

TUGAS AKHIR
“BEACHSIDE GLAMPING”

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan
Program Diploma III
Program Studi Manajemen Divisi Kamar
Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung



Disusun oleh:

Audilla Mutiara Sefrida
Nomor Induk: 201722222

PROGRAM STUDI MANAJEMEN DIVISI KAMAR
JURUSAN HOSPITALITI
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA BANDUNG
2020

PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Audilla Mutiara Sefrida
Tempat/Tanggal Lahir : Jakarta, 10 September 1999
NIM : 201722222
Program Studi : Manajemen Divisi Kamar
Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Tugas akhir/proyek akhir/skripsi yang berjudul:
“BUSINESS MODEL CANVAS : BEACHSIDE GLAMPING”
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 STP Bandung dan etika yang berlaku dalam masyarakat kecuali arahan dari tim pembimbing.
2. Dalam tugas akhir proyek akhir ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan oleh 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 di/proyek akhir/skripsi ini ditemukan adanya pelanggaran atas apa yang saya nyatakan diatas 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 sesuai dengan norma yang berlaku di Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung beserta peraturan peraturan terkait lainnya.
4. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandung,
Yang membuat pernyataan,



Audilla Mutiara Sefrida
NIM: 201722222

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Dengan ini saya **Edison, S.sos. MM** sebagai dosen pembimbing I dari mahasiswa:

Nama : Audilla Mutiara Sefrida
NIM : 201722222
Program Studi : Manajemen Divisi Kamar
Proposal Tugas Akhir : *Beachside Glamping*

Menyetujui mahasiswa diatas untuk maju mengikuti seminar Ujian Proposal pada bulan Oktober 2020 periode Akademik 2020/2021.

Pembimbing I,



Edison, S.sos. MM

NIP. 19580514 199303 1 002

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Dengan ini saya **Dr. Ananta Budhi Danurdara B.A., M.Sc** sebagai dosen pembimbing II dari mahasiswa:

Nama : Audilla Mutiara Sefrida
NIM : 201722222
Program Studi : Manajemen Divisi Kamar
Proposal Tugas Akhir : *Beachside Glamping*

Menyetujui mahasiswa diatas untuk maju mengikuti seminar Ujian Proposal pada bulan Oktober 2020, periode Akademik 2020/2021.

Pembimbing II,



Dr. Ananta Budhi Danurdara B.A., M.Sc
NIP. 19750611 200212 1 001

LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI/PROYEK AKHIR/TUGAS AKHIR

***BUSINESS MODEL CANVAS
"BEACHSIDE GLAMPING"***

NAMA : Audilla Mutiara Sefrida
NIM : 201722222
PROGRAM STUDI : Manajemen Divisi Kamar

Pembimbing I,



Edison, S.sos. MM
NIP.19580514 199303 1 002

Pembimbing II,



Dr. Ananta Budhi Danurdara, B.A., M.Sc
NIP.19750611 200212 1 001

Bandung, 16 Februari 2021

Mengetahui,

Kabag, Administrasi Akademik dan
Kemahasiswaan

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

Menyetujui,

Ketua SekolahTinggi
Pariwisata NHI Bandung

Faisal, MM.Par., CHE.
NIP. 19730706 199503 1 00 1

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan penyertaan sehingga proses pengerjaan Tugas Akhir yang berjudul **“BUSINESS MODEL CANVAS : *BEACHSIDE GLAMPING*”** dapat berjalan lancar dan selesai tepat pada waktunya. Penulisan Tugas Akhir ini adalah salah satu syarat kelulusan untuk menempuh Program Studi Diploma III Manajemen Divisi Kamar di Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung.

Dalam pengerjaan Tugas Akhir ini, penulis dibimbing dan diarahkan oleh banyak pihak sehingga penulis dapat mentuntaskan Tugas Akhir dengan tepat waktu dan benar. Maka dari itu, saya mengucapkan terima kasih banyak kepada:

1. Bapak Faisal, MM. Par, CHE. selaku Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung.
2. Bapak Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc. selaku Kepala Bagian Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung.
3. Bapak Edison, S.Sos., MM., selaku Ketua Jurusan Hospitaliti Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung dan selaku pembimbing I yang telah membantu memberikan motivasi dan banyak saran yang membangun dalam proses penyusunan Tugas Akhir ini.
4. Bapak Lucky Karsuki, BA., MM. selaku Ketua Program Studi Manajemen Divisi Kamar Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung.

