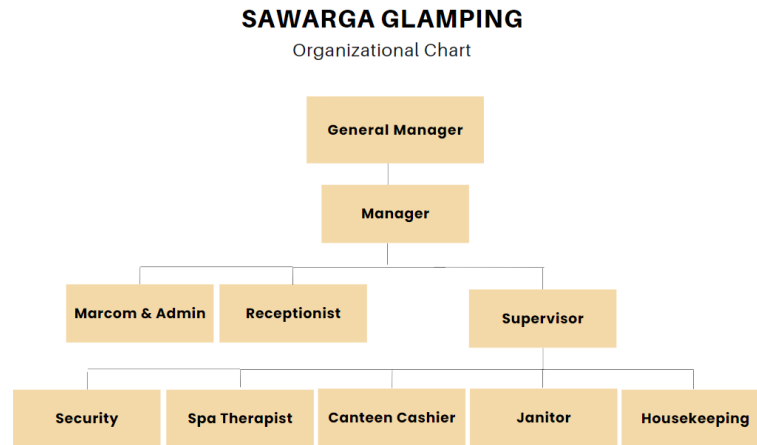


## BAB IV

### PERENCANAAN STRATEGIS DAN PROYEKSI FINANSIAL

#### 4.1 Perencanaan Organisasi dan Sumber Daya Manusia



Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Sawarga Glamping

Sawarga Glamping akan dikelola seutuhnya oleh General Manager (GM). Seorang GM akan memantau kinerja para karyawan melalui hasil laporan seorang Manajer. Sedangkan tugas Manajer selain melapor kepada General Manager adalah ia akan bertanggung jawab atas kinerja Marcom & Admin, Resepsionis, dan Supervisor. Manajer akan menerima laporan para staf melalui ketiga departemen tersebut. Sementara pekerjaan utama seorang Supervisor adalah untuk mengontrol operasional yang dilakukan oleh Security, Spa Therapist, Canteen Cashier, Janitor, dan Housekeeping. Supervisor akan mendapat arahan secara langsung dari Manajer untuk keberlangsungan operasional penginapan Sawarga Glamping.

Tabel 4. 1 Proyeksi Departemen & Jumlah Kebutuhan SDM

No.	Posisi	Jumlah
1	General Manager	1
2	Manager	1

3	Supervisor	1
4	Marcom + Admin	2
5	Receptionist	3
6	Spa Therapist	3
7	Banquet	3
8	Security	3
9	Canteen Cashier	2
10	Housekeeping	2
11	Janitor	2

Total karyawan yang dibutuhkan untuk bekerja di Sawarga Glamping adalah sebanyak 23 orang. Dengan total 11 (sebelas) posisi yang tersedia, yaitu 1 (satu) General Manager, 1 (satu) Manager, 1 (satu) Supervisor, 2 (dua) Marcom + Admin, 3 (tiga) Receptionist, 3 (tiga) Spa Therapist, 3 (tiga) Banquet, 2 (dua) Canteen Cashier, 2 (dua) Janitor, 2 (dua) Housekeeping, & 3 (tiga) Security.

## 4.2 Strategi dan Rencana Pemasaran

Sawarga Glamping dapat dikategorikan sebagai pemula dalam bisnis penginapan ini. Dengan fakta inilah, dibutuhkan *awareness* dari banyaknya masyarakat di Bandung dan sekitarnya mengenai penginapan *glamping* Sawarga Glamping. Sawarga Glamping telah menyusun beberapa strategi untuk perencanaan pemasaran akomodasi dengan harapan agar daya tarik dan daya beli masyarakat dapat meningkat oleh para target konsumen. Diantaranya adalah:

### 4.2.1 Media Sosial

Media sosial menjadi salah satu cara untuk menarik konsumen yang dimana media sosial selalu menjadi media terdepan untuk memperkenalkan suatu usaha. Konsumen juga bisa menerima dengan cepat informasi yang ada. Saat ini marketing digital menjadi poin utama dalam penyebarluasan informasi khususnya untuk bisnis. Dalam media sosial tidak hanya mudah tapi juga setiap proses pengembangan kreasi konten yang berkesinambungan dengan *behavioral* masyarakat agar bisa

masuk ke dalam lingkungan *trend* masyarakat saat ini. Media sosial yang akan dipakai oleh Sawarga Glamping adalah Instagram dan Youtube. Kedua media sosial ini yang akan menjadi pembukaan utama untuk pengenalan usaha yang dimana disesuaikan dalam *trend* saat ini di kalangan masyarakat.

Instagram dengan *username* @sawargaglamping ini akan menjadi wajah media sosial pertama yang akan dikenal oleh publik dan setiap *update* yang baru akan di *upload* disini. Setiap informasi baru mengenai usaha ini akan di infokan melalui Instagram. Media sosial harus secara konsisten rutin untuk bisa *upload* hal-hal yang berkaitan dengan bisnis *glamping*, dikarenakan algoritma yang tidak menentu dan aktivitas penggunaan sangat berpengaruh.

Maka dari itu Sawarga Glamping menyiapkan rencana untuk memasang iklan dan perencanaan *posting* minimal tiga kali dalam jangka waktu satu minggu. Memanfaatkan setiap fitur media sosial yang ada semaksimal mungkin. Saat ini, *trend* pada *video* pendek sangat menarik perhatian banyak orang dan ini menjadikan salah satu fitur yang dimanfaatkan untuk bisa *upload content*. Sawarga Glamping juga akan *update* mengenai hari-hari raya besar atau hari-hari penting untuk mendukung keanekaragaman yang ada di Indonesia maupun secara *global*.

#### **4.2.2 Website**

Setelah *survey* dilakukan ke beberapa kompetitor, hasil observasi menyatakan bahwa seluruh kompetitor memiliki *website* yang resmi, yang mana para konsumen dapat melihat secara lengkap setiap fasilitas, harga, lokasi, kontak manajemen, aktivitas, dan lainnya mengenai penginapan mereka. Hal ini dapat menjadi sebuah peluang, yang dimana informasi yang mungkin tenggelam dalam setiap *post* media sosial akan diperlihatkan secara lengkap serta tetap dalam *website* yang dibuat. Hal ini juga mempermudah calon tamu yang sedang melihat lokasi dalam Google Maps yang dapat dialihkan langsung ke *website* usahanya tersebut.

