

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| Halaman | |
| HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS | i |
| HALAMAN PENGESAHAN | ii |
| KATA PENGANTAR..... | iii |
| HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS..... | v |
| ABSTRAK..... | vi |
| DAFTAR ISI..... | viii |
| DAFTAR TABEL | xv |
| DAFTAR GAMBAR..... | ix |
| | |
| BAB I..... | 17 |
| PENDAHULUAN | 17 |
| 1.1 Latar Belakang..... | 17 |
| 1.2 Identifikasi Masalah..... | 19 |
| 1.2.1 Customer Job To Be Done..... | 19 |
| 1.2.2 Customer Pains | 19 |
| 1.2.3 Customer Gains..... | 20 |
| 1.3 Solusi Bisnis..... | 20 |
| 1.3.1 Pain Relivers..... | 20 |
| 1.3.2 Gain Creators..... | 20 |
| 1.3.3 Product & Services..... | 23 |
| 1.4 Visi dan Misi | 24 |
| 1.4.1 Profil Perusahaan | 25 |
| 1.4.2 Visi dan Misi..... | 25 |
| 1.4.3 Nilai dan budaya perusahaan | 25 |
| | |
| BAB II | 27 |
| ANALISA FAKTOR EKSTERNAL..... | 27 |
| 2.1 Framework | 27 |
| 2.2 Kekuatan Kompetitif (Competitive Forces)..... | 28 |
| 2.2.1 Threat of New Entrants | 28 |
| 2.2.2 Rivalry Ammong Existing Firms..... | 30 |
| 2.2.3 Bargaining Power of Buyers..... | 32 |
| 2.2.4 Bargaining Power of Suppliers..... | 37 |
| 2.2.5 Threat of Substitute Products..... | 41 |
| 2.2.6 Analisa Porter..... | 42 |
| 2.3 PEST..... | 42 |
| 2.3.1 Analisa Politik (Politic Forces)..... | 43 |
| 2.3.2 Analisa Ekonomi (Economic Forces) | 44 |
| 2.3.3 Analisa Sosial (Social Forces)..... | 47 |
| 2.3.4 Analisa Teknologi (Technology Forces)..... | 49 |
| 2.4 Opportunity – Threat (EFE)..... | 52 |
| | |
| BAB III..... | 53 |
| ANALISA FAKTOR INTERNAL | 53 |
| 3.1 Framework | 53 |
| 3.2 Analysis of Demand..... | 53 |
| 3.2.1 Harga (R1)..... | 53 |
| 3.2.2 Keamanan dan kenyamanan (R2)..... | 53 |
| 3.2.3 Landscape yang baik (R3)..... | 54 |

