daya Tarik Wisata Alam Pasca Pandemi	46
Gambar 3.3	Tren Wisata Ramah Lingkungan	48
Gambar 3.4	TOWS Matrix	55
Gambar 3.5	Matriks Posisi	61
Gambar 3.6	Matriks Posisi Ecoventure Nusantara	61
Gambar 3.7	Variabel Segmentasi Pasar	62
Gambar 3.8	Jumlah Wisatawan Berdasarkan Provinsi Asal	63
Gambar 3.9	Jumlah Wisatawan Berdasarkan Usia	64
Gambar 3.10	Jumlah Wisatawan Berdasarkan Usia	65
Gambar 3.11	<i>Market Size</i>	70
Gambar 3.12	Konsep <i>Lean Product Process</i>	72
Gambar 3.13	Blok <i>Customer Profile</i>	73
Gambar 3.14	Blok <i>Value Proposition</i>	76
Gambar 3.15	<i>Gain Creator</i>	76
Gambar 3.16	<i>Pain Relievers</i>	77
Gambar 3.17	<i>Product and Services</i>	78
Gambar 3.18	<i>Level of Competition</i>	80
Gambar 3.19	<i>General Competition</i>	81
Gambar 3.20	<i>Product Category Competition</i>	82

Gambar 3.21 <i>Level of Product</i>	87
Gambar 3.22 <i>Distribution Share per Channel</i>	93
Gambar 3.23 Pertumbuhan Peminat Ekowisata dan Petualangan	103
Gambar 3.24 Hasil Tes Minat Pasar	104
Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	110
Gambar 4.2 Slip Gaji Karyawan	118
Gambar 4.3 Tata Letak dan Alur Operasional	122
Gambar 5.1 Paket Pendanaan	131

DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1 Prosedur Legalitas CV	8
Bagan 4.2 Prosedur Perekrutan	114

EXECUTIVE SUMMARY

Semakin terbatasnya ketersediaan sumber daya alam, peningkatan polusi serta perubahan fisik merupakan 3 (tiga) dampak negatif yang paling mudah ditemui di lingkungan wisata (Sumber: United Nations Environment Programme (UNEP), 2011). Berbagai kerusakan lingkungan didukung dengan lahirnya generasi “*green aware*” akhirnya mengundang masyarakat Indonesia, termasuk wisatawan untuk beralih ke tren gaya hidup yang baru dengan meningkatkan kesadaran akan kelestarian lingkungan (Sumber: Enz, 2009; inventure.id, 2019). Oleh karena itu, dibutuhkan solusi sebagai titik temu untuk menciptakan lingkungan wisata yang bijak dengan melibatkan seluruh aktor, baik perusahaan, masyarakat, maupun pengunjung.

Ecoventure Nusantara hadir dengan misi besar untuk mengembangkan potensi sumber daya alam Nusantara menjadi aktivitas rekreasi berbasis ekowisata dan petualangan yang menguntungkan bagi alam, perusahaan, masyarakat lokal, wisatawan, mitra kerja dan seluruh *stakeholder* yang terlibat dalam operasional perusahaan. Dengan memadukan konsep *exploring* (eksplorasi), *earthing* (membumi) dan *relaxing* (relaksasi), kami merancang program dengan manfaat jangka panjang bagi pengunjung. Jawa Barat dipilih sebagai lokasi pengembangan bisnis karena kompleksitas sumber daya alam nya. Dengan tetap mematuhi protokol kesehatan, Ecoventure Nusantara tengah bersiap menyambut para agen pelindung bumi.

Investasi awal untuk membangun Ecoventure Nusantara diproyeksikan sebesar Rp 277,095,097 untuk keperluan investasi aset fisik (*tangible asset*) maupun aset non-fisik (*intangible asset*). Dengan proyeksi arus kas bersih sebesar Rp 273,714,369 pada tahun pertama, Ecoventure Nusantara diproyeksikan mencapai *payback period* dalam waktu 1 tahun.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber dari Buku

- Enz, C. A. (2009). *Hospitality strategic management: Concepts and cases*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Duffy, R. (2002). *A Trip Too Far: Ecotourism, Politics And Exploitation*. London: Earthscan Publications Ltd.
- Ittelson, T. (1998). *Financial Statement*. USA: Book-mart Press.
- Kotler, P., Bowen, J. T., Makens, J. C., & Baloglu, S. (2017). *Marketing for Hospitality and Tourism*. Essex: Pearson Education Limited.
- Osterwalder, dkk. (2014). *Value Proposition Design*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc
- Wilson, J. P. (2001). *Human Resource Development*. London: Kogan Page Limited
- Slack, N., Chambers, S., Johnston, R. (2010). *Operations Management*. Essex: Pearson Education Limited.
- Pinson, L. (2008). *Anatomy of a Business Plan: A Step-by-step Guide to Building the Business and Securing Your Company's Future*. California: Out of Your Mind and into the Marketplace.