Fitur penting yang akan di aplikasikan dalam *website* yaitu, tamu bisa langsung diarahkan ke bagian reservasi untuk melihat ketersediaan tempat *glamping* sesuai tanggal yang diinginkan. *Website* URL dibuat dengan domain *simple*, yaitu *www.sawargaglamping.co.id* Sehingga diharapkan kedepannya, *website* ini akan memuat informasi penting mengenai penginapan dan dapat digunakan secara maksimal untuk keperluan para tamu.

#### **4.2.3 Advertisements**

Periklanan sudah masuk dalam perencanaan awal, yang dimana Sawarga Glamping akan menggunakan periklanan dalam media sosial. Saat ini *ads* di Instagram, Google, & Youtube sangat efektif dalam menyebarkan informasi. Sistem yang dibuat juga disesuaikan dengan keperluan target *market* yang kita inginkan. Harga yang ditawarkan juga masuk dalam *budget* yang ada dan mereka akan menyesuaikan jumlah *audience* sesuai dengan harga yang diinginkan. Sawarga Glamping menargetkan untuk memasang iklan di Instagram Ads, Google Ads, & YouTube Ads untuk Sawarga Glamping di setiap bulannya sepanjang satu tahun. Iklan akan bervariasi dan disesuaikan dengan hari-hari libur nasional, hari perayaan / hari besar, dan sebagainya.

Selain pemasangan iklan dalam bentuk digital, Sawarga Glamping juga akan melakukan pemasaran dalam bentuk baliho yang berada di sepanjang jalan tol, di mana akses utama dari Ibukota menuju lokasi Sawarga Glamping yang tepatnya berada di Bandung. Pemasangan iklan dalam bentuk baliho akan efektif untuk memberikan *brand awareness* kepada calon *customer* baru. Baliho akan terpasang di bulan Januari. Dapat dilihat bahwa arus pengguna jalan tol menjelang liburan akan meningkat secara drastis.

#### **4.2.4 Influencers Endorsement & Reviewer**

Saat ini, sudah banyak bisnis yang menggunakan jasa *influencer* baik dari Instagram, TikTok, dan Youtube karena mereka adalah orang-orang

yang akan membantu memperkenalkan usaha kita kepada masyarakat dan pengikutnya di media sosial. Sawarga Glamping berencana akan menggunakan jasa dari *influencer* dan *reviewer* yang cocok dengan target pasar dan memanfaatkan para *influencer* dan *reviewer* untuk memperkenalkan Sawarga Glamping agar dapat diperkenalkan kepada masyarakat luas, bukan hanya di daerah Jawa Barat namun hingga Jabodetabek dan skala nasional.

Setelah melakukan riset, *influencer* dipilih berdasarkan dengan kemampuan berinteraksi kepada pengikutnya, serta berpengalaman dalam memberikan *review* akomodasi penginapan. Lima *influencer* dan *vlogger* yang akan dihubungi pada masa awal pembukaan Sawarga Glamping adalah dengan *username* Instagram @vicrmd, @leo\_edw, @onihoironi, @bobocantikdotcom, dan @tarnandoete. Sawarga Glamping telah mengalokasikan dana sebesar Rp34,600,000 untuk *endorsement* yang termasuk untuk pemberian *review*, pembuatan video *reels*, serta dengan mem-*posting* di Instagram *Feeds* para *influencer* dan *vlogger*.

#### **4.2.5 Partnership**

Sawarga Glamping akan menjalin hubungan kerjasama dengan beberapa perusahaan di Jabodetabek, terutama dengan representatif dari sebuah perusahaan seperti HRD *Officer*. Penawaran harga spesial akan diberikan untuk perusahaan yang telah menjalin kontrak kerjasama sepanjang tahun. Selain menguntungkan kedua belah pihak, pihak Sawarga Glamping juga akan memberikan uang jasa sebesar Rp500,000 kepada HRD *Officer* yang telah merekomendasikan tempat dan merealisasikan acaranya di Sawarga Glamping sebagai bentuk apresiasi.

Selain menjalin hubungan kerjasama dengan perusahaan, Sawarga Glamping juga akan terlibat dalam beberapa acara untuk memperkenalkan akomodasi, sehingga kelak akan disiapkan beberapa peralatan untuk mengikuti *event* dalam bentuk *booth*. Dengan melakukan komunikasi lisan dengan para calon *customer* baru, Sawarga Glamping yakin akan

membangun kepercayaan antara pihak Sawarga Glamping dengan calon tamu.

Sawarga Glamping juga akan bekerjasama dengan bus pariwisata, di mana kelak akan membutuhkan jasa akomodasi bus untuk membawa para tamu dengan kapasitas yang besar, yaitu 27 orang hingga 35 orang dalam satu bus. Sawarga Glamping akan membuat kontrak kerjasama dengan perusahaan bus pariwisata White Horse Indonesia.

#### **4.3 Customer Relationship Plan**

Menjaga suatu hubungan dengan pembeli merupakan suatu kewajiban bagi setiap pengusaha manapun karena tanpa pembeli maka bisnis tersebut tidak akan berjalan terlebih lagi bagi bisnis yang menjual jasa. Sebagai suatu perusahaan yang menawarkan jasa sudah seharusnya dan sewajarnya Sawarga Glamping menjaga hubungan dengan setiap tamu, agar mereka dapat kembali dan akan menjadi *regular guest*. Kepuasan pelanggan terhadap suatu layanan dapat didefinisikan dengan membandingkan persepsi layanan yang diterima dengan harapan layanan yang diinginkan dan ketika ekspektasi tamu terlampaui, maka layanan tersebut dianggap memiliki kualitas luar biasa dan juga menjadi kejutan yang menyenangkan bagi tamu (Fitzsimmons dan Bordoloi, 2014). Maka dari itu Sawarga Glamping memiliki beberapa rencana yang akan diterapkan dalam *glamping* untuk menjaga hubungan dengan tamu sebagai berikut:

##### *1. Free Wedang Jahe*

Alasan Sawarga Glamping memberikan wedang jahe di akomodasi ini ialah dikarenakan cuaca yang cukup dingin disana dan dapat mencapai 16 derajat celcius pada malam hari. Untuk dapat memperoleh *free* wedang jahe mereka perlu mengunggah *story* (*tag* dan menggunakan *hashtag* #SawargaGlamping) dan memberikan ulasan mengenai akomodasi Sawarga Glamping di Google maupun Tripadvisor. Selain menguntungkan bagi para tamu, namun ini juga sangat menguntungkan bagi pihak akomodasi karena dibantu dengan akun media sosial mereka yang secara tidak langsung membantu

pemasaran Sawarga Glamping dan juga untuk meningkatkan kepercayaan tamu-tamu yang akan datang di kemudian hari.