| | |
|--|------------|
| 3.2.4 Lokasi (R4)..... | 54 |
| 3.2.5 Fasilitas Villa (R5)..... | 54 |
| 3.2.6 Wahana pendukung (R6)..... | 54 |
| 3.2.7 Check In konsep (C1)..... | 54 |
| 3.2.8 Desain (C2)..... | 54 |
| 3.3 Analysis of Competition | 55 |
| 3.3.1 Permodalan (R7)..... | 56 |
| 3.3.2 Inovasi (R8)..... | 56 |
| 3.3.3 SDM (R9) | 56 |
| 3.3.4 Memiliki Kerjasama dengan pengelola wisata lain (C3)..... | 56 |
| 3.3.5 Jalinan bisnis to bisnis (C4)..... | 56 |
| 3.3.6 Metode pemasaran (C5)..... | 56 |
| 3.4 Tabel Penilaian Resources and Capabilities..... | 57 |
| 3.5 Competitive Advantage..... | 59 |
| 3.6 Strength – Weakness (IFE) | 61 |
| | |
| BAB IV | 62 |
| PERENCANAAN STRATEGI..... | 62 |
| 4.1 Framework | 62 |
| 4.2 Establish Long-Term Objectives..... | 62 |
| 4.2.1 Tujuan Jangka Pendek..... | 63 |
| 4.2.2 Tujuan Jangka Menengah..... | 64 |
| 4.2.3 Tujuan Jangka Panjang..... | 66 |
| 4.3 The Input Stage..... | 68 |
| 4.3.1 EFE (External Factor Analysis) Matrix..... | 68 |
| 4.3.2 IFE (Internal Factor Analysis) Matrix..... | 69 |
| 4.3.3 CPM (Competitive Profile Matrix)..... | 69 |
| 4.4 The Matching Stage..... | 71 |
| 4.4.1 SWOT Matrix | 71 |
| 4.4.2 IE Matrix..... | 73 |
| 4.5 The Decision Stage | 74 |
| 4.5.1 QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix)..... | 74 |
| 4.6 Porter’s Generic Strategy | 76 |
| 4.7 Lean Canvas Model..... | 78 |
| | |
| BAB V | 80 |
| PERENCANAAN PEMASARAN..... | 80 |
| 5.1 Framework | 80 |
| 5.2 Tujuan dan sasaran pemasaran..... | 80 |
| 5.3 Segmenting Targeting Positioning..... | 83 |
| 5.3.1 Segmenting..... | 83 |
| 5.3.2 Targeting..... | 83 |
| 5.3.3 Positioning..... | 88 |
| 5.4 Bauran Pemasaran..... | 89 |
| 5.4.1 Product..... | 89 |
| 5.4.2 Price..... | 90 |
| 5.4.3 Place..... | 92 |
| 5.4.4 Promotion..... | 96 |
| 5.5 Sales | 96 |
| 5.6 Proyeksi revenue stream..... | 98 |
| | |
| BAB VI | 100 |
| PERENCANAAN OPERASIONAL..... | 100 |
| 6.1 Framework | 100 |

| | |
|---|------------|
| 6.2 Tahapan Penndirian Bisnis..... | 100 |
| 6.2.1 Perijinan..... | 100 |
| 6.2.2 Timeline pendirian..... | 101 |
| 6.3 Tujuan dan Sasaran | 101 |
| 6.3.1 Tujuan Operasional..... | 101 |
| 6.4. Desain Operasi..... | 103 |
| 6.4.1 Desain Produk..... | 103 |
| 6.4.2 Desain Proses..... | 107 |
| 6.4.3 Teknologi..... | 110 |
| 6.4.4 Blue print service..... | 111 |
| 6.5. Penghantaran operasi..... | 113 |
| 6.5.1 Manajemen Rantai Pasok | 113 |
| 6.5.2 Perencanaan dan kontrol..... | 113 |
| 6.5.3 Manajemen kualitas | 114 |
| 6.6 Proyeksi Biaya Operasional..... | 115 |
| | |
| BAB VII | 117 |
| PERENCANAAN SUMBER DAYA MANUSIA..... | 117 |
| 7.1 Framework | 117 |
| 7.2 Strategi Human Capital..... | 119 |
| 7.3 Budaya Perusahaan..... | 120 |
| 7.3.1 Artefak..... | 121 |
| 7.4 Struktur Organisasi | 123 |
| 7.4.1 Recruitment..... | 123 |
| 7.4.2 Pelatihan dan pengembangan..... | 124 |
| 7.4.3 Sistem kompensasi..... | 126 |
| 7.4.4 Absensi Karyawan dan Waktu kerja..... | 128 |
| 7.4.5 Evaluasi pekerjaan | 129 |
| 7.4.6 Pemutusan Hubungan Kerja..... | 130 |
| 7.5 Proyeksi Biaya Human Capital..... | 130 |
| | |
| BAB VIII | 133 |
| PERENCANAAN FINANSIAL..... | 133 |
| 8.1 Framework | 133 |
| 8.2 Elemen perencanaan keuangan..... | 134 |
| 8.2.1 Perencanaan Pendapatan..... | 134 |
| 8.2.2 Perencanaan Biaya Terkait..... | 135 |
| 8.2.3 Perencanaan Investasi dan Penyusutan..... | 137 |
| 8.2.4 Perencanaan Kebutuhan Modal | 138 |
| 8.2.5 Perencanaan Pembiayaan..... | 139 |
| 8.3. Proyeksi keuangan..... | 139 |
| 8.3.1. Proyeksi Laba Rugi..... | 139 |
| 8.3.2 Proyeksi Neraca..... | 140 |
| 8.3.3 Proyeksi Laporan Arus Kas..... | 141 |
| 8.4 Analisa kelayakan Investasi..... | 142 |
| 8.5 Analisa Kinerja Keuangan | 144 |
| | |
| BAB IX | 146 |
| PERENCANAAN RESIKO..... | 146 |
| 9.1 Tujuan dan Sasaran Manajemen | 146 |
| 9.2 Prinsip dan Komitmen Management Risiko..... | 150 |
| 9.3 Kerangka Manajemen Risiko..... | 151 |
| 9.4 Proses Manajemen Risiko..... | 151 |
| 9.4.1 Identifikasi Risiko..... | 151 |

