

PROYEK AKHIR
RENCANA BISNIS “GLAMPING CAMP SITU RAWA ABIDIN”

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



Disusun Oleh:

REDHA AGUSTIYAN DWINANTA

2020310015

PROGRAM STUDI PENGELOLAAN USAHA REKREASI

JURUSAN KEPARIWISATAAN

POLITEKNIK PARIWISATA NHI BANDUNG

2025

BUSINESS PLAN

GLAMPING CAMP SITU RAWA ABIDIN


PRESENTED BY


REDHA AGUSTIYAN DWINANTA



 [rawa_abidin_camp](https://www.instagram.com/rawa_abidin_camp)

 www.RawaAbidinCamp.co.id

 +6285892685578

 Jl. Karangmulya Kb.Bekasi

PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Redha Agustiyon Dwinarta
Tempat/Tanggal Lahir : Bekasi, 25 Agustus 2002
NIM : 2020310015
Program Studi : Pengelolaan Usaha Rekreasi
Jurusan : Kepariwisata

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir/Proyek Akhir yang berjudul:

RENCANA BISNIS “GLAMPING CAMP SITU RAWA ABIDIN”

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, 04 November 2025

Yang membuat pernyataan,



Redha Agustiyon Dwinarta

NIM : 2020310015

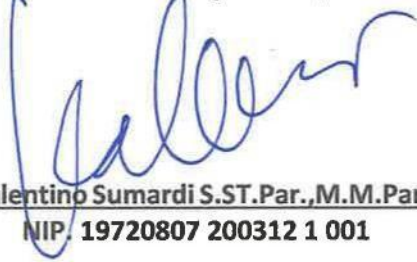
LEMBAR PENGESAHAN

PROYEK AKHIR

Rencana Bisnis "Glamping Camp Situ Rawa Rawa Abidin"

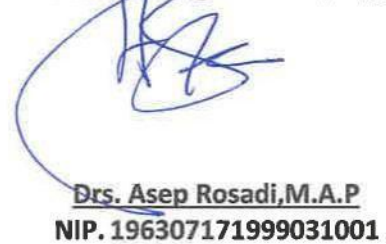
NAMA : Redha Agustiyana Dwinanta
NIM : 2020310015
JURUSAN : Kepariwisataaan
PROGRAM STUDI : Pengelolaan Usaha Rekreasi

Pembimbing Utama,



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

Pembimbing Pendamping,



Drs. Asep Rosadi, M.A.P
NIP. 196307171999031001

Bandung, 04 November 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 "Glamping Camp Situ Rawa Rawa Abidin"

NAMA : REDHA AGUSTIYAN DWINANTA
NIM : 2020310015
PROGRAM STUDI : PENGELOLAAN USAHA REKREASI

Pembimbing Utama,


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

Pembimbing Pendamping,


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

Penguji I,


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

Penguji II,


Dr. Anang Sutono, MM.Par., CHE.
NIP. 19650911 199203 1 001

Bandung, 11 Desember 2025

Mengetahui,

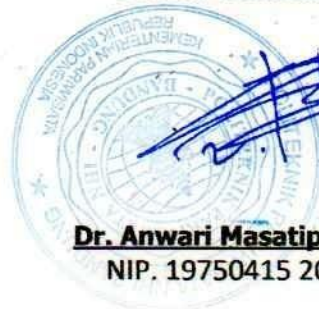
Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerja Sama


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

Menyetujui,

Direktur Politeknik NHI Bandung


Dr. Anwari Masatip., MM.Par., CEE
NIP. 19750415 2000212 1 001



KATA PENGANTAR

Dengan rasa syukur yang mendalam kepada Tuhan Yang Maha Esa, penulis telah berhasil menyelesaikan Proyek Akhir yang berjudul “Rencana Bisnis –*Glamping Camp Situ Rawa Abidin*” ini sebagai salah satu syarat untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan Diploma IV, program studi Pengelolaan Usaha Rekreasi di Politeknik Pariwisata NHI Bandung, sekaligus sebagai bentuk penerapan ilmu yang telah diperoleh selama delapan semester masa studi

Penulis mengucapkan terima kasih yang tulus kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, dukungan, dan inspirasi selama proses penyusunan proyek akhir ini. Dengan penuh rasa hormat, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih khusus kepada:

