

RENCANA BISNIS
APLIKASI PERJALANAN “Altruistic.Us”

PROYEK AKHIR

diajukan untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan studi

Program Diploma IV

Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata



Disusun oleh:

DEAR ILLIYIN PRATIWI

Nomor Induk: 201822581

PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS PARIWISATA

JURUSAN KEPARIWISATAAN

POLITEKNIK PARIWISATA NHI BANDUNG

2022

HALAMAN PENGESAHAN

RENCANA BISNIS APLIKASI PERJALANAN "ALTRUISTIC.US"

NAMA : DEAR ILLIYIN PRATIWI
NIM : 201822581
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN BISNIS PARIWISATA
JURUSAN : KEPARIWISATAAN

Pembimbing Utama



Drs. Anang Sutono., MM. Par., CHE

NIP: 19650911 1999203 1 001

Pembimbing Pendamping



Drs. Renalmon Hutahaean, MM

NIP: 19591208 198603 1 00 1

Bandung, Juni 2022

Mengetahui

Mengetahui, Kabag. Administrasi
Akademik dan Kemahasiswaan



DR.ER Ummi Kalsum.M.M..PAR..CHM..CHRMP

NIP : 19730723 199503 2 001

LEMBAR PENGESAHAN

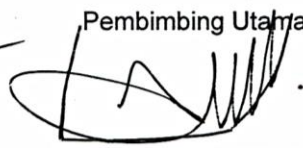
JUDUL SKRIPSI/PROYEK AKHIR/TUGAS AKHIR

RENCANA BISNIS APLIKASI PERJALANAN "Altruistic.Us"

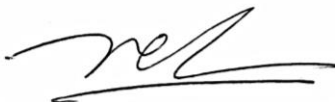
NAMA : DEAR ILLIYIN PRATIWI
NIM : 201822581
PROGRAM STUDI : Manajemen Bisnis Pariwisata (MBW)

26
08 22

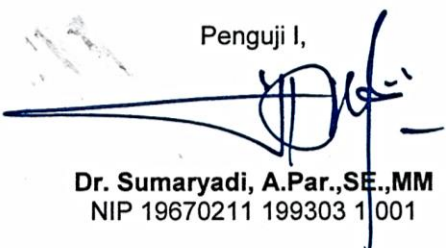
Pembimbing Utama,


Drs. Anang Sutono., MM. Par.,CHE
NIP 19650911 1999203 1 001

Pembimbing Pendamping,


Drs. Renalmon Hutahae, MM
NIP 19591208 198603 1 00 1

Penguji I,


Dr. Sumaryadi, A.Par.,SE.,MM
NIP 19670211 199303 1 001

Penguji II,


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

Bandung,Agustus 2022

Mengetahui,

Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerja Sama

Menyetujui,

Direktur Politeknik NHI Bandung

Dr. ER. Ummi Kalsum, MM. Par., CHRMP.
19730723 199503 2 001

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

PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Dear Illiyin Pratiwi
Tempat/Tanggal Lahir : Binjai, 23 Oktober 1998
NIM : 201822581
Program Studi : Manajemen Bisnis Pariwisata
Jurusan : Kepariwisata

Dengan ini saya mengatakan bahwa:

1. Proyek Akhir yang berjudul:

RENCANA BISNIS APLIKASI PERJALANAN "Altruistic.Us"

- 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 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 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, 29 Agustus 2022
Yang membuat pernyataan,



Dear Illiyin Pratiwi
201822581



BUSINESS PLAN

TRAVEL APPS "ALTRUISTIC.US"