| | |
|--|-----|
| 9.4.2 Identifikasi Risiko factor penyebab..... | 153 |
| 9.4.3 Identifikasi Dampak Risiko..... | 155 |
| 9.4.4 Analisis Risiko..... | 155 |
| 9.4.5 <i>Appetite</i> Risiko..... | 157 |
| 9.4.6 Penanganan Risiko..... | 163 |
| 9.4.7 Komunikasi dan konsultasi | 170 |
| 9.4.8 Pencatatan dan Pelaporan..... | 170 |
| 9.5 Proyeksi Biaya Manajemen Risiko | 170 |
| 9.6.1 Kesimpulan..... | 172 |
| 9.6.2 Saran dan Masukan Untuk Perusahaan..... | 172 |
| Daftar Pustaka | 173 |
| Lampiran..... | 174 |

DAFTAR TABEL

| Nama Tabel | Halaman |
|--|---------|
| Tabel 2.1 Parameter Rentang Data | 26 |
| Tabel 2.2 Harga Tanah Di Sukabumi 2022 | 27 |
| Tabel 2.3 Jumlah Villa Kabupaten Sukabumi, 2020 | 28 |
| Tabel 2.4 Okupansi Bisnis Villa di Jawa barat, 2022 | 29 |
| Tabel 2.5 Perkembangan Jumlah Villa Dan Rumah Makan di Kabupaten Sukabumi, 2019 – 2022 | 30 |
| Tabel 2.6 Jumlah Villa, Tenaga kerja dan Wisatawan di Kab.Sukabumi | 30 |
| Tabel 2.7 Okupansi Bisnis Villa di Jawa barat, 2022 | 31 |
| Tabel 2.8 Jumlah Pariwisata di Kab.Sukabumi | 32 |
| Tabel 2.9. Forecast wisatawan Sukabumi 2023 – 2026 | 34 |
| Tabel 2.10 Jumlah Obyek Wisata Menurut Jenisnya di Kabupaten Sukabumi, 2014 – 2018 | 38 |
| Tabel 2.11 Jumlah Villa Kabupaten Sukabumi, 2020 | 39 |
| Tabel 2.12 Tabel Five Porter | 40 |
| Tabel 2.13 EFE matrix | 51 |
| Tabel 3.1 Tabel Penilaian Resources and Capabilities | 55 |
| Tabel 3.2 Tabel VRIO V-CONT Village | 58 |
| Tabel 3.3 Tabel IFE matrix | 59 |
| Tabel 4.1 Tabel Tujuan Jangka Pendek | 61 |
| Tabel 4.2 Tabel Tujuan Jangka Menengah | 63 |
| Tabel 4.3 Tabel Tujuan Jangka Panjang | 64 |
| Tabel 4.4 EFE Matrix | 66 |
| Tabel 4.5 Tabel IFE matrix | 67 |
| Tabel 4.6 Tabel Competitive Profile Matrix | 68 |
| Tabel 4.7 Tabel SWOT | 69 |
| Tabel 4.8 Quantitative Strategic Planning Matrix | 72 |
| Tabel 4.9 Lean Canvas Model | 76 |
| Tabel 5.1. Tujuan dan Sasaran Pemasaran PT Nahe Unggul lestari | 77 |
| Tabel 5.2 Segmenting Keluarga Jabodetabek | 81 |
| Tabel 5.3 Segmenting V -Cont | 81 |
| Tabel 5.4 Okupansi Rate Penginapan Jabar | 82 |
| Tabel 5.5 Targeting Pengunjung V-Cont | 83 |
| Tabel 5.6 Targeting Positioning V-Con | 85 |
| Tabel 5.7 Daftar harga V-Cont | 88 |
| Tabel 5.8 Komparasi Harga Kompetitor V-Cont | 89 |
| Tabel 5.9 Aktivitas Marketing | 94 |
| Tabel 5.10 Proyeksi revenue stream | 96 |
| Tabel 5.11. Estimasi budget V-Cont | 96 |
| Tabel 6.1 Rencana Okupansi V-Cont | 112 |
| Tabel 6.2 Proyeksi biaya operasional & Cost of services | 113 |
| Tabel 7.1 Tujuan dan Sasaran Human Capital PT Nahe Unggul Lestari | 115 |
| Tabel 7.2 Implementasi Framework 7S Model McKins | 116 |
| Tabel 7.3 Budaya PT. Nahe Unggul Lestari | 118 |