Sumber dari Jurnal

- Wehrich, H. (1982). *The TOWS Matrix A Tool for Situational Analysis*. Great Britain: Pergamon Press Ltd.

Sumber dari Publikasi atau Website

- Adventure Travel Trade Association. (2018). *Adventure Tourism Development Index*. The George Washington University.
- Climate Transparency. (2019). *Brown To Green: Transisi G20 Menuju Ekonomi Nir Emisi*.
- Hootsuite. (2020). *Indonesia Digital Report 2020*.
- Inventure. (2019). *Marketing Outlook 2020*.
- Inventure. (2020). *Consumer Behavior New Normal After Covid-19*.
- Kementerian Pariwisata Republik Indonesia. (2016). *Penggabungan Petunjuk Teknis dan Ralat Petunjuk Teknis Tata Cara Pendaftaran Usaha Pariwisata*.
- Kementerian Pariwisata Republik Indonesia. (2018). *Safety Code Wisata Petualangan*.

Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. (2016). *Indonesia Educational Statistics in Brief 2015/2016*.

McKinsey & Company. (2020). *Covid 19 Indonesia Consumer Pulse Survey*.

Subdirektorat Statistik Pariwisata BPS. (2016). *Statistik Wisatawan Nusantara 2016*. Jakarta: BPS RI.

Subdirektorat Statistik Pariwisata BPS. (2018). *Statistik Wisatawan Nusantara 2018*. Jakarta: BPS RI.

WWF Indonesia. (2015). *Sampah-Limbah, Energi, Air, Konsumsi*.

Sumber Lainnya

Achdiat, I. (2018). *KLHK Gandeng 9.000 Komunitas Peduli Lingkungan*. Diambil kembali dari <https://www.airmagz.com/19443/klhk-gandeng-9-000-komunitas-peduli-lingkungan.html>

Agmasari, S. (2019). *Saat Jadi Turis, Manusia Produksi Lebih Banyak Sampah*. Diambil kembali dari <https://travel.kompas.com/read/2019/05/20/140800427/saat-jadi-turis-manusia-produksi-lebih-banyak-sampah>

Agustina, D. (2020). *Riset Pegipegi: Perilaku Traveling saat New Normal*. Diambil kembali dari <https://www.pegipegi.com/travel/riset-pegipegi-perilaku-traveling-saat-new-normal/>

Anjungroso, F. (2018). *Indonesia Penyumbang Sampah Plastik Terbesar ke-2 di Dunia, Yuk Lakukan Ini*. Diambil kembali dari <https://www.tribunnews.com/nasional/2018/10/15/indonesia-penyumbang-sampah-plastik-terbesar-ke-2-di-dunia-yuk-lakukan-ini>

Athuraliya, A. (2020). *The Easy Guide to Developing an Effective Action Plan*. Diambil kembali dari <https://creatly.com/blog/diagrams/how-to-write-an-action-plan/>

Badan Pusat Statistik Indonesia. (2015). *Jumlah Perguruan Tinggi, Mahasiswa dan Tenaga Edukatif (Negeri dan Swasta) di Bawah Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Menurut Provinsi Tahun Ajaran 2013/2014-2014/2015*. Diambil kembali dari <https://www.bps.go.id/statistictable/2015/09/14/1839/jumlah-perguruan-tinggi-mahasiswa-dan-tenaga-edukatif-negeri-dan-swasta-di-bawah-kementrian-pendidikan-dan-kebudayaan-menurut-provinsi-2013-2014-2014-2015.html>

Bali Eco Stay. (t.thn.). Diambil kembali dari baliecostay.com

Baqiroh, N. (2019). *Timbulan Sampah Nasional Capai 64 juta ton per Tahun*. Diambil kembali dari <https://ekonomi.bisnis.com/read/20190221/99/891611/timbulan-sampah-nasional-capai-64-juta-ton-per-tahun>

Bisnis.com. (2013). *KAMUS BISNIS: Pengertian Pendapatan Perkapita, apa sih?*. Diambil kembali dari <https://market.bisnis.com/read/20130609/192/58463/kamus-bisnis-pengertian-pendapatan-perkapita-apa-sih>