5. Bapak Dr. Ananta Budhi Danurdara B.A., M.Sc selaku pembimbing II yang juga telah membantu memotivasi, memberikan saran dan masukan dalam proses penyusunan Tugas Akhir agar menjadi lebih baik.
6. Seluruh dosen prodi Manajemen Divisi Kamar Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung yang telah memberikan ilmu dan dukungan untuk penulis.
7. Ibu Saira Pervind dan Bapak Mohamad Susiyanto selaku orang tua penulis yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan dari berbagai aspek selama proses pengerjaan Tugas Akhir.
8. Oscar Aulia Edward yang senantiasa membantu memberi saran, masukan dan dukungan selama pengerjaan Tugas Akhir.
9. Kepada seluruh kerabat penulis di STP NHI Bandung yang tidak dapat di sebutkan satu persatu yang juga terus memotivasi penulis dalam hal apapun.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam Tugas Akhir ini, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran membangun sebagai perbaikan kedepannya. Dan semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi setiap pembaca.

Bandung,

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman

PERNYATAAN MAHASISWA	
PERSETUJUAN PEMBIMBING	
LEMBAR PENGESAHAN	
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR TABEL	viii
EXECUTIVE SUMMARY	x
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Gambaran Umum Bisnis	4
C. Visi dan Misi	7
D. SWOT Analysis	8
E. Spesifikasi Produk	9
F. Jenis Badan Usaha.....	13

G. Aspek Legalitas	14
BAB II	16
ASPEK PRODUK	16
A. Daftar dan Deskripsi Produk	16
B. Analisa Keunggulan Produk	16
C. Penentuan Kapasitas dan Rencana Produksi	18
D. Penyajian dan Kemasan Produk	19
E. Mekanisme Quality Check	23
BAB III	24
RENCANA PEMASARAN	26
A. Riset Pasar	26
B. Validasi Produk – <i>Market fit</i>	26
C. Kompetitor	35
D. Program Pemasaran	39
E. Media Pemasaran	42
F. Proyeksi Penjualan	46
BAB IV	51
ASPEK SDM DAN OPERATIONAL	51
A. Identitas Pemilik	51

B. Struktur Organisasi	51
C. Job Analysis dan Job Description	54
D. Anggaran Tenaga Kerja	60
E. Servicescape	62
F. Action Plan dan Report	64
BAB V.....	54
ASPEK KEUANGAN	54
A. Metode Pencatatan Akutansi.....	54
B. Capital Expenditure.....	67
C. Nilai Waktu Uang	73
D. Pendanaan Investasi	75
E. Penentuan Titik Impas dan Laba Yang Diharapkan	77
F. Identifikasi <i>Cash Inflow</i> dan <i>Outflow</i>	82
DAFTAR PUSTAKA.....	87

DAFTAR GAMBAR

Grafik Kunjungan Wisatawan	2
Logo Beachside Glamping.....	5
Lokasi Beachside Glamping	7
Tampak Depan Bantam Tent	12
Tampak Depan Batavia Tent	13
Hasil Riset Berdasarkan Profesi	27
Hasil Riset Berdasarkan Seberapa Sering Melakukan Staycation	28
Hasil Riset Hal Yang Menjadi Pertimbangan Responden Ketika Memilih Akomodasi	29
Hasil Riset Penggunaan Jasa Akomodasi Glamping	30
Hasil Riset Ketertarikan Responden untuk Menginap di Beachside Glamping	31
Piramida Market Fit	32
Tent Resort Glamping Lakeside Rancabali	36
Trizara Resort Glamping	37
Legok Kondang Lodge	38
Desain dan Suasana Beachside Glamping	44
Struktur Organisasi Beachside Glamping.....	51