| | |
|--|-----|
| Tabel 7.4: Nilai dan Asumsi SDM | 120 |
| Tabel 7.5 Training Plan Karyawan | 123 |
| Tabel 7.6 Perhitungan Premi BPJS Ketenagakerjaan | 125 |
| Tabel 7.7 Penilaian Karir | 125 |
| Tabel 7.8 Waktu dan Jam Kerja 3 dan 2 Shift | 126 |
| Tabel 7.9 Waktu dan Jam Kerja Non-Shift | 127 |
| Tabel 7.10 Skala Penilaian | 127 |
| Tabel 7.11 Estimasi Jumlah Karyawan PT Unggul Lestari | 129 |
| Tabel 7.12 Perencanaan Gaji Karyawan Per Tahun 1-5 | 130 |
| Tabel 8.1. Tujuan dan Sasaran keuangan | 132 |
| Tabel 8.2. Rencana Pendapatan Tahun 1 – Tahun 5 | 133 |
| Tabel 8.3. Budget Marketing Tahun 1 – Tahun 5 | 133 |
| Tabel 8.4. Budget Operasional Tahun 1 – Tahun 5 dan cost of services | 134 |
| Tabel 8.5. Budget SDM Tahun 1 – Tahun 5 | 135 |
| Tabel 8.6. Manajemen Resiko | 135 |
| Tabel 8.7. Budget Investasi V-Cont (Capex | 136 |
| Tabel 8.8. Kebutuhan Modal | 137 |
| Tabel 8.9. STRUKTUR MODAL PT. NAHE UNGGUL LESTARI | 137 |
| Tabel 8.10. Laporan Laba Rugi | 138 |
| Tabel 8.11. Laporan Neraca Tahun 1 - Tahun 5 | 139 |
| Tabel 8.12. Laporan Arus Kas | 140 |
| Tabel 8.13. ROI | 140 |
| Tabel 8.14. ROA | 141 |
| Tabel 8.15. ROE | 141 |
| Tabel 8.16. Payback Period | 142 |
| Tabel 8.17. Rasio Likuiditas | 142 |
| Tabel 8.18. Rasio Profitabilitas | 143 |
| Tabel 8.19. Rasio Solvabilitas | 143 |
| Tabel 9.1 Tujuan Manajemen Resiko | 144 |
| Tabel 9.2 Sasaran Manajemen Resiko PT. Nahe Unggul lestari dalam 5 tahun kedepan | 145 |
| Tabel 9.3 Prinsip - Prinsip Manajemen Resiko PT. Nahe Unggul Lestari. | 145 |
| Tabel 9.4 Peran dan tanggung Jawab | 147 |
| Tabel 9.5 Identifikasi Resiko PT. Nahe Unggul Lestari | 149 |
| Tabel 9.6 Identifikasi Resiko, Penyebab, dan sumber resiko PT. Nahe Unggul Lestari | 151 |
| Tabel 9.7 Identifikasi dampak resiko PT Nahe Unggul Lestari. | 153 |
| Tabel 9.8 Nilai Kemungkinan / Probabilitas / Likelihood | 154 |
| Tabel 9.9 Dampak / Severity / Dampak | 154 |
| Tabel 9.10 Analisa Resiko PT. Nahe Unggul Lestari | 154 |
| Tabel 9.11 Parameter Evaluasi Risiko | 155 |
| Tabel 9.12 Penilaian probabilitas dan serverity | 156 |
| Tabel 9.13 Besaran Risiko | 157 |
| Tabel 9.14 Penilaian Level Risiko | 157 |
| Tabel 9.15 Matriks Evaluasi Risiko | 159 |
| Tabel 9.16 Pemetaan Respon Risiko Berdasarkan Prioritas | 159 |

