



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

**STRATEGI BISNIS *STARTUP TOUR GUIDE* DENGAN NAMA
VISITORY**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Tugas Akhir Skripsi

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen (S.M.)

Disusun oleh:

Frisca Harya Gunawan

00000034654

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2022

**STRATEGI BISNIS *STARTUP TOUR GUIDE* DENGAN NAMA
VISITORY**



Tugas Akhir Skripsi

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen (S.M.)



Disusun oleh:

Frisca Harya Gunawan

00000034654

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2022



BUSINESS PLAN

Visitory

Universitas Multimedia Nusantara, New Media Tower Lv. 11 & 12, Jl. Boulevard Raya Gading Serpong, Curug Sangereng, Kec. Kelapa Dua, Tangerang, Banten 15811

Email: visitoryindonesia@gmail.com

Instagram: @Visitory.id

TikTok: Visitoryindonesia

Facebook: Visitory.id

Website: <https://visitoryindonesia.com>

Audrey Thalia Ananto

CEO

Jl. Alloggio Timur 1 no.11, Pagedangan, Kab.
Tangerang, Banten

Phone: (+62) 812-7417-0058

Email: Audrey.thalia@student.umn.ac.id

Frisca Harya Gunawan

CFO

Komplek Mutiara Garuda Blok A3 no.37,
Teluknaga, Tangerang, Banten

Phone: (+62) 851-6146-1366

Email: frisca.harya@student.umn.ac.id

Natasha Patricia Love

COO

Jl. Alloggio Timur 1 no.11, Pagedangan, Kab.
Tangerang, Banten

Phone: (+62) 821-7623-0239

Email: Natasha.patricia@student.umn.ac.id

Patrick Chenliadi

CMO

Scientia Square Barat No 1,
Tangerang, Banten

Phone: (+62) 852-380-88889

Email: patrick.chenliadi@student.umn.ac.id

HALAMAN PENGESAHAN

STRATEGI BISNIS *STARTUP TOUR GUIDE* DENGAN NAMA VISITORY

Oleh:

Nama : Frisca Harya Gunawan
NIM : 00000034654
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Selasa, 10 Januari 2023


Pukul 11.00 s/d 12.30 dan dinyatakan


LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut:

Ketua Sidang


Penguji


Purnamaningsih, S.E., M.S.M.
0323047801


Boby Arinto, S.E., M.M.
0323057005

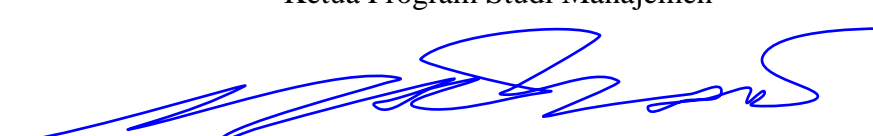
Pembimbing 1

Pembimbing 2


Helena Dewi, S.E., M.S.M.
0310098303


Ir. Arief Iswariyadi, M.Sc., Ph.D.
0316026404

Ketua Program Studi Manajemen


Dr. Mohammad Annas, S.Tr.Par, M.M, CSCP
0312087404

PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Frisca Harya Gunawan
NIM : 00000034654
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Menyatakan bahwa tugas akhir dengan judul “**PERENCANAAN DAN IMPLEMENTASI BISNIS DARI PERUSAHAAN STARTUP TOUR GUIDE DENGAN NAMA VISITORY**” merupakan hasil tulisan penulis bersama Audrey Thalia Ananto, Natasha Patricia Love dan Patrick Chenliadi yang merupakan anggota tim Visitory tanpa melakukan plagiarisme. Semua kutipan karya ilmiah pihak atau lembaga lain yang dirujuk dalam laporan tugas akhir skripsi ini telah disebutkan sumber kutipannya dan telah dicantumkan di daftar pustaka. Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan atau penyimpangan, maka kami bersedia menerima konsekuensi sesuai peraturan yang berlaku di Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 23 Desember 2022

Yang membuat pernyataan



Frisca Harya Gunawan
00000034654

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya yang melimpah, sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “Perencanaan dan Implementasi Bisnis dari Perusahaan *Startup Tour Guide* dengan Nama *Visitory*” dengan baik, lancar, dan sesuai dengan tenggat waktu yang telah ditentukan. Tujuan dari penulisan laporan akhir *business plan* ini adalah sebagai syarat kelulusan untuk mata kuliah *thesis* dengan bobot 6 sks dan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi Strata 1 (S1) dengan memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M.) pada program studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.

Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada seluruh pihak yang telah terlibat, memberikan bantuan, pengarahan, dukungan, dan bimbingan kepada penulis hingga laporan tugas akhir ini dapat diselesaikan dengan baik. Maka dari itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

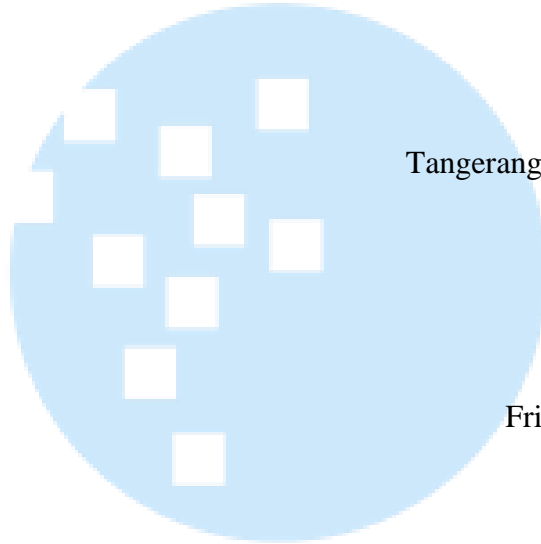
1. Bapak Dr. Ninok Leksono, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Ibu Dr. Florentina Kurniasari T., S.Sos., M.B.A., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara.
3. Bapak Dr. Mohammad Annas, S.Tr.Par., M.M., CSCP., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara yang telah membantu dalam persetujuan laporan tugas akhir penulis.
4. Ibu Helena Dewi, S.E., M.S.M., selaku dosen pembimbing pertama yang telah banyak membantu, memberikan bimbingan, pengarahan, dan motivasi

dengan penuh kesabaran dan ketelitian hingga laporan tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan baik.

5. Bapak Ir. Arief Iswariyadi, M.Sc., Ph.D selaku dosen pembimbing kedua yang telah banyak membantu, memberikan bimbingan, pengarahan, dan motivasi dengan penuh kesabaran dan ketelitian hingga laporan tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Segenap keluarga penulis yang selalu memberikan dukungan, motivasi, doa, dan informasi yang dibutuhkan dalam penyelesaian tugas akhir ini, sehingga dapat terselesaikan dengan baik.
7. Tim Visitory sebagai rekan kerja yang telah saling membantu, menemani, dan mendukung satu sama lain dalam setiap proses penulisan tugas akhir.
8. Partner *tour guide* Visitory yang telah bersedia menjadi partner Visitory dan membantu Visitory untuk lebih maju dan berkembang.
9. Teman dan sahabat penulis yang selalu mendukung dan memotivasi penulis dalam penyelesaian laporan tugas akhir ini.
10. Pihak - pihak yang tidak dapat disebutkan namanya satu per satu yang selalu memberikan dukungan dan motivasi penulis dalam penulisan tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih belum sempurna dan memiliki kekurangan. Maka dari itu, penulis meminta maaf jika terdapat kesalahan atau kekurangan dalam penulisan laporan tugas akhir skripsi ini. Penulis sangat terbuka terkait kritik dan saran yang diberikan agar tugas akhir ini dapat menjadi lebih baik. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah

memberikan pembelajaran dan memberikan kesempatan dalam penulisan laporan akhir skripsi ini. Semoga laporan tugas akhir skripsi ini dapat bermanfaat untuk orang lain.