## 2. *Birthday Complimentary*

Setiap tamu memiliki tanggal ulang tahun, yang menjadikan hari yang spesial bagi setiap tamu. Maka dari itu, Sawarga Glamping akan memberikan kejutan bagi tamu yang akan menginap dan sedang berulang tahun (H-7 dan H+7) ataupun tamu yang ingin merayakan ulang tahun keluarganya/temannya yang akan menginap bersama. Sawarga Glamping akan menaruh papan *acrylic* yang bertuliskan “*Happy Birthday* (Nama yang berulang tahun) serta *Fruit Platter* yang ditata dan hal ini akan disiapkan di dalam tenda sebelum tamu melakukan *check-in*.

## 3. *Feedback Box*

Berdasarkan buku *Service Management* (2014) “Keluhan pelanggan harus diperlakukan sebagai hadiah”. Maka dari itu, Sawarga Glamping berencana akan menerapkan *feedback box*, dimana tamu yang memiliki keluhan dapat menulis kritik dan saran mereka dalam kotak yang akan disediakan. Sawarga Glamping juga menerima kritik dan saran melalui *review* dalam situs Google dan Tripadvisor. Dari kritik dan saran yang diterima, pihak Sawarga Glamping akan mengevaluasi tingkat keluhan yang diberikan dan apabila sudah berada di level tinggi, maka akan ditindaklanjuti dengan *free 1 night stay* untuk kunjungan selanjutnya beserta *apology amenities*. Beberapa informasi perlu disertakan dalam keluhan mereka yaitu nama, email dan nomor telepon aktif agar kedepannya tetap dapat berhubungan baik dengan tamu-tamu yang mengalami keluhan ataupun yang puas setelah menginap di Sawarga Glamping.

#### 4.4 Timeline

Tabel 4.4 *Timeline*

	2023			2024				2025				2026
	Apr-Jun	Jul-Sep	Okt-Des	Jan-Mar	Apr-Jun	Jul-Sep	Okt-Des	Jan-Mar	Apr-Jun	Jul-Sep	Okt-Des	Jan-Mar
Perencanaan awal bisnis	v	v										
Riset lahan		v										
Membuat kesepakatan dengan arsitek		v										
Pembelian Tanah			v									
Pengurusan Surat Izin			v									
Pembangunan tahap awal				v	v							
Pencarian supplier				v								
Pendaftaran UMKM						v						
Pembelian material & furniture							v					
Finalisasi pembangunan								v	v			
Hiring Staff										v		
Training Staff										v		
Soft Opening											v	
Grand Opening												v
Operasional												v

Sawarga Glamping telah membuat perencanaan awal bisnis bersama seluruh rekan selama 6 (enam) bulan terhitung pada bulan April hingga bulan September tahun 2023. Pemilik Sawarga Glamping akan melakukan riset lahan untuk mengetahui luasan lahan, kemiringan lahan, kelebihan maupun kekurangan lahan, hingga harga yang dibutuhkan untuk lahan tersebut. Tentunya melakukan riset tanah akan didampingi oleh arsitek yang setuju untuk bekerjasama dalam membangun proyek ini. Selain arsitek yang berpengalaman, ia juga mengetahui lebih dalam mengenai ilmu bangunan



dan kelayakan bangunan untuk dijadikan penginapan Sawarga Glamping. Pihak Sawarga Glamping akan berunding bersama rekan tim serta untuk melakukan konsultasi bersama dengan pihak arsitektur pada bulan Juli hingga bulan September 2023. Setelah mendapatkan keputusan terbaik, maka pemilik Sawarga Glamping akan membeli tanah bangunan serta mengurus perizinan surat tanah yang dibutuhkan serta pendaftaran bisnis pariwisata pada bulan Oktober, dan target Sawarga Glamping berharap seluruh perizinan akan selesai pada bulan Desember dan hanya membutuhkan waktu selama 3 (tiga) bulan di akhir tahun 2023.

Pembangunan tahap awal akan segera dimulai pada awal tahun 2024. Pembangunan akan berlangsung selama enam bulan lamanya. Selama pembangunan tahap awal ini berjalan, pihak Sawarga Glamping juga telah mencari *supplier* terpercaya pada tiga bulan pertama pada pembangunan tahap awal. Setelah seluruh pembangunan tahap awal berjalan lancar, maka pihak Sawarga Glamping akan membuka pendaftaran UMKM selama 3 (tiga) bulan terhitung sejak bulan Juli hingga bulan September 2024. Pembelian *furniture* Sawarga Glamping akan dimulai pada 3 (tiga) bulan terakhir di tahun 2024. Setelah melakukan riset pada *supplier* yang cocok, maka pihak Sawarga Glamping akan melakukan kerjasama terhadap beberapa *supplier* tersebut.

Setelah melakukan pembelian seluruh *furniture* baik pada interior bangunan maupun eksterior bangunan, maka akan dilakukan finalisasi pembangunan pada bulan Januari hingga bulan Juni 2025. Sawarga Glamping akan melakukan perekrutan karyawan baru pada bulan Juli hingga bulan September. Perekrutan akan dilakukan oleh departemen terkait serta dilakukan *training* pada seluruh karyawan baru. *Soft opening* akan dilakukan pada bulan Desember 2025, ketika seluruh fasilitas serta akomodasi penginapan telah memenuhi standar dan siap untuk menerima serta melayani keperluan tamu. *Grand opening* akan dilakukan pada bulan Januari 2026, serta dilakukan operasional pada awal tahun 2026, dimana *grand opening* akan bertepatan dengan awal tahun, sehingga akan diadakan beberapa penawaran menarik dari pihak Sawarga Glamping.