| | |
|---|-----|
| Tabel 9.17 Appetite Risiko | 160 |
| Tabel 9.18 Pemetaan Respon Risiko Berdasarkan Prioritas | 160 |
| Tabel 9.19 Penanganan (Treatment) Risiko PT. Nahe Unggul Lestari | 161 |
| Tabel 9.20 Matriks evaluasi risiko berdasarkan kemungkinan, dampak dan level risiko (Setelah Treatment) | 165 |
| Tabel 9.21 Matriks Residual Evaluasi Risiko | 166 |
| Tabel 9.26 Biaya Management Resiko PT. Nahe Unggul Lestari / V-Cont | 168 |

DAFTAR GAMBAR

| Nama Gambar | Hal |
|--|-----|
| Gambar 1.1. Destinasi Wisata Sukabumi | 16 |
| Gambar 1.2. Gambar Tol Bocimi | 17 |
| Gambar 1.3. Kemacetan jalur Puncak | 18 |
| Gambar 1.4 Contoh oleh-oleh khas Sukabum | 20 |
| Gambar 1.5 Value Proposition Canvas | 21 |
| Gambar 1.6 QR Code Access | 22 |
| Gambar 1.7 Contoh V-cont type Bima | 23 |
| Gambar 1.8 Pemandangan dari lokasi V- CONT Village | 23 |
| Gambar 1.9 Logo V-CONT Village | 24 |
| Gambar 2.1 Kerangka Kerja Analisis Faktor Eksterna | 26 |
| Gambar 2.1 The structural determinants of the five forces of competition | 27 |
| Gambar 2.2 Prosedur perolehan izin AMDAL | 29 |
| Gambar 2.3 Hasil Survey Harga | 33 |
| Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran Customer Pariwisata | 34 |
| Gambar 2.5 Forecast Jumlah Wisatawan Kabupaten Sukabumi 2023 -2026 | 35 |
| Gambar 2.6 Porsi travel booking berdasarkan perangkat yang di gunakan | 36 |
| Gambar 2.7 Contoh Vendor modifikasi kontainer | 37 |
| Gambar 2.8 Survey Harga Kontainer | 37 |
| Gambar 2.9 Survey Villa Kabupaten Sukabumi, 2020 | 39 |
| Gambar 2.10 Spider Chart Analisis 5 Porter | 41 |
| Gambar 2.11 Peraturan Permenparekraf nomor 9 tahun 2021 | 42 |
| Gambar 2.12 Pertumbuhan kelas menengah 2012 ke 2020 | 43 |
| Gambar 2.13 Perkembangan Jumlah kunjungan wisata | 44 |
| Gambar 2.14 10 negara dengan pertumbuhan pariwisata terbesar | 44 |
| Gambar 2.15 Peningkatan total pengeluaran wisatawan Indonesia. | 45 |
| Gambar 2.16 Villa budget pilihan wisatawan | 46 |
| Gambar 2.17 Kenaikan pencarian trend Healing dan tujuan wisata | 47 |
| Gambar 2.18 Demo Warga di sekitar kawasan V-Cont | 47 |
| Gambar 2.19 Penggunaan Teknologi 4.0 untuk pemberdayaan lokal | 48 |
| Gambar 2.20 Jumlah pengguna internet di Indonesia | 49 |
| Gambar 2.21 Penggunaan Teknologi Untuk 5 Situs Perjalanan | 50 |
| Gambar 3.1 Tabel Penilaian Resources and Capabilities | 57 |
| Gambar 4.1 Framework | 60 |
| Gambar 4.2 Tahapan Penyusunan strategi | 60 |
| Gambar 4.3 Skor tertimbang | 71 |
| Gambar 4.4 Industry and firm effect | 74 |
| Gambar 4.5 Porter's Generic Strategy | 74 |
| Gambar 5.1. Kerangka Kerja Pemasaran PT Nahe Unggul Lestari | 77 |
| Gambar 5.2 Konten kreatif | 80 |
| Gambar 5.3 Targeting Pengunjung V-Cont | 83 |
| Gambar 5.4 Targeting Pengunjung V-Cont | 84 |
| Gambar 5.5 Targeting Positioning V-Cont | 86 |
| Gambar 5.6 Ilustrasi desain V-Cont unik | 87 |