MANAJEMEN BISNIS PARIWISATA



PRESENTED BY

DEAR ILLIYIN PRATIWI
201822581

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat, keberkahan, dan karunia-Nya yang tiada henti sehingga penulis dapat menyelesaikan Proyek Akhir berjudul “Rencana Bisnis Aplikasi Altruistic.Us” Tujuan dari pembuatan Proyek Akhir ini adalah untuk memenuhi salah satu persyaratan akademik dalam menyelesaikan Program Diploma IV, Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata di Politeknik Pariwisata NHI Bandung. Dengan selesainya Proposal Proyek Akhir ini, penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Bapak Andar Danova L. Goeltom S.Sos.,M.Sc selaku Ketua Politeknik Pariwisata NHI Bandung
2. Bapak Hari Ristanto, BBA.,M.Sc selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata
3. Bapak Drs. Anang Sutono., MM. Par., CHE selaku Dosen Pembimbing Utama
4. Bapak Drs. Renalmon Hutahaeen, MM selaku Dosen Pembimbing Pendamping
5. Seluruh dosen dan staff program studi Manajemen Bisnis Pariwisata
6. Ibunda Efriwaty Saragih, serta adik-adik dan keluarga yang selalu memberikan dukungan penuh dan do’a tiada henti setiap hari
7. Teman-teman yang telah memberikan motivasi dan semangat, serta seluruh pihak yang telah berkontribusi dalam penyusunan Proyek Akhir ini
8. Diri sendiri, karena telah berusaha melakukan yang terbaik dengan segala kemampuan yang dimiliki menjalankan semuanya mulai dari awal penulisan sampai hari ini dan seterusnya dengan tetap mempertahankan keyakinan dan semangat.

Dalam penyusunan Proposal Bisnis Proyek Akhir ini, penulis juga menyadari masih terdapat banyak kekurangan, sehingga penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk evaluasi penulis kedepannya.

Bandung, Agustus 2022

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR GAMBAR.....	v
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR BAGAN.....	vii
EXECUTIVE SUMMARY.....	viii
BAB I. DESKRIPSI BISNIS.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identitas Bisnis.....	3
a. Profil Usaha.....	3
b. <i>Brand</i>	4
c. Logo.....	4
d. Identitas Bisnis.....	4
C. Visi dan Misi.....	4
D. <i>Industry Analysis</i>.....	5
a. <i>Threat of New Entrants</i>	5
b. <i>Threat of Substitute</i>	5
c. <i>Bargaining Power of Buyers</i>	6
d. <i>Bargaining Power of Suppliers</i>	6
e. <i>Rivalry Among Existing Competitor</i>	6
E. Gambaran Umum Produk dan Jasa.....	7
F. Jenis / Badan Usaha.....	7
G. Aspek Legalitas.....	8
BAB II. RENCANA PRODUK / JASA.....	10
A. Daftar dan Deskripsi Produk / Jasa.....	10
1. Jasa Perjalanan Wisata <i>Voluntourism</i>	10
2. Jasa Konsultasi Perjalanan.....	12
3. <i>Merchandise</i>	12
4. Fitur-fitur Pendukung.....	13

B. Perhitungan Nilai Jual.....	14
C. Analisis Sumber Daya.....	19
D. Analisis Proses Produk / Jasa.....	20
E. <i>Inventory System</i>.....	22
F. <i>Supply Chain</i>.....	23
BAB III. RENCANA PEMASARAN.....	30
A. Riset Pasar.....	30
1. Analisis Survey Pasar.....	30
2. <i>Market Trend</i>	32
3. <i>Segmen, Target, Positioning</i>	34
4. <i>Market Profitability</i>	38
5. <i>Market Size</i>	40
6. Analisa Produk – <i>Market Fit</i>	41
B. Analisa Kompetitor.....	43
C. Competitive Advantages.....	44
D. Rencana Pemasaran.....	47
E. Strategi dan Media Pemasaran.....	51
a. <i>Pre-Launched Promotion Plan</i>	52
b. <i>During App Launch Promotion Plan</i>	53
BAB IV. ASPEK SDM DAN OPERASIONAL.....	54
A. Identitas Founder.....	54
B. Struktur Organisasi.....	54
C. Deskripsi Pekerjaan.....	55
D. <i>Manning Budget / Anggaran Tenaga Kerja</i>.....	59
E. <i>Recruitment & Hiring Procedure</i>.....	60
F. Strategi Pengelolaan.....	62
G. Operational Planning.....	65
H. Strategi Manajemen Risiko.....	65