#### 4.5 Proyeksi Keuangan

Menurut O'Fallon dan Rutherford (2011), sangat penting sebelum memulai sebuah proyek, kita harus bertekad untuk memenuhi syarat pembiayaan biaya tanah, biaya desain dan konstruksi bangunan, biaya furnitur, perlengkapan, dan peralatannya, pemasaran pra-pembukaan dan biaya tenaga kerja, dan yang terakhir adalah cadangan kas modal operasi selama enam bulan kedepan. Berikut penjelasan detail mengenai proyeksi keuangan dalam jangka satu tahun. Keuangan ini dibuat dari titik awal pembangunan hingga perkiraan *occupancy* dalam sebulan. Bagian-bagian yang akan dilampirkan ada *Income Projection*, *Income Statement*, *Operating Expense*, *Capital Expenditure & Investment*, *Cash Flow*, dan *Return of Investment*.

##### 1. *Income Projection*

Pada bagian *Income projection*, terdapat rincian mengenai *forecast occupancy* atau *product* yang terjual di Sawarga Glamping. Bagian ini akan menjelaskan mengenai perkiraan banyaknya produk yang akan terjual dalam jangka waktu tahunan. *Income projection* yang dibuat adalah dalam jangka 15 tahun kedepan. Kuantiti terjualnya produk akan dipertimbangkan dari beberapa faktor, seperti melihat tingginya angka antusiasme masyarakat dalam hari libur, hari raya besar, dan lain halnya.

Berdasarkan data ketersediaan salah satu kompetitor Sawarga yaitu Pineus Tilu, terhitung bahwa Okupansi kamar mereka pada bulan Desember sebanyak 100% dan bulan Januari sebanyak 48,3%. Maka dari itu, Sawaga Glamping mengambil estimasi okupansi rata-rata diangka 25% setiap harinya dan akan meningkat pada bulan Juli dan bulan Desember.

Tabel 4.5.1 *Income Projection* Tahun 1 - Tahun 7

PRODUCTS	1 Tahun	2 Tahun	3 Tahun	4 Tahun	5 Tahun	6 Tahun	7 Tahun
<b>Penjualan Kamar Regular Glamping</b>							
Unit Sold for Item Regular Glamping	616	678	745	820	902	992	1,091
Total Revenue Item Regular Glamping	Rp400,400,000	Rp440,440,000	Rp484,484,000	Rp554,249,696	Rp609,674,666	Rp670,642,132	Rp769,353,511
Total COGS Item Regular Glamping	Rp9,903,432	Rp11,329,526	Rp13,479,508	Rp15,420,079	Rp17,640,233	Rp20,181,169	Rp23,086,804
Net Income from Item Regular Glamping	Rp390,496,568	Rp429,110,474	Rp471,004,492	Rp538,829,617	Rp592,034,433	Rp650,460,963	Rp746,266,707
<b>Penjualan Kamar Superior Glamping</b>							
Unit Sold for Item Superior Glamping	435	479	526	579	637	701	771
Total Revenue Item Superior Glamping	Rp369,750,000	Rp406,725,000	Rp447,397,500	Rp511,822,740	Rp563,005,014	Rp619,305,515	Rp762,922,745
Total COGS Item Superior Glamping	Rp39,150,000	Rp44,787,600	Rp51,237,014	Rp58,614,704	Rp67,055,553	Rp76,711,216	Rp87,757,693
Net Income from Item Superior Glamping	Rp330,600,000	Rp361,937,400	Rp396,160,486	Rp453,208,036	Rp495,949,461	Rp542,594,299	Rp675,165,051
<b>Penjualan Kamar Deluxe Glamping</b>							
Unit Sold for Item Deluxe	328	361	397	437	480	528	581

Glamping							
Total Revenue							
Item Deluxe							
Glamping	Rp360,800,000	Rp396,880,000	Rp436,568,000	Rp539,161,480	Rp593,077,628	Rp652,385,391	Rp807,690,091
Total COGS							
Item Deluxe							
Glamping	Rp85,280,000	Rp97,560,320	Rp111,609,006	Rp127,680,424	Rp146,066,616	Rp167,099,934	Rp191,162,231
Net Income from							
Item Deluxe							
Glamping	Rp275,520,000	Rp299,319,680	Rp324,958,994	Rp411,481,056	Rp447,011,012	Rp485,285,457	Rp616,527,860
<b>Penjualan Produk Kantin</b>							
Unit Sold for							
Item Kantin	11,995	14,394	17,273	20,727	24,873	29,847	35,817
Total Revenue							
Item Kantin	Rp67,341,500	Rp86,364,000	Rp112,273,200	Rp145,091,520	Rp186,546,240	Rp238,779,187	Rp304,443,464
Total COGS							
Item Kantin	Rp26,265,540	Rp30,538,310	Rp38,103,797	Rp47,569,291	Rp59,346,577	Rp74,051,395	Rp92,443,362
Net Income from							
Item Kantin	Rp41,075,960	Rp55,825,690	Rp74,169,403	Rp97,522,229	Rp127,199,663	Rp164,727,792	Rp212,000,101
<b>Penjualan Spa</b>							
Unit Sold for							
Item Spa	271	298	328	361	397	436	480
Total Revenue							
Item Spa	Rp39,260,000	Rp44,715,000	Rp49,186,500	Rp56,269,356	Rp61,896,292	Rp68,085,921	Rp82,383,964
Total COGS							
Item Spa	Rp9,080,150	Rp9,300,720	Rp10,640,024	Rp12,171,855	Rp13,924,682	Rp15,929,923	Rp18,223,851
Net Income from							
Item Spa	Rp30,179,850	Rp35,414,280	Rp38,546,476	Rp44,097,501	Rp47,971,610	Rp52,155,998	Rp64,160,113
<b>Penyewaan Alat Aktivitas (Sepeda, Alat BBQ + Package)</b>							
Unit Sold for							
Item Aktivitas	1,049	1,206	1,387	1,595	1,835	2,110	2,426
Total Revenue							
Item Aktivitas	Rp62,860,000	Rp72,381,000	Rp90,174,663	Rp103,700,862	Rp128,429,529	Rp147,693,958	Rp181,980,056