| | |
|--|-----|
| Gambar 5.7 Ilustrasi Reservasi Online | 87 |
| Gambar 5.8 Data Kompetitor V-Con | 89 |
| Gambar 5.9 Form Reservasi V-Cont | 89 |
| Gambar 5.10 Dompert Digital V-Cont | 90 |
| Gambar 5.11 Tempat Wisata Sukabumi V - Con | 91 |
| Gambar 5.12 Dinas Pariwisata Sukabumi | 91 |
| Gambar 5.13 Dinas Pariwisata Sukabumi | 92 |
| Gambar 5.14 Channel Marketing dengan ECommers Pariwisata | 93 |
| Gambar 5.16 Ilustrasi Sales marketing bekerjasama dengan Dinas pariwisata dan Menggandeng Influencer | 94 |
| Gambar 6.1 Framework | 97 |
| Gambar 6.2 Front View Villa 1 bed room | 101 |
| Gambar 6.3 Layout Villa 1 bed room | 101 |
| Gambar 6.4 Siteplan Area Villa | 102 |
| Gambar 6.5 Wahana Playground Anak | 102 |
| Gambar 6.6 Contoh Wahana Foto Spot | 103 |
| Gambar 6.7 Desain Website pemesanan | 103 |
| Gambar 6.8 Alur Pembangunan Villa | 104 |
| Gambar 6.9 Alur Pemesanan Villa | 105 |
| Gambar 6.10 Alur Proses Operasional | 106 |
| Gambar 6.11 Ilustrasi Proses Pemesanan Online | 107 |
| Gambar 6.12 Penggunaan MAS-ERP untuk operasional | 108 |
| Gambar 6.13 Blue print service V-Con | 109 |
| Gambar 6.14 Manajemen rantai pasok | 110 |
| Gambar 7.1 Framework Human Capital Plan | 114 |
| Gambar 7.2 Logo Perusahaan PT. Nahe Unggul Lestari | 119 |
| Gambar 7.3: Seragam Perusahaan PT. Nahe Unggul Unggul Lestari | 119 |
| Gambar 7.4: Struktur Organisasi PT. Nahe Unggul Lestari | 121 |
| Gambar 7.5 Skema Rekrutmen PT Nahe Unggul | 122 |
| Gambar 7.6 Tahapan Pelatihan dan Pengembangan Karyawan | 123 |
| Gambar 8.1: Frame work Keuangan | 131 |
| Gambar 8.2 BEP V-Cont | 141 |
| Gambar 9.1: Framework Tiga elemen penting manajemen resiko. | 144 |
| Gambar 9.2 Struktur organisasi manajemen resiko PT. Nahe Unggul Lestari. | 146 |
| Gambar 9.3 ISO 31000:2018 | 148 |
| Gambar 9.4 Risk Map Risiko | 158 |
| Gambar 9.5 Grafik Nilai probabilitas dan Dampak | 166 |
| Gambar: 9.6 Grafik sebelum dan sesudah penanganan | 167 |