BAB V. ASPEK KEUANGAN.....	69
A. Metode Pencatatan Akuntansi.....	69
B. <i>Capital Expenditure (Initial Investment)</i>.....	69
C. Proyeksi Penjualan.....	71
D. <i>Pro Forma Cash Flow Statement</i>.....	73
E. Laporan Laba Rugi.....	74
F. <i>Time Value Of Money</i> (Nilai Waktu Uang).....	75
G. Penilaian Investasi (<i>Capital Budgeting</i>).....	76
H. Strategi Pendanaan dan Investasi.....	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Top 10 Most Charitable Countries</i>	2
Gambar 1.2 <i>Most Charitable Country 2022</i>	4
Gambar 1.3 Logo Altruistic.U.S.....	5
Gambar 1.4 <i>Five Competitive Force That Shape Strategy</i>	9
Gambar 2.1 Visualisasi Produk Aplikasi Altruistic.U.S	12
Gambar 2.2 <i>Goodies</i> Altruistic.U.S.....	13
Gambar 2.3 <i>Merchandise</i> Altruistic.U.S beserta harga.....	14
Gambar 2.4 Penetapan Paket wisata dan Fasilitas.....	15
Gambar 2.5 Paket <i>Travel Consultation</i>	15
Gambar 2.6 Halaman Pemesanan perjalanan.....	15
Gambar 2.7 Tampilan Brosur Perjalanan.....	18
Gambar 3.1 <i>Best Destination Country for Volunteer Tourism 2022/23</i>	32
Gambar 3.2 <i>Travel Guide</i>	46
Gambar 3.3 Konsultasi melalui fitur <i>Chatbox dan Video Call</i>	46
Gambar 3.4 <i>Push Notification</i> Altruistic.U.S.....	53
Gambar 4.1 <i>Strategic Workforce Planning</i>	61
Gambar 5.1 Strategi Pendanaan Investor.....	81

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Analisa Kompetitor Altruistic.Us.....	46
Tabel 3.2 Kisaran Harga Paket <i>Voluntourism</i> di Indonesia.....	52
Tabel 3.3 <i>Mobile Apps Marketing Funnel</i> Altruistic.Us.....	53
Tabel 4.1 Tabel <i>Job Description</i> Altruistic.Us.....	62
Tabel 4.2 <i>Manning Budget</i> Perusahaan.....	63
Tabel 4.3 <i>Timeline Management</i>	66
Tabel 5.1 <i>Capital Expenditure</i>	73
Tabel 5.2 Travel Season Indonesia.....	74
Tabel 5.3 Proyeksi Penjualan.....	75
Tabel 5.2 Proyeksi Penjualan <i>Ideal Scenario</i>	76
Tabel 5.3 Proyeksi Penjualan <i>Optimistic Scenario</i>	76
Tabel 5.4 Proyeksi Penjualan <i>Pessimistic Scenario</i>	76
Tabel 5.5 Proyeksi Penjualan Harian.....	77
Tabel 5.6 <i>Cash flow statement</i>	77
Tabel 5.7 Laporan Laba Rugi.....	78
Tabel 5.8 <i>Payback Period</i>	80

DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1 Prosedur Legalitas CV.....	8
Bagan 2.1 Langkah Pemesanan melalui Altruistic.Us.....	10
Bagan 2.2 Persentase proporsi penetapan harga.....	19
Bagan 2.3 Analisis Proses Produk.....	20
Bagan 2.1 <i>Customer Map</i>	22
Bagan 2.5 <i>Inventory System</i>	22
Bagan 2.6 <i>Supply Chain Management</i>	23
Bagan 2.7 Porter's Value Chain.....	24
Bagan 2.8 <i>Tourism Supply Chain</i>	26
Bagan 3.1 Segmentasi Pasar Altruistic.Us.....	34
Bagan 3.2 Persentase Penduduk Indonesia Menurut Generasi, 2020.....	35
Bagan 3.3 Negara dengan angka volunteer tertinggi di dunia.....	36
Bagan 3.4 <i>Total full-time equivalent volunteering by region</i>	36
Bagan 3.5 <i>Majority of volunteering globally happens informally</i>	37
Bagan 3.6 Persentase sukarelawan formal dan informal	37
Bagan 3.7 TAM-SAM-SOM Altruistic.Us.....	38
Bagan 3.8 Product Market-Fit.....	41
Bagan 3.9 Product Market Fit Altruistic.Us.....	42
Bagan 3.10 <i>Three Level of Product</i>	48
Bagan 3.11 Strategi tahap pengembangan Produk.....	54
Bagan 4.1 Struktur Organisasi Makro.....	55
Bagan 4.2 Struktur Organisasi Mikro	62
Bagan 4.3 Strategi pengelolaan SDM.....	63
Bagan 4.5 <i>Customer Journey</i>	65
Bagan 4.6 <i>Risk Management Framework</i>	69