Layout Bantam Tent	63
Layout Batavia Tent.....	63
Layout Ruang Spa.....	64

DAFTAR TABEL

Kapasitas Fasilitas	19
Biaya Produksi Bantam Tent	20
Biaya Produksi Batavia Tent.....	20
Perhitungan Nilai Jual Tenda.....	21
Perhitungan Nilai Jual Restoran.....	21
Perhitungan Nilai Sewa Watersport	22
Perhitungan Nilai Jual Spa.....	22
Potensi Maksimal Pendapatan Tenda Beachside Glamping	23
Potensi Maksimal Pendapatan Fasilitas Penunjang	23
Analisa Keunggulan dan Kelemahan Tent Resort Glamping Lakeside.....	37
Analisa Keunggulan dan Kelemahan Trizara Resort Glamping	38
Analisa Keunggulan dan Kelemahan Legok Kondang Lodge.....	39
Target <i>Occupancy</i> Tahun Pertama	47
Target <i>Occupancy</i> Tahun Kedua.....	48
Target <i>Occupancy</i> Tahun Ketiga	49
Target <i>Occupancy</i> Tahun Ke-empat	50
Target <i>Occupancy</i> Tahun Kelima	51

Proyeksi Target Penjualan Beachside Glamping Selama 5 Tahun	52
Target Penjualan Fasilitas Penunjang	51
Anggaran Tenaga Kerja	61
<i>Action Plan</i> dan <i>Report</i> Beachside Glamping.....	65
Pengelompokan Depresiasi Undang Undang Perpajakan	68
Tangible Investment.....	69
Masa dan Tarif Imortisasi	71
Intangible Investment Beachside Glamping	71
<i>Working Capital</i> Beachside Glamping.....	72
Pendanaan Investasi Owner’s Equity & Dept (Bank Loan).....	76
Jadwal Angsuran Pinjaman Bank.....	77
Fixed Cost Beachside Glamping	78
Variable Cost Beachside Glamping	78
Operating Budget Beachside Glamping.....	83
<i>Project Cash Flow</i> Beachside Glamping	84
Kumulatif Operating Cash Flow	84

Executive Summary

Beachside Glamping merupakan badan usaha yang berdiri dibidang akomodasi pariwisata. Glamping atau *glamorous camping* adalah akomodasi dengan menggunakan tenda modern yang dilengkapi dengan penyediaan fasilitas lengkap seperti tempat tidur, kamar mandi, TV, *Wi-fi, amenities* sehingga mempermudah pengunjung yang ingin merasakan menginap dengan suasana berbeda yang menyatu dengan alam secara praktis.

Beachside Glamping merupakan glamping pertama yang dibangun dipinggir pantai Jawa Barat. Pantai Ciantir Sawarna, Banten, Jawa Barat merupakan lokasi terdirinya Beachside Glamping lahan seluas 2 hektar tersebut akan dibangun 2 tipe kamar yaitu Batavia Tent dan Bantam Tent dengan adanya fasilitas pendukung seperti spa dan *watersport*.

Jenis badan usaha yang diterapkan oleh Beachside Glamping adalah PT. atau Perseroan Terbatas yang merupakan modal dari perusahaan tersebut berasal dari penanam saham saham, dan saham tersebut dapat diperjualbelikan tanpa perlu membuarkan atau mengganggu oprasional perusahaan. Untuk pejelasan mendetail akan dipaparkan lengkap di bab selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Purwaji, S. (2013). *Akutansi Dasar*. Grasindo.
- Aweru, O. (2020). *Perancangan Strategi Pemasaran*. 5.
- Drs. Deliarnov, M. (2010:69). *Ilmu Pengetahuan Sosial Ekonomi*. Bandung: Erlangga.
- Fitriani, R. (2017). Aspek Hukum Legalitas Perusahaan atau Badan Usaha Dalam Kegiatan Bisnis. *media.neliti.com*.
- Nenggala, A. K. (2006:83). *Pendidikan Jasmani, Olahraga dan Kesehatan*. Jakarta: Grafindo Media Pratama.
- Olsen, D. (2015). *The Lean Product Playbook*. Wiley.
- Oscario, A. (2013). Pentingnya Peran Logo Dalam Membangun Brand. *research-dashboard.binus.ac.id*.
- Rangkuti, F. (2006:18). *Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- SAPUTRA, A. (2017). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN SERVICESCAPE*, 9-10.

Sayuti, A. J. (2015: 9). *Pengantar Bisnis Dalam Perspektif Aktivitas Kelembagaan*. Jakarta:

Alfabeta.

Widjajanta, B. (2017). *Mengasah Kemampuan Ekonomi*. Bandung: Citra Praya.