Total COGS							
Item Aktivitas	Rp25,929,100	Rp25,092,080	Rp30,010,128	Rp35,891,666	Rp42,926,653	Rp51,340,530	Rp61,402,497
Net Income from							
Item Aktivitas	Rp36,930,900	Rp47,288,920	Rp60,164,535	Rp67,809,196	Rp85,502,876	Rp96,353,428	Rp120,577,559

#### Penjualan *Banquet Package*

Unit Sold for							
Item Banquet	25	29	33	54	58	60	62
Total Revenue							
Item Banquet	Rp570,000,000	Rp718,750,000	Rp826,562,500	Rp1,620,000,000	Rp1,740,000,000	Rp1,800,000,000	Rp2,170,000,000
Total COGS							
Item Banquet	Rp196,000,000	Rp239,200,000	Rp286,083,200	Rp485,941,248	Rp542,814,344	Rp583,993,380	Rp627,598,224
Net Income from							
Item Banquet	Rp374,000,000	Rp479,550,000	Rp540,479,300	Rp1,134,058,752	Rp1,197,185,656	Rp1,216,006,620	Rp1,542,401,776

#### Penjualan *Outbound*

Unit Sold for							
Item Outbound	810	932	1,071	1,232	1,417	1,629	1,874
Total Revenue							
Item Outbound	Rp81,000,000	Rp93,150,000	Rp107,122,500	Rp153,988,594	Rp177,086,883	Rp203,649,915	Rp281,036,883
Total COGS							
Item Outbound	Rp4,050,000	Rp4,843,800	Rp5,793,185	Rp6,928,255	Rp8,286,249	Rp9,910,419	Rp11,852,262
Net Income from							
Item Outbound	Rp76,950,000	Rp88,306,200	Rp101,329,315	Rp147,060,339	Rp168,800,633	Rp193,739,496	Rp269,184,621

#### Penyewaan *Gazebo*

Unit Sold for							
Item Gazebo	697	802	922	1,060	1,219	1,402	1,612
Total Revenue							
Item Gazebo	Rp348,500,000	Rp400,775,000	Rp460,891,250	Rp604,228,429	Rp707,053,267	Rp841,149,576	Rp1,015,688,113
Total COGS							
Item Gazebo	Rp13,940,000	Rp16,672,240	Rp19,939,999	Rp23,847,942	Rp28,522,285	Rp34,112,821	Rp40,798,418
Net Income from							
Item Gazebo	Rp334,560,000	Rp384,102,760	Rp440,951,251	Rp580,380,487	Rp678,530,982	Rp807,036,755	Rp974,889,695

#### Penyewaan *Tenant*

Unit Sold for Item Tenant	120	120	120	120	120	120	120
Total Revenue Item Tenant	Rp60,000,000	Rp72,000,000	Rp84,000,000	Rp96,000,000	Rp108,000,000	Rp120,000,000	Rp132,000,000
Total COGS Item Tenant	Rp2,400,000	Rp2,496,000	Rp2,595,840	Rp2,699,640	Rp2,807,640	Rp2,919,960	Rp3,036,720
Net Income from Item Tenant	Rp57,600,000	Rp69,504,000	Rp81,404,160	Rp93,300,360	Rp105,192,360	Rp117,080,040	Rp128,963,280
<b>TOTAL REVENUE/year</b>	<b>Rp2,359,911,500</b>	<b>Rp2,732,180,000</b>	<b>Rp3,098,660,113</b>	<b>Rp4,384,512,676</b>	<b>Rp4,874,769,518</b>	<b>Rp5,361,691,596</b>	<b>Rp6,507,498,826</b>
<b>TOTAL COGS/year</b>	<b>Rp411,998,222</b>	<b>Rp481,820,597</b>	<b>Rp569,491,700</b>	<b>Rp816,765,105</b>	<b>Rp929,390,832</b>	<b>Rp1,036,250,749</b>	<b>Rp1,157,362,064</b>
<b>TOTAL NET INCOME or NET REVENUE/year</b>	<b>Rp1,947,913,278</b>	<b>Rp2,250,359,403</b>	<b>Rp2,529,168,412</b>	<b>Rp3,567,747,572</b>	<b>Rp3,945,378,686</b>	<b>Rp4,325,440,847</b>	<b>Rp5,350,136,763</b>

Tabel 4.5.2 *Income Projection* Tahun 8 - Tahun 13

PRODUCTS	8 Tahun	9 Tahun	10 Tahun	11 Tahun	12 Tahun	13 Tahun
<b>Penjualan Kamar Regular Glamping</b>						
Unit Sold for Item Regular Glamping	1,200	1,320	1,452	1,598	1,758	1,933
Total Revenue Item Regular Glamping	Rp846,288,862	Rp930,917,748	Rp1,060,321,918	Rp1,166,354,109	Rp1,282,989,520	Rp1,449,953,910
Total COGS Item Regular Glamping	Rp26,411,703	Rp30,214,659	Rp34,565,449	Rp39,544,070	Rp45,236,734	Rp49,758,552
Net Income from Item Regular Glamping	Rp819,877,159	Rp900,703,090	Rp1,025,756,469	Rp1,126,810,040	Rp1,237,752,786	Rp1,400,195,358
<b>Penjualan Kamar Superior Glamping</b>						
Unit Sold for Item Superior Glamping	848	932	1,026	1,128	1,241	1,365
Total Revenue Item Superior Glamping	Rp839,215,019	Rp923,136,521	Rp1,128,277,970	Rp1,241,105,767	Rp1,365,216,344	Rp1,706,520,430
Total COGS Item Superior Glamping	Rp100,394,699	Rp114,852,170	Rp131,391,047	Rp150,310,319	Rp171,955,204	Rp196,716,753
Net Income from Item Superior Glamping	Rp738,820,320	Rp808,284,351	Rp996,886,923	Rp1,090,795,448	Rp1,193,261,140	Rp1,509,803,676
<b>Penjualan Kamar Deluxe Glamping</b>						
Unit Sold for Item Deluxe Glamping	639	703	773	851	936	1,029
Total Revenue Item Deluxe Glamping	Rp888,459,100	Rp977,305,010	Rp1,160,110,264	Rp1,276,121,290	Rp1,403,733,419	Rp1,749,987,663
Total COGS Item Deluxe Glamping	Rp218,690,053	Rp250,180,942	Rp286,207,710	Rp327,421,245	Rp374,570,354	Rp428,508,156
Net Income from Item Deluxe	Rp669,769,047	Rp727,124,068	Rp873,902,554	Rp948,700,045	Rp1,029,163,065	Rp1,321,479,507