1. Bapak Dr. Anwari Masatip, MM.Par., selaku Direktur Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
2. Ibu Ni Gusti Made Kerti Utami, BA., M.M.Par., CHE., selaku Kepala Bagian Administrasi Akademik, Kemahasiswaan, dan Kerjasama Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
3. Ibu Endah Trihayuningtyas, S.Sos., MM.Par., selaku Ketua Jurusan Kepariwisataan.
4. Bapak Dicky Arsyul Salam, S.Par., M.Sc., selaku Ketua Program Studi Pengelolaan Usaha Rekreasi.
5. Bapak Valentino Sumardi, A.Par., MM.Par., selaku Pembimbing Utama.
6. Bapak Drs. Asep Rosadi, M.A.P selaku Pembimbing Pendamping.
7. Keluarga tercinta, yang selalu memberikan doa, dukungan dan motivasi kepada penulis.
8. Teman - teman seperjuangan dan seluruh keluarga besar Program Studi Pengelolaan Usaha Rekreasi

Berkat kebaikan serta dukungan dari berbagai pihak yang telah disebutkan sebelumnya, penulis dapat menyelesaikan penyusunan Proyek Akhir ini dengan baik. Penulis menyadari bahwa Proyek Akhir ini masih jauh dari kesempurnaan dan memiliki sejumlah keterbatasan. Oleh karena itu, masukan dan saran yang membangun dari berbagai pihak sangat diharapkan guna menyempurnakan karya ini. Penulis mengucapkan terima kasih dan berharap Proyek Akhir ini dapat memberikan manfaat bagi banyak pihak di masa mendatang.

Bandung, 03 November 2025
Hormat penulis,

Redha Agustiyana Dwinanta



DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	x
EXECUTIVE SUMMARY	1
BAB I DESKRIPSI BISNIS	3
A. Latar Belakang Ide Bisnis	3
B. Gambaran Umum Bisnis	4
1. Deskripsi Bisnis	4
2. Deskripsi Logo dan Nama	7
3. Identitas Bisnis	8
C. Visi dan Misi	9
D. Porter Five Forces Analysis	9
E. Gambaran Umum Produk/Jasa	15
F. Jenis/Badan Usaha	16
G. Aspek Legalitas	17
BAB II RENCANA PRODUK/JASA	19
A. Daftar dan Deskripsi Produk/Jasa	19
B. Alasan dan Keunggulan Produk/Jasa	22
C. Penyajian dan Kemasan Produk/Jasa	23
D. Analisa Resources	25
E. Analisa Proses Produk/Jasa	28
F. Inventory System	34
G. Supply Chain	36
H. Model Bisnis	44
BAB III RENCANA PEMASARAN	46
A. Riset Pasar	46
1. Analisa Survei	48
2. Segmen, Target, Positioning	52
B. Analisa Produk	64
C. Analisa Kompetitor	65
D. Program Pemasaran	72

E. Media Pemasaran.....	75
F. Proyeksi Penjualan.....	78
BAB IV ASPEK SDM DAN OPERATIONAL.....	82
A. Identitas Owners	82
B. Struktur Organisasi	83
C. Job Analysis dan Job Description	83
D. Manning Budget / Anggaran Tenaga Kerja	87
E. Recruitment & Hiring Procedure	88
F. Service Scape (Layout, Flow, SOP)	91
G. Action Plan & Report	94
BAB V ASPEK KEUANGAN	96
A. Metode Pencatatan Akuntansi	96
B. Capital Expenditure	97
C. Time Value of Money (Nilai Waktu Uang)	101
D. Pendanaan Investasi: Agency Theory	101
E. Penentuan Titik Impas dan Laba yang Diharapkan	103
F. Identifikasi Cash Inflow & Outflow	104
G. Metode Penilaian Investasi (Capital Budgeting)	106
DAFTAR PUSTAKA	110
DAFTAR LAMPIRAN	112
A. Kuesioner.....	112
B. Wawancara dengan Pengelola Glamping.....	113
C. Javelin Experiment Board.....	116



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Threat of New Entrants	10
Tabel 1.2 Bargaining Power of Supplier	10
Tabel 1.3 Bargaining Power of Buyer.....	11
Tabel 1.4 Threat of Substitutes.....	12
Tabel 1.5 Competitive Rivalry	13
Tabel 2.1 Analysis of Service Package	24
Tabel 2.2 Customer Journey Mapping	29
Tabel 2.3 Daftar Item Inventaris	34
Tabel 2.4 Supply Chain.....	38
Tabel 3.1 Hasil Survei Preferensi Fasilitas Glamping.....	48
Tabel 3.2 Hasil Market Test Prototyping Glamping Camp.....	50
Tabel 3.3 Segmentasi Psikografis, Demografis, dan Persona	53
Tabel 3.4 Estimasi Pasar (TAM – SAM – SOM).....	56
Tabel 3.5 Javelin Board Glamping Camp Situ Rawa Abidin.....	64
Tabel 3.6 Perbandingan Kompetitor Glamping Camp.....	67
Tabel 3.7 Matriks Analisis SWOT	68
Tabel 3.8 Marketing Mix (7P).....	73
Tabel 3.9 Komponen HPP per Malam per Tenda	77
Tabel 3.10 Proyeksi Penjualan Tahun Pertama (2025)	77
Tabel 3.11 Hasil Market Need Assessment.....	77
Tabel 4.1 Anggaran Tenaga Kerja	86
Tabel 4.2 Action Plan	93
Tabel 5.1 Tangible Investment	95
Tabel 5.2 Intangible Investment	97
Tabel 5.3 Working Capital	98
Tabel 5.4 NPV – Glamping Camp Situ Rawa Abidin.....	99
Tabel 5.5 Variable Cost dan Fixed Cost.....	101
Tabel 5.6 Break Even Point.....	101
Tabel 5.7 Operating Budget	102
Tabel 5.8 NPV Perhitungan.....	104
Tabel 5.9 Payback Period	106