- Blank. (2015). *Why Build, Measure, Learn – isn't just throwing things against the wall to see if they work—the Minimal Viable Product*. Diambil kembali dari <https://steveblank.com/2015/05/06/build-measure-learn-throw-things-against-the-wall-and-see-if-they-work/>
- Booking.com. (2019). *Booking.Com Memprediksi Tren Travel Untuk Tahun 2020*. Diambil kembali dari <https://news.booking.com/bookingcom-memprediksi-tren-travel-untuk-tahun-2020/>
- Booking.com. (2020). *Booking.Com Berikan Rp 38.5 Miliar (€ 2.6 Juta) Dana Bantuan Untuk Mendukung Akomodasi Berkelanjutan di 2020*. Diambil kembali dari <https://news.booking.com/bookingcom-berikan-rp-385-miliar--26-juta-dana-bantuan-untuk-mendukung-akomodasi-berkelanjutan-di-2020/>
- CBInsights. (2019). *The Top 20 Reasons Startups Fail*. Diambil kembali dari <https://www.cbinsights.com/research/startup-failure-reasons-top/>
- Cheah, N. (2019). *Bali Glamping: an eco stay near Ubud with Sebatu Sanctuary*. Diambil kembali dari <https://www.laughtraveleat.com/asia/bali-glamping-an-eco-stay-near-ubud-with-sebatu-sanctuary/>
- Ciemcioch, S. (2018). *Everything You Need to Know About Inventory Management*. Diambil kembali dari <https://www.warehouseanywhere.com/resources/inventory-management/>
- CNN Indonesia. (2020). *Jokowi: Vaksin Insha Allah Akhir Tahun, Kurang Lebih 180 Juta*. Diambil kembali dari <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20200930141932-20-552713/jokowi-vaksin-insya-allah-akhir-tahun-kurang-lebih-180-juta>
- Cubic. (t.thn). *Ansoff Matrix Sebagai Tools Business Development*. Diambil kembali dari <https://cubic.id/public/journals/ansoff-matrix-sebagai-tools-business-development>
- Databoks. (2020). *Kelompok Penduduk Indonesia Terbesar Dilihat dari Tingkat Pengeluarannya*. Diambil kembali dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/02/04/masyarakat-menuju-kelas-menengah-kelompok-terbesar-penduduk-indonesia>
- Herman. (2020). *BI: Pariwisata, Perdagangan & Investasi, Sektor Paling Terdampak Covid-19*. Diambil kembali dari <https://investor.id/macroeconomics/bi-pariwisata-perdagangan-investasi-sektor-paling-terdampak-covid19>
- INDOFEST. (t.thn.). *INDOFEST 2019 INFOGRAPHIC REPORTS*. Diambil kembali dari <http://www.indo-fest.com/2020/infographic.html>
- Indonesia Internasional Outdoor Festival. (t.thn.). *FESTIVAL RECORD*. Diambil kembali dari <http://www.outdoorfestival.id/home/about-us>
- IZIN.co.id. (2017). *Mengapa Anda Lebih Baik Memilih CV?* Diambil kembali dari <https://izin.co.id/indonesia-business-tips/2017/10/20/mengapa-anda-lebih-baik-memilih-cv/>

- IZIN.co.id. (2019). *Pendirian CV di 2020 – Panduan Persyaratan dan Proses Lengkap*. Diambil kembali dari <https://izin.co.id/indonesia-business-tips/2019/12/24/pendirian-cv-di-2020-panduan-persyaratan-dan-proses-lengkap/>
- Lathifa, D. (2019). *Ini 5 Komponen Gaji yang Perlu Anda Ketahui dalam Sistem Pengupahan*. Diambil kembali dari <https://www.online-pajak.com/komponen-gaji>
- Lean Startup Co. (t.thn). *A Playbook for Achieving Product-Market Fit*. Diambil kembali dari <https://leanstartup.co/a-playbook-for-achieving-product-market-fit/>
- Kagan, J. (2020). *Payback Period*. Diambil kembali dari <https://www.investopedia.com/terms/p/paybackperiod.asp#:~:text=The%20payback%20period%20refers%20to,paybacks%20mean%20more%20attractive%20investments>.
- Karinov. (2019). *Cara Membuat Matriks Analisis SWOT Tingkat Lanjut*. Diambil kembali dari <https://karinov.co.id/pdf-cara-buat-matriks-swot/>
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2019). *Kelas Menengah Penggerak Ekonomi Indonesia*. Diambil kembali dari <https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/berita/kelas-menengah-penggerak-ekonomi-indonesia/>
- Management Study Guide. (t.thn). *Inventory Management*. Diambil kembali dari <https://www.managementstudyguide.com/inventory-management.htm>
- Marsiela, A. (2019). *ADB: Kemacetan di Bandung Melebihi Jakarta*. Diambil kembali dari <https://www.beritasatu.com/nasional/578854-adb-kemacetan-di-bandung-melebihi-jakarta>
- Miss Filatelista. (t.thn.). *5 Things You'll Love About Bali Eco Stay*. Diambil kembali dari <https://www.missfilatelista.com/5-things-youll-love-about-bali-eco-stay/>
- Myk Pono. (2018). *Competitive Analysis: How To Conduct A Comprehensive Competitive Analysis*. Diambil kembali dari <https://www.mykpono.com/how-to-conduct-competitive-analysis/>
- Naomi, C. (2019). *5 Provinsi dengan Penduduk Paling Tajir di Indonesia*. Diambil kembali dari <https://lifepal.co.id/media/provinsi-penduduk-tajir/>
- Pasundan Ekspres. (2019). *Desa Cibeusi jadi Top Destinasi Wisata Jawa Barat*. Diambil kembali dari <https://www.pasundanekspres.co/jabar/subang/desa-cibeusi-jadi-top-destinasi-wisata-jawa-barat/>
- Pemerintah Provinsi Jawa Barat. (t.thn.). *Kondisi Geografis*. Diambil kembali dari <https://jabarprov.go.id/index.php/pages/id/1361>
- Project Management Knowledge. (t.thn). *Activity-on-Node*. Diambil kembali dari <https://project-management-knowledge.com/definitions/a/activity-on-node/>
- Rahayu, A. (2020). *Siaran Pers : Kemenparekraf Perkirakan Produk Ekowisata Akan Sangat Diminati Pascapandemi*. Diambil kembali dari <https://www.kemenparekraf.go.id/>