Glamping

**Penjualan Produk Kantin**

Unit Sold for Item Kantin	42,980	51,576	61,892	74,270	89,124	106,949
Total Revenue Item Kantin	Rp386,822,283	Rp489,974,892	Rp618,915,653	Rp779,833,723	Rp980,362,395	Rp1,229,909,186
Total COGS Item Kantin	Rp115,359,001	Rp143,949,466	Rp179,671,214	Rp224,220,763	Rp279,848,902	Rp349,187,260
Net Income from Item Kantin	Rp271,463,282	Rp346,025,426	Rp439,244,439	Rp555,612,960	Rp700,513,493	Rp880,721,926

**Penjualan Spa**

Unit Sold for Item Spa	528	581	639	703	773	851
Total Revenue Item Spa	Rp90,622,361	Rp99,684,597	Rp119,621,516	Rp131,583,667	Rp144,742,034	Rp165,850,248
Total COGS Item Spa	Rp20,847,896	Rp23,850,527	Rp27,284,824	Rp31,213,867	Rp35,708,447	Rp40,850,192
Net Income from Item Spa	Rp69,774,465	Rp75,834,069	Rp92,336,692	Rp100,369,800	Rp109,033,587	Rp125,000,056

**Penyewaan Alat Aktivitas (Sepeda, Alat BBQ + Package)**

Unit Sold for Item Aktivitas	2,790	3,209	3,690	4,244	4,880	5,612
Total Revenue Item Aktivitas	Rp209,277,064	Rp256,713,199	Rp295,220,178	Rp360,722,156	Rp414,830,479	Rp505,117,112
Total COGS Item Aktivitas	Rp73,436,717	Rp87,831,212	Rp105,046,720	Rp125,633,161	Rp150,261,360	Rp179,709,444
Net Income from Item Aktivitas	Rp135,840,347	Rp168,881,987	Rp190,173,458	Rp235,088,994	Rp264,569,119	Rp325,407,669

**Penjualan Banquet Package**

Unit Sold for Item Banquet	65	70	73	75	82	80
Total Revenue Item	Rp2,275,000,000	Rp2,450,000,000	Rp2,920,000,000	Rp3,000,000,000	Rp3,280,000,000	Rp3,600,000,000



Banquet						
Total COGS Item Banquet	Rp684,284,510	Rp766,398,640	Rp831,214,062	Rp888,146,550	Rp1,001,681,824	Rp1,016,340,560
Net Income from Item Banquet	Rp1,590,715,490	Rp1,683,601,360	Rp2,088,785,938	Rp2,111,853,450	Rp2,278,318,176	Rp2,583,659,440

#### Penjualan Outbound

Unit Sold for Item Outbound	2,155	2,478	2,849	3,277	3,768	4,334
Total Revenue Item Outbound	Rp323,192,415	Rp371,671,278	Rp498,658,964	Rp573,457,809	Rp659,476,480	Rp866,740,517
Total COGS Item Outbound	Rp14,175,219	Rp16,953,166	Rp20,276,898	Rp24,252,350	Rp29,005,660	Rp34,686,955
Net Income from Item Outbound	Rp309,017,196	Rp354,718,112	Rp478,382,066	Rp549,205,459	Rp630,470,821	Rp832,053,562

#### Penyewaan Gazebo

Unit Sold for Item Gazebo	1,854	2,132	2,452	2,820	3,243	3,729
Total Revenue Item Gazebo	Rp1,205,122,007	Rp1,449,854,476	Rp1,716,371,843	Rp2,058,420,232	Rp2,496,891,938	Rp2,983,299,459
Total COGS Item Gazebo	Rp48,794,463	Rp58,358,775	Rp69,797,487	Rp83,475,990	Rp99,840,008	Rp119,406,561
Net Income from Item Gazebo	Rp1,156,327,544	Rp1,391,495,701	Rp1,646,574,356	Rp1,974,944,242	Rp2,397,051,931	Rp2,863,892,898

#### Penyewaan Tenant

Unit Sold for Item Tenant	120	120	120	120	120	120
Total Revenue Item Tenant	Rp144,000,000	Rp156,000,000	Rp168,000,000	Rp180,000,000	Rp192,000,000	Rp204,000,000
Total COGS Item Tenant	Rp3,158,160	Rp3,284,520	Rp3,415,920	Rp3,552,480	Rp3,694,680	Rp3,842,400
Net Income from Item Tenant	Rp140,841,840	Rp152,715,480	Rp164,584,080	Rp176,447,520	Rp188,305,320	Rp200,157,600

<b>TOTAL REVENUE/year</b>	<b>Rp7,207,999,112</b>	<b>Rp8,105,257,721</b>	<b>Rp9,685,498,307</b>	<b>Rp10,767,598,754</b>	<b>Rp12,220,242,610</b>	<b>Rp14,461,378,525</b>
<b>TOTAL COGS/year</b>	<b>Rp1,305,552,421</b>	<b>Rp1,495,874,077</b>	<b>Rp1,688,871,331</b>	<b>Rp1,897,770,795</b>	<b>Rp2,191,803,173</b>	<b>Rp2,419,006,833</b>
<b>TOTAL NET INCOME or NET REVENUE/year</b>	<b>Rp5,902,446,690</b>	<b>Rp6,609,383,644</b>	<b>Rp7,996,626,976</b>	<b>Rp8,869,827,958</b>	<b>Rp10,028,439,437</b>	<b>Rp12,042,371,692</b>