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Glamping Camp Situ Rawa Abidin	7
Gambar 1.2 Five Forces Analysis	14
Gambar 2.1 Ilustrasi Desain Glamping	19
Gambar 2.2 Ilustrasi Sunrise Yoga & Mindfulness	20
Gambar 2.3 Ilustrasi Eksplorasi Alam untuk Anak.....	20
Gambar 2.4 Ilustrasi Kegiatan DIY Tie-Dye Shirt	21
Gambar 2.5 Ilustrasi Botanical Craft & Eco Painting.....	21
Gambar 2.6 Analysis Service Package.....	24
Gambar 2.8 Struktur Standard Operational Bisnis.....	32
Gambar 2.9 Alur Supply Chain.....	41
Gambar 2.10 Business Model Canvas – Glamping Camp Situ Rawa Abidin	44
Gambar 2.11 Value Proposition Canvas	45
Gambar 3.1 Tahapan STP	53
Gambar 3.2 Kuadran Positioning	64
Gambar 3.4 Diagram Competitive Analysis	66
Gambar 4.1 Struktur Organisasi	83
Gambar 4.2 Ilustrasi Peta Situ Rawa Abidin.....	91
Gambar 4.3 Penempatan Glamping Camp Situ Rawa Abidin	92
Gambar 4.4 Service Blueprint	93
Gambar 5.1 Economic Growth.....	105
Gambar 5.2 IRR	107



EXCECUTIVE SUMMARY

Glamping Camp Situ Rawa Abidin adalah proyek pengembangan wisata berbasis alam yang berlokasi strategis di Desa Karangmulya, Kecamatan Bojongmangu, Kabupaten Bekasi. Proyek ini tidak hanya menawarkan akomodasi mewah di tengah alam terbuka, tetapi juga mengusung konsep *community-based glamping* sebuah pendekatan yang menekankan kolaborasi antara wisata, edukasi, dan rekreasi dalam satu kesatuan ruang yang mendalam dan bermakna.

Beragam kegiatan tematik disiapkan untuk memperkaya pengalaman wisatawan, seperti *film night*, *campfire storytelling*, *kelas yoga outdoor*, *BBQ night*, hingga *kids eco-adventure*. Dengan pendekatan ini, wisatawan tidak hanya datang untuk menginap, tapi juga membangun keterhubungan emosional dengan alam dan komunitas lokal.

Secara pasar, segmentasi difokuskan pada masyarakat urban Jabodetabek usia produktif (21–40 tahun), khususnya komunitas hobi, pasangan muda, dan keluarga muda edukatif. Target pasar ini cenderung mencari pengalaman wisata yang unik, nyaman, dan bermuatan nilai sosial. Dengan strategi *niche market* dan pendekatan *tailored experience*, Glamping Camp membidik segmen yang belum maksimal dijangkau oleh wisata alam konvensional.

Dari sisi ukuran pasar, proyeksi *Total Addressable Market* (TAM) mencapai ±3,7 juta jiwa. *Serviceable Obtainable Market* (SOM) yang realistis ditetapkan sebesar 22% dari total proyeksi nilai pasar lima tahun sebesar Rp194,78 miliar atau sekitar Rp42,85 miliar, yang berarti rata-rata lebih dari Rp8 miliar per tahun. Pendapatan ini diperoleh dari penjualan tiket weekday & weekend, serta upselling melalui paket dokumentasi, wahana edukatif, dan pengalaman tematik lainnya. Adapun harga jual tiket ditetapkan mulai dari Rp245.000–Rp300.000 per malam, disesuaikan dengan jenis paket dan musim kunjungan.