Tangerang, 23 Desember 2022

Frisca Harya Gunawan
00000034654

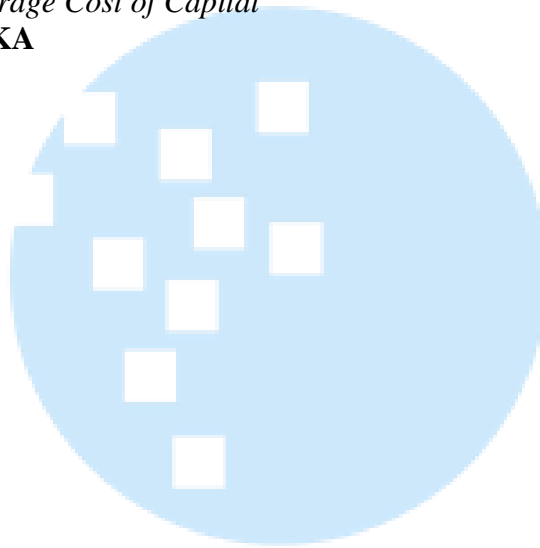
UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I	1
<i>EXECUTIVE SUMMARY</i>	1
1.1 Perkenalan	1
1.2 Deskripsi Perusahaan	1
1.3 Analisis Industri	2
1.4 Analisis Pasar	3
1.5 Analisis Pemasaran	4
1.6 Tim Manajemen dan Struktur Perusahaan	5
1.7 Rencana Operasional dan Pengembangan Produk	5
1.8 Proyeksi Keuangan	6
1.9 Pendanaan	6
BAB II	7
DESKRIPSI PERUSAHAAN	7
2.1 Pendahuluan	7
2.2 Latar Belakang	10
2.3 Sejarah Singkat Berdirinya Perusahaan	14
2.4 <i>Tagline</i>	15
2.5 Produk	15
2.6 Status Bisnis Saat Ini	18
2.7 Kebutuhan Dana Yang Diharapkan	18
2.8 Status Hukum dan Kepemilikan Usaha	18
BAB III	20
ANALISIS INDUSTRI	20
3.1 Ukuran Industri Pariwisata	20
3.2 Pertumbuhan Industri Pariwisata di Jawa Barat & Indonesia	21
3.2.1 Perkembangan Industri	21
3.2.2 Rata - Rata Pertumbuhan Industri	22
3.3 Proyeksi Penjualan Industri	24
3.4 Karakteristik Industri	26
3.5 Tren Industri	29
3.6 Prospek Jangka Panjang Industri	31
3.7 Kesimpulan	32
BAB IV	34
ANALISIS PASAR	34
4.1 Analisis Kompetitor	34

4.2 <i>Competitive Analysis Grid</i>	38
4.3 Analisis SWOT	42
4.4 Estimasi Penjualan Tahunan	47
BAB V	49
ANALISIS PEMASARAN	49
5.1 Strategi Pemasaran	49
5.1.1 Segmentasi Pasar	49
5.1.2 Seleksi <i>Target Market</i>	51
5.1.3 Ukuran <i>Target Market</i>	57
5.1.4 Perilaku Konsumen	60
5.1.5 Pemosisian	65
5.1.6 Diferensiasi Produk	66
5.1.7 <i>Product Attribute Map</i>	68
5.1.8 Strategi Harga	71
5.2 Proses Penjualan dan Bauran Promosi	72
5.2.1 Proses Penjualan	72
5.2.2 Bauran Promosi	73
BAB VI	78
TIM MANAJEMEN & PERUSAHAAN	78
6.1 Tim Manajemen	78
6.2 Tujuan dan Sasaran Perusahaan	80
BAB VII	82
PERENCANAAN OPERASIONAL	82
7.1 Model dan Prosedur Operasional	82
7.1.1 <i>Input</i>	83
7.1.2 <i>Process</i>	85
7.1.3 <i>Output</i>	96
7.1.4 Distribusi Layanan	101
7.2 <i>Customer Journey</i>	102
7.3 Lokasi Bisnis	103
7.4 Fasilitas dan Peralatan	105
BAB VIII	106
DESAIN PRODUK DAN RENCANA PENGEMBANGAN	106
8.1 Status Pengembangan	106
8.2 Tantangan dan Resiko	110
8.3 Biaya	112
8.4 Properti Intelektual	113
BAB IX	114
IMPLEMENTASI STRATEGI	114
9.1 <i>Milestones</i>	114
9.2 Akuisisi Konsumen	116
BAB X	118
PROYEKSI KEUANGAN	118
10.1 Pendanaan dan Biaya	118
10.2 Proyeksi Penjualan	121