Tabel 4.5.3 *Income Projection* Tahun 14 - Tahun 15

PRODUCTS	14 Tahun	15 Tahun	TOTAL
<b>Penjualan Kamar Regular Glamping</b>			
Unit Sold for Item Regular Glamping	2,127	2,339	19,572
Total Revenue Item Regular Glamping	Rp1,594,949,301	Rp1,754,444,231	Rp14,015,463,605
Total COGS Item Regular Glamping	Rp56,924,804	Rp65,122,631	Rp458,819,352
Net Income from Item Regular Glamping	Rp1,538,024,497	Rp1,689,321,601	Rp13,556,644,253
<b>Penjualan Kamar Superior Glamping</b>			
Unit Sold for Item Superior Glamping	1,502	1,652	13,821
Total Revenue Item Superior Glamping	Rp1,877,172,473	Rp2,064,889,720	Rp14,826,462,758
Total COGS Item Superior Glamping	Rp225,044,446	Rp257,450,450	Rp1,773,428,872
Net Income from Item Superior Glamping	Rp1,652,128,026	Rp1,807,439,270	Rp13,053,033,887
<b>Penjualan Kamar Deluxe Glamping</b>			
Unit Sold for Item Deluxe Glamping	1,132	1,246	10,421
Total Revenue Item Deluxe Glamping	Rp1,924,986,429	Rp2,117,485,072	Rp15,284,750,838
Total COGS Item Deluxe Glamping	Rp490,213,647	Rp560,803,466	Rp3,863,054,103
Net Income from Item Deluxe Glamping	Rp1,434,772,782	Rp1,556,681,607	Rp11,421,696,735
<b>Penjualan Produk Kantin</b>			
Unit Sold for Item Kantin	128,338	154,006	864,061
Total Revenue Item Kantin	Rp1,540,060,198	Rp1,925,075,248	Rp9,091,792,689
Total COGS Item Kantin	Rp435,837,036	Rp543,949,262	Rp2,640,341,177
Net Income from Item Kantin	Rp1,104,223,162	Rp1,381,125,986	Rp6,451,451,512

**Penjualan Spa**

Unit Sold for Item Spa	936	1,029	8,610
Total Revenue Item Spa	Rp182,435,272	Rp200,678,800	Rp1,537,015,527
Total COGS Item Spa	Rp46,732,432	Rp53,461,861	Rp369,221,253
Net Income from Item Spa	Rp135,702,840	Rp147,216,938	Rp1,167,794,274

**Penyewaan Alat Aktivitas (Sepeda, Alat BBQ + Package)**

Unit Sold for Item Aktivitas	6,454	7,422	49,912
Total Revenue Item Aktivitas	Rp580,884,679	Rp705,129,458	Rp4,115,114,393
Total COGS Item Aktivitas	Rp214,933,786	Rp257,060,511	Rp1,466,505,564
Net Income from Item Aktivitas	Rp365,950,894	Rp448,068,947	Rp2,648,608,829

**Penjualan Banquet Package**

Unit Sold for Item Banquet	81	84	931
Total Revenue Item Banquet	Rp3,645,000,000	Rp3,780,000,000	Rp34,395,312,500
Total COGS Item Banquet	Rp1,070,206,587	Rp1,154,237,616	Rp10,374,140,745
Net Income from Item Banquet	Rp2,574,793,413	Rp2,625,762,384	Rp24,021,171,755

**Penjualan Outbound**

Unit Sold for Item Outbound	4,984	5,731	38,540
Total Revenue Item Outbound	Rp996,751,595	Rp1,146,264,334	Rp6,533,248,167
Total COGS Item Outbound	Rp41,489,785	Rp49,621,783	Rp282,125,988
Net Income from Item Outbound	Rp955,261,810	Rp1,096,642,551	Rp6,251,122,180

**Penyewaan Gazebo**

Unit Sold for Item Gazebo	4,288	4,932	33,164
Total Revenue Item Gazebo	Rp3,559,449,167	Rp4,192,001,880	Rp24,039,696,635

Total COGS Item Gazebo	Rp137,317,545	Rp170,801,884	Rp965,626,417
Net Income from Item Gazebo	Rp3,422,131,622	Rp4,021,199,997	Rp23,074,070,218
<b>Penyewaan Tenant</b>			
Unit Sold for Item Tenant	120	120	1,800
Total Revenue Item Tenant	Rp216,000,000	Rp228,000,000	Rp2,160,000,000
Total COGS Item Tenant	Rp3,842,400	Rp4,155,960	Rp47,902,320
Net Income from Item Tenant	Rp212,157,600	Rp223,844,040	Rp2,112,097,680
<b>TOTAL REVENUE/year</b>	<b>Rp16,117,689,114</b>	<b>Rp18,113,968,743</b>	<b>Rp125,998,857,113</b>
<b>TOTAL COGS/year</b>	<b>Rp2,722,542,468</b>	<b>Rp3,116,665,423</b>	<b>Rp22,241,165,789</b>
<b>TOTAL NET INCOME or NET REVENUE/year</b>	<b>Rp13,395,146,646</b>	<b>Rp14,997,303,319</b>	<b>Rp103,757,691,324</b>

## 2. *Income Statement*

Bagian ini memperlihatkan nominal per-bulannya dari *revenue* dan COGS yang ada dikurangi sehingga menghasilkan *Gross Profit*. Lalu, OPEX & *Marketing Expense* yang ada ditotalkan secara bersama yang kemudian dari *Gross Profit* dan *Total Expense* dikurangi untuk menghasilkan nominal profit atau *loss net income* tersebut. Pada bagian tabel *income statement* inilah menunjukkan penjualan Sawarga Glamping mengalami kenaikan dan penurunan selama 15 tahun.