Strategi pemasaran yang diterapkan berfokus pada *digital engagement*, kolaborasi dengan komunitas tematik, *content-driven branding*, serta aktivasi melalui platform seperti Instagram, TikTok, dan marketplace wisata. Penawaran bundling dan *loyalty program* juga akan diluncurkan untuk meningkatkan retensi dan word-of-mouth marketing.

Secara finansial, kebutuhan modal investasi awal sebesar Rp1,1 miliar, mencakup pembangunan infrastruktur, tenda, interior, legalitas, dan biaya promosi awal. Berdasarkan analisis keuangan:

1. *Net Present Value* (NPV) sebesar \pm Rp6,19 miliar – menunjukkan proyek sangat menguntungkan setelah memperhitungkan risiko dan nilai waktu uang.
2. *Internal Rate of Return* (IRR) mencapai 48%, jauh di atas rata-rata suku bunga bebas risiko maupun IRR industri pariwisata serupa.
3. Payback Period (PP) tercapai dalam waktu 3 tahun, yang berarti modal kembali sebelum masa akhir proyek 5 tahun.
4. Margin laba kotor (*Gross Margin*) diperkirakan stabil di kisaran 25–35% per tahun, dengan pertumbuhan pendapatan rata-rata 25% tahunan.

Dengan proyeksi tersebut, Glamping Camp Situ Rawa Abidin dipandang tidak hanya layak secara komersial, tetapi juga berdampak sosial positif dan berkelanjutan. Proyek ini berpotensi menjadi ikon baru eco-eduwisata berbasis komunitas di kawasan Bekasi, yang mampu meningkatkan daya tarik destinasi dan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal.

DAFTAR PUSTAKA

- Barbara, H. (2007). *Manajemen Rekreasi dan Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat. (2024). *Jumlah kunjungan wisatawan ke obyek wisata di Jawa Barat*. <https://jabar.bps.go.id/id/statisticstable/2/MjIwIzI=/jumlah%20-kunjungan-wisatawan-ke-obyek-wisata.html>
- Elpisah, E., Hasan, S., Sabtohadhi, J., Nurwahidah, M., Abdullah, A., & Fachrurazi, F. (2022). *Manajemen Keuangan*. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 16(1).
- Erislan. (2022). *Buku Ajar Riset Pemasaran*. Padang: CV. Jejak.
- Galamedia. (2024, Januari 12). *Top 6 Kabupaten/Kota yang Jadi Tujuan Wisata 2024 Berdasarkan Data BPS Jawa Barat, Bandung Urutan Berapa? Pikiran Rakyat*. <https://galamedia.pikiran-rakyat.com/news/pr-358933373/top-6-kabupatenkota-yang-jadi-tujuan-wisata-2024-berdasarkan-data-bps-jawa-barat-bandung-urutanberapa?page=all>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Lesmana, N., Hakim, I., Sanjaya, A., Marsin, I. S., Prasetyo, E., Witiyastuty, H., & Jamal, I. (2022). *Manajemen Pemasaran*.
- Lukman, S., Si, S., Psi, S., Cv, P., & Bintang, C. (2021). *Supply Chain Management*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Mudassir, A., Baali, Y., Ernawati, S., Asiya, R. S., Firta, W., Triwijayat, A., Ekopriyono, A., Sudirjo, F., Hermiyetti, H., Asraf, A., & Tarigan, B. (2023). *Metode Riset Manajemen Pemasaran: Pendekatan Kuantitatif*.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation*. Wiley.
- Rahmantlya, Y. E. K., Santosa, S., Novianti, R., Vitratin, V., Afrianita, N., Hijuzaman, O., & Mahriani, E. (2020). *Riset Pasar*. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 7(2).
- Ramdhani, I. (2024). *Sistem Informasi Persediaan Stok Barang Pada Two Brother Laundry Dengan Metode FIFO*. *Semnas Ristek (Seminar Nasional Riset dan Inovasi Teknologi)*, 8(01), 119–124. <https://doi.org/10.30998/semnasristek.v8i01.7144>
- Rosmen, R. (2019). *Program Rekreasi: Teori dan Aplikasi Lapangan*. Padang: UNP Press.
- Tanti Intan Permatasari. (2024). *Strategi Pengembangan Usaha Glamping Situ Cipicung Berbasis Edu-Wisata*. Universitas Indraprasta PGRI. Proyek Akhir.
- Tempo.co. (2024, April 17). *Pengeluaran Wisatawan Capai Rp 2,73 Juta dan Picu Perputaran Rp 369,8 Triliun Selama Libur Lebaran*. <https://www.tempo.co/ekonomi/pengeluaran-wisatawan-capai-rp-2-73-juta-dan-picuperputaran-rp-369-8-triliun-selama-libur-lebaran-67470>