10.3 Proyeksi Penjualan 3-Tahun	123
10.4 Proyeksi Laba Rugi	128
10.5 <i>Balance Sheet</i>	130
10.6 Arus Kas 3-Tahun	131
10.7 <i>Break Even Point</i>	132
10.8 <i>Payback Period</i>	133
10.9 <i>Return On Investment</i>	134
10.10 <i>Debt to Equity Ratio</i>	134
10.11 <i>Weighted Average Cost of Capital</i>	135
DAFTAR PUSTAKA	136
LAMPIRAN	143



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Perkembangan Jumlah Kunjungan Wisman ke Indonesia	7
Gambar 2.2 Kontribusi Sektor Pariwisata terhadap PDB	8
Gambar 2.3 Pengecekan Merek Visitory pada Portal DJKI	10
Gambar 2.4 Hasil Survei Tantangan selama Berlibur (n=74)	11
Gambar 2.5 Hasil Survei Kebutuhan <i>Tour Guide</i> saat Berlibur (n=74)	11
Gambar 2.6 Jumlah Akomodasi, Kamar, dan Tempat Tidur Hotel Bintang di Bandung	12
Gambar 2.7 Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Indonesia	14
Gambar 2.8 Logo Visitory	16
Gambar 3.1 Jumlah Wisatawan Domestik dan Mancanegara	21
Gambar 3.2 Jumlah Perjalanan Wisatawan Nusantara	22
Gambar 3.3 Jumlah Desa Wisata di Indonesia	25
Gambar 3.4 <i>Industry Life Cycle</i>	26
Gambar 3.5 <i>Butler's Tourism Area Life Cycle Model</i>	27
Gambar 4.1 Survei Tantangan Wisatawan dalam berwisata (n=74)	40
Gambar 4.2 <i>Competitive Analysis Grid</i> Kompetitor OTA	42
Gambar 4.3 <i>Competitive Analysis Grid</i> Kompetitor <i>Tour Guide</i> Bandung	42
Gambar 4.4 Matriks SWOT Visitory	45
Gambar 5.1 Jumlah Penduduk Indonesia Berdasarkan Usia (per 31 Desember 2021)	50
Gambar 5.2 Hasil Survei Responden Berlibur ke Salah Satu Provinsi di Pulau Jawa (n=73)	53
Gambar 5.3 Hasil Survei Kebutuhan Responden akan <i>Tour Guide</i> (n=74)	53
Gambar 5.4 Hasil Survei Karakteristik Destinasi yang Diminati (n=74)	54
Gambar 5.5 Hasil Survei Wisata yang Sering Dikunjungi (n=74)	54
Gambar 5.6 Hasil Survei Provinsi yang Dipilih untuk Berlibur (n=74)	55
Gambar 5.7 Kekurangan Dalam Menggunakan <i>Tour Guide</i> (n=74)	56
Gambar 5.8 Jumlah Kunjungan Wisatawan	57
Gambar 5.9 Rumus Pangsa Pasar Target Market	58
Gambar 5.10 Usia Responden (n=75)	61
Gambar 5.11 Domisili Responden (n=75)	61
Gambar 5.12 Profesi Responden (n=75)	62
Gambar 5.13 Kategori Destinasi Wisata	62
Gambar 5.14 Karakteristik Destinasi Wisata	63
Gambar 5.15 Frekuensi Perjalanan Wisata (n=74)	64
Gambar 5.16 Lama Persiapan Liburan (n=74)	64
Gambar 5.17 Lama Waktu Berlibur (n=74)	64
Gambar 5.18 Preferensi Aktivitas (n=74)	65
Gambar 5.19 <i>Partner</i> Berlibur (n=74)	65
Gambar 5.20 <i>Product Attribute Map</i>	70
Gambar 5.21 <i>Channel Strategy</i> Visitory	73
Gambar 6.1 Struktur Organisasi Visitory	80