EXECUTIVE SUMMARY

Menurut survei tahun 2015 oleh *Marriott Rewards Credit Card* dari Chase, 84% milenial mengatakan bahwa mereka ingin bepergian untuk berpartisipasi dalam kegiatan sukarelawan. Milenial sangat tertarik untuk bepergian sekaligus memberi kontribusi dan dampak bagi komunitas. Dalam survei *Deloitte Global 2021*, ditunjukkan bahwa Milenial dan Gen Z memiliki potensi besar untuk mengambil langkah nyata demi menciptakan perubahan yang mereka inginkan termasuk dalam hal lingkungan, kesejahteraan sosial hingga bisnis. Hal ini sangat baik untuk mendorong pariwisata berkelanjutan dengan kesadaran dan keinginan tinggi berkontribusi bagi sesama. Wisatawan ingin terlibat dalam aksi nyata selama:

- Proyek yang dikerjakan tidak mengambil pekerjaan dari penduduk setempat (merusak ekosistem bisnis yang sudah ada)
- Dilakukannya untuk alasan yang benar, dan
- Manfaat pekerjaan dapat dirasakan dapat bertahan lama setelah kunjungan

Dalam *2018 Digital Traveler Survey* oleh Travelport terhadap 16.000 pelancong dari 25 negara, *trend* di antara responden menunjukkan bahwa telepon seluler atau *smartphone* sama pentingnya untuk perjalanan liburan seperti halnya aspek kehidupan sehari-hari. Pasar perjalanan online berkembang sangat pesat menjadi pasar senilai \$1.091 miliar pada tahun 2022 dan akan mencatat *CAGR Compounded annual growth rate* sekitar 11,1% selama perkiraan periode 2016-2022.

Melihat kebutuhan pasar dan *trend* yang terus meningkat, maka hadirilah suatu inovasi aplikasi perjalanan bernama "Altruistic.Us" untuk memudahkan wisatawan domestik dan mancanegara yang ingin berpartisipasi melakukan kegiatan wisata yang bermakna pada komunitas lokal dalam berbagai proyek sosial yang dikemas dalam nuansa *voluntourism*. Bisnis ini mengedepankan prinsip keberlanjutan dengan *Triple Bottom Line* terdiri atas *environmental stewardship*, *social equity* dan *financial prosperity*. Aplikasi ini akan dilengkapi dengan berbagai fitur untuk memaksimalkan pengalaman pengguna. Diharapkan juga kedepannya bisnis ini mampu mendorong dan meningkatkan lapangan kerja dan potensi ekonomi kreatif komunitas lokal, membuka lebar peluang *inbound travel* dan akhirnya meningkatkan perekonomian masyarakat, kesadaran akan pentingnya lingkungan dan alam serta meningkatkan kecintaan akan budaya.



DAFTAR PUSTAKA

- AIRSHIP. (n.d.). AIRSHIP. Retrieved from Mobile App Marketing Explained:
<https://www.airship.com/resources/explainer/mobile-app-marketing-explained/>
- Almela, M. S. (2020). *Volunteer tourism*. Barcelona: Boixader & Go. Bo Meng, S. L.-L. (2020). *The Relative Importance of Volunteer Tourism (Sustainable/Pro Social Form of Tourism) Motivation Factors for Young Tourists: A Descriptive Analysis by Continents, Gender, and Frequency*. *Sustainable MDPI*, 1-16.
- Deloitte Touche Tohmatsu Limited. (2021). *2021 Deloitte Global Millennial Survey Report*. Deloitte Touche Tohmatsu Limited. Retrieved March 5, 2022, from
<https://www2.deloitte.com/global/en/pages/about-deloitte/articles/millennialsurvey.html>
- ECPAT Germany. (2018). *From Volunteering to Voluntourism : Challenges for the Responsible Development of a Growing Travel Trend*. Berlin: Brot für die Welt.
- Hertzfeld, E. (2022, March 10). *Survey: Nearly two-thirds of travelers rely on mobile apps during trips*. Retrieved from Hotel Management <https://www.hotelmanagement.net/tech/nearly-two-thirds-travelers-rely-mobile-apps-during-trip>
- Idris, M. (2022). Rincian UMP 2022 Se-Pulau Jawa, dari Tertinggi hingga Terendah.
<https://money.kompas.com/read/2021/11/21/214615126/rincian-ump-2022-se-pulau-jawa-dari-tertinggi-hingga-terendah?page=all>.
- Investopedia.com. (2021, September 3). Time Value Of Money (TVM).
- James A. Muncy, A. M. (2022, April 17). *Business Research Process*. Retrieved from Oxford University Press: <https://oxfordre.com/business/view/10.1093/acrefore/9780190224851.001.0001/acrefore-9780190224851-e-215>
- Ketter, E. (2021). *Millennial travel: tourism micro-trends of European Generation Y*. *Journal of Tourism Futures*.