Tabel 4.5.4 *Income Statement Projection*

## INCOME STATEMENT PROJECTION (atau PROFIT/LOSS PROFORMA)

Periode: Januari - Desember

	JAN	FEB	MAR	APR	MAY	JUN	
<b>Sales / Revenue</b>	Rp119,412,500	Rp118,145,000	Rp135,044,500	Rp130,179,500	Rp140,101,000	Rp150,063,000	
<b>COGS</b>	Rp18,597,935	Rp17,131,990	Rp19,602,465	Rp17,983,289	Rp23,066,912	Rp23,414,996	
<b>Gross Profit</b>	Rp100,814,565	Rp101,013,010	Rp115,442,035	Rp112,196,211	Rp117,034,088	Rp126,648,004	
<b>Operating Expense</b>	Rp69,507,505	Rp69,496,505	Rp69,529,505	Rp69,518,505	Rp69,540,505	Rp69,529,505	
<b>Marketing Expense</b>	Rp653,350,000	Rp3,350,000	Rp6,980,000	Rp3,980,000	Rp5,450,000	Rp4,500,000	
<b>Total Expense</b>	Rp722,857,505	Rp72,846,505	Rp76,509,505	Rp73,498,505	Rp74,990,505	Rp74,029,505	
<b>NET INCOME (PROFIT/LOSS)</b>	<b>-Rp622,042,940</b>	<b>Rp28,166,505</b>	<b>Rp38,932,530</b>	<b>Rp38,697,706</b>	<b>Rp42,043,583</b>	<b>Rp52,618,499</b>	
	JUL	AGU	SEP	OKT	NOV	DES	TOTAL
<b>Sales / Revenue</b>	Rp249,805,000	Rp182,372,000	Rp221,671,000	Rp259,058,000	Rp310,155,000	Rp368,005,000	Rp2,384,011,500
<b>COGS</b>	Rp42,226,940	Rp35,826,932	Rp41,825,682	Rp52,305,011	Rp69,701,780	Rp77,591,640	Rp439,275,572
<b>Gross Profit</b>	Rp207,578,060	Rp146,545,068	Rp179,845,318	Rp206,752,989	Rp240,453,220	Rp290,413,360	Rp1,944,735,928
<b>Operating Expense</b>	Rp69,540,505	Rp69,518,505	Rp69,507,505	Rp69,496,505	Rp72,518,505	Rp69,507,505	Rp837,211,060
<b>Marketing Expense</b>	Rp3,930,000	Rp4,350,000	Rp6,850,000	Rp6,000,000	Rp5,050,000	Rp7,050,000	Rp710,840,000
<b>Total Expense</b>	Rp73,470,505	Rp73,868,505	Rp76,357,505	Rp75,496,505	Rp77,568,505	Rp76,557,505	Rp1,548,051,060
<b>NET INCOME (PROFIT/LOSS)</b>	<b>Rp134,107,555</b>	<b>Rp72,676,563</b>	<b>Rp103,487,813</b>	<b>Rp131,256,484</b>	<b>Rp162,884,715</b>	<b>Rp213,855,855</b>	<b>Rp396,684,868</b>

Tabel 4.5.5 *Income Statement Projection 15 Tahun*

	1 Tahun	2 Tahun	3 Tahun	4 Tahun	5 Tahun	6 Tahun
<b>Sales / Revenue</b>	Rp2,384,011,500	Rp2,732,180,000	Rp3,098,660,113	Rp4,384,512,676	Rp4,874,769,518	Rp5,361,691,596
<b>COGS</b>	Rp439,275,572	Rp481,820,597	Rp569,491,700	Rp816,765,105	Rp929,390,832	Rp1,036,250,749
<b>Gross Profit</b>	Rp1,944,735,928	Rp2,250,359,403	Rp2,529,168,412	Rp3,567,747,572	Rp3,945,378,686	Rp4,325,440,847
<b>Operating Expense</b>	Rp837,211,060	Rp870,699,502	Rp905,527,482	Rp941,748,582	Rp979,418,525	Rp1,018,595,266
<b>Marketing Expense</b>	Rp710,840,000	Rp270,000,000	Rp300,000,000	Rp330,000,000	Rp360,000,000	Rp390,000,000
<b>Total Expense</b>	Rp1,548,051,060	Rp1,140,699,502	Rp1,205,527,482	Rp1,271,748,582	Rp1,339,418,525	Rp1,408,595,266
<b>NET INCOME (PROFIT/LOSS)</b>	Rp396,684,868	Rp1,109,659,901	Rp1,323,640,930	Rp2,295,998,990	Rp2,605,960,161	Rp2,916,845,581
	7 Tahun	8 Tahun	9 Tahun	10 Tahun	11 Tahun	12 Tahun
<b>Sales / Revenue</b>	Rp6,507,498,826	Rp7,207,999,112	Rp8,105,257,721	Rp9,685,498,307	Rp10,767,598,754	Rp12,220,242,610
<b>COGS</b>	Rp1,157,362,064	Rp1,305,552,421	Rp1,495,874,077	Rp1,688,871,331	Rp1,897,770,795	Rp2,191,803,173
<b>Gross Profit</b>	Rp5,350,136,763	Rp5,902,446,690	Rp6,609,383,644	Rp7,996,626,976	Rp8,869,827,958	Rp10,028,439,437
<b>Operating Expense</b>	Rp1,059,339,077	Rp1,101,712,640	Rp1,145,781,145	Rp1,191,612,391	Rp1,239,276,887	Rp1,288,847,962
<b>Marketing Expense</b>	Rp420,000,000	Rp450,000,000	Rp480,000,000	Rp510,000,000	Rp540,000,000	Rp570,000,000
<b>Total Expense</b>	Rp1,479,339,077	Rp1,551,712,640	Rp1,625,781,145	Rp1,701,612,391	Rp1,779,276,887	Rp1,858,847,962



<b>NET INCOME (PROFIT/LOSS)</b>	Rp3,870,797,686 13 Tahun	Rp4,350,734,051 14 Tahun	Rp4,983,602,499 15 Tahun	Rp6,295,014,585 15 Tahun	Rp7,090,551,071 TOTAL	Rp8,169,591,475
<b>Sales / Revenue</b>	Rp14,461,378,525	Rp16,117,689,114	Rp18,113,968,743		Rp126,022,957,113	
<b>COGS</b>	Rp2,419,006,833	Rp2,722,542,468	Rp3,116,665,423		Rp22,268,443,139	
<b>Gross Profit</b>	Rp12,042,371,692	Rp13,395,146,646	Rp14,997,303,319		Rp103,754,513,974	
<b>Operating Expense</b>	Rp1,340,401,881	Rp1,394,017,956	Rp1,449,778,674		Rp16,763,969,031	
<b>Marketing Expense</b>	Rp600,000,000	Rp630,000,000	Rp670,000,000		Rp7,230,840,000	
<b>Total Expense</b>	Rp1,940,401,881	Rp2,024,017,956	Rp2,119,778,674		Rp23,994,809,031	
<b>NET INCOME (PROFIT