post/siaran-pers-kemenparekraf-perkiraan-produk-ekowisata-akan-sangat-diminati-pascapandemi

- Rahayu, A. (2020). *Siaran Pers : Industri Pariwisata Didorong Tingkatkan Daya Saing Hadapi Normal Baru*. Diambil kembali dari <https://www.kemenparekraf.go.id/post/siaran-pers-industri-pariwisata-didorong-tingkatkan-daya-saing-hadapi-normal-baru>
- Ramadhani, N. (2020). *Capital Expenditure : Pengertian Serta Kesulitan Perhitungannya*. Diambil kembali dari <https://www.akseleran.co.id/blog/capital-expenditure/#:~:text=Capital%20Expenditure%20atau%20Capex%20merupakan,%2C%20bangunan%2C%20tambah%20hingga%20peralatan>
- Rendika, M. (2019). *10 Langkah Tepat Melakukan Rekrutmen Karyawan*. Diambil kembali dari <https://sleekr.co/blog/langkah-rekrutmen-karyawan/>
- Rizkinaswara, L. (2019). *Pentingnya Teknologi dalam Sektor Pariwisata*. Diambil kembali dari <https://aptika.kominfo.go.id/2019/04/pentingnya-teknologi-dalam-sektor-pariwisata/>
- Sebatu Sanctuary Eco-Resort. (t.thn.). Diambil kembali dari sebatu-sanctuary.com
- Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional. (t.thn). *Data Pengelolaan Sampah*. Diambil kembali dari http://sipsn.menlhk.go.id/?q=3a-komposisi-sampah&field_f_wilayah_tid=_none&field_kat_kota_tid=All&field_periode_id_tid=2168
- Thomas, V. F. (2019). *RI Produsen Sampah Makanan Kedua Dunia, Bappenas: Stunting Tinggi*. Diambil kembali dari <https://tirto.id/ri-produsen-sampah-makanan-kedua-dunia-bappenas-stunting-tinggi-dhlh>
- Tirto.id. (2019). *Daftar UMK 2020 Jawa Timur, Jawa Tengah, Banten, DIY & DKI Jakarta*. Diambil kembali dari <https://tirto.id/daftar-umk-2020-jawa-timur-jawa-tengah-banten-diy-dki-jakarta-el7b>
- TravelClick. (2019). *Growth in Direct Hotel Website Bookings Signal a Change in Consumer Preferences*. Diambil kembali dari <https://www.travelclick.com/insight/nadr-q4-2019/>
- TribunJabar.id. (2019). *Kunjungan Wisatawan ke Gunung Tangkubanperahu Selama 2018 Turun*. Diambil kembali dari <https://jabar.tribunnews.com/2019/01/02/kunjungan-wisatawan-ke-gunung-tangkubanperahu-selama-2018-turun>
- West Java Investment Partnership. (t.thn.). *Kabupaten Subang*. Diambil kembali dari <http://investasi.jabarprov.go.id/frontend/profiles/kab-subang>
- Wilde, R. (2019). *Product Market Fit From Startup To Growth*. Diambil kembali dari <https://allbusiness toolkit.com/product-market-fit>
- WWF Indonesia. (2017). *Tren Konsumsi dan Produksi Indonesia: Produsen Mampu Sediakan Produk Ekolabel dan Pasar Siap Membeli*. Diambil kembali dari <https://www.wwf.or.id/?60462/Tren-Konsumsi-dan-Produksi-Indonesia-Produsen-Mampu-Sediakan-Produk-Ekolabel-dan-Pasar-Siap-Membeli>