Gambar 7.1 Model Operasional Visitory	82
Gambar 7.2 Riset dengan <i>Google Form</i>	83
Gambar 7.3 Survei Langsung ke Taman Langit	88
Gambar 7.4 Form Pendaftaran <i>Tour Guide</i>	90
Gambar 7.5 <i>Interview Tour Guide</i> Pak Muchamad	91
Gambar 7.6 Pertemuan <i>Online</i> Bersama Pak Rakhmanto	92
Gambar 7.7 Pertemuan <i>Online</i> Bersama Pak Dadang	92
Gambar 7.8 Pertemuan <i>Online</i> Bersama Pak Ilham	93
Gambar 7.9 Bertemu Langsung dengan Pak Mulyadi	93
Gambar 7.10 Standar Tarif Minimum Pramuwisata Indonesia	96
Gambar 7.11 Foto Bersama Pak Dadang (Mitra Visitory)	98
Gambar 7.12 <i>Customer Journey</i>	102
Gambar 8.1 <i>Prototype Website</i> Awal Visitory	108
Gambar 8.2 <i>Homepage</i> Visitory	109
Gambar 9.1 Uraian <i>Milestones</i>	116
Gambar 9.2 Konten Iklan Media Sosial	117
Gambar 10.1 Grafik Proyeksi Penjualan Tahun Pertama	123
Gambar 10.2 Grafik Proyeksi Penjualan Selama 3 Tahun	127



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Indonesia	13
Tabel 4.1 Perbandingan dengan Kompetitor OTA	34
Tabel 4.2 Perbandingan dengan Kompetitor <i>Tour Guide</i> Bandung	36
Tabel 4.3 Perbandingan Nilai <i>Visitory</i> dengan Kompetitor OTA	39
Tabel 4.4 Perbandingan Nilai <i>Visitory</i> dengan Kompetitor <i>Tour Guide</i> Bandung	39
Tabel 5.1 <i>Holiday Behavior</i>	55
Tabel 5.2 Perhitungan Potensi Pasar <i>Visitory</i>	57
Tabel 5.3 Alokasi <i>Budget</i> Pemasaran (Tahun 1 - 5)	76
Tabel 6.1 Sasaran Terukur Selama 3 Tahun	81
Tabel 7.1 Data Responden <i>Interview</i>	84
Tabel 7.2 Daftar Destinasi yang dikunjungi <i>Visitory</i>	87
Tabel 7.3 Fasilitas dan Peralatan <i>Visitory</i>	105
Tabel 8.1 Status Pengembangan <i>Visitory</i>	106
Tabel 8.2 Tantangan dan Resiko <i>Visitory</i>	110
Tabel 8.3 Biaya Pengembangan <i>Visitory</i>	113
Tabel 9.1 Hasil <i>User Testing</i>	114
Tabel 10.1 Proyeksi Pendanaan dan Biaya Tahun 1	119
Tabel 10.2 Proyeksi Pendanaan dan Biaya Tahun 2	120
Tabel 10.3 Proyeksi Pendanaan dan Biaya Tahun 3	121
Tabel 10.4 Uraian proyeksi Penjualan <i>Visitory</i> Tahun Pertama	122
Tabel 10.5 Proyeksi Penjualan 3-Tahun	124
Tabel 10.6 Proyeksi Laba Rugi	128
Tabel 10.7 <i>Balance Sheet</i>	130
Tabel 10.8 Arus Kas 3-Tahun	131
Tabel 10.9 <i>Break Even Point</i>	132
Tabel 10.10 Perhitungan <i>Return On Investment</i>	133

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A. Proses Perizinan HAKI	143
Lampiran B. Survei Perilaku Wisatawan Saat Menikmati Waktu Liburan Demografis Responden	143
Lampiran C. Wawancara Narasumber	155
Lampiran D. Survei Destinasi di Bandung	156
Lampiran E. Video Rangkuman Hasil Survei Destinasi Bandung	158
Lampiran F. Rapat Tim Visitory dan Inkubasi Skystar Ventures	158
Lampiran G. Surat Perjanjian Kerjasama dengan <i>Tour Guide</i>	159
Lampiran H. Pengecekan Turnitin	161
Lampiran I. Form Konsultasi Bimbingan	162