Kristína Pompurová, R. M. (2018). *Volunteer Tourism as a Sustainable Form of Tourism—The Case of Organized Events*. Sustainability MDPI, 1-3.

Lester M. Salamon, S. W. (2018). *The Scope and Scale of Global Volunteering: Current Estimates and Next Steps*. A Background Paper for the 2018 State of the World's Volunteerism Report.

Liyanti, I. P. (2021). Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Wisatawan Mancanegara Memilih Paket Voluntourism Di Ivhq Ubud, Bali. *VOL 9 NO 1 (2021): JURNAL IPTA*. Retrieved from <https://ojs.unud.ac.id/index.php/pariwisata/article/view/75819>

Milne, S., Thorburn, E., Hermann, I., Hopkins, R., & Moscoso, F. . (2018). *Voluntourism Best Practices: Promoting Inclusive Community-Based Sustainable Tourism Initiatives* . Auckland: APEC Project: TWG 01 2016A.

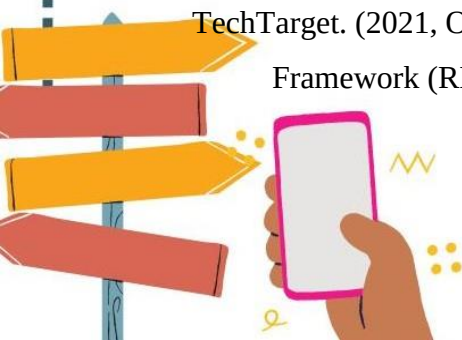
O'Malley, A. (2018). *Impacts of "Voluntourism" and Future Fair Trade Practices* . International Journal of Volunteer Administration

ORAGU, D. '. (2018, February 7). THE MANIFEST. Retrieved from What Is Mobile App Marketing?: <https://themanifest.com/app-development/what-is-mobile-app-marketing>

Sridharan, M. (2022, March 7). *TAM / SAM / SOM: How to properly size the market?* Retrieved from Think Insight: <https://thinkinsights.net/consulting/tam-sam-som/>

Sulcas, A. (2021, June 11). SENDER. Retrieved from 10 Mobile App Promotion Marketing Strategies: <https://www.sender.net/mobile-app-promotion-marketing-strategies/#:~:text=During%20App%20Launch%20Marketing,marketing%20as%20on%20promotional%20strategy.>

TechTarget. (2021, October). TechTarget SearchCIO. Retrieved from Risk Management Framework (RMF): <https://www.techtarget.com/searchcio/definition/Risk>





Management-Framework-RMF

Tomazos, K. (2015). *The Commercialization of Voluntourism: Money vs Mission*. Tourism Recreation Research.

UNWTO; WYSE Travel Confederation. . (2016). . *Global Report on the Power of Youth Travel*. UNWTO.

volunteertourismviews. (2013, March 23). Retrieved from What is the size of the voluntourism market?:
<https://volunteertourismviews.wordpress.com/2013/03/25/what-is-the-size-of-the-voluntourism-market/>

World Giving Index 2021 - *Charities Aid Foundation*. (2022, March 2). *Most Charitable Countries 2022*. Retrieved from World Population Review: <https://worldpopulationreview.com/country-rankings/most-charitable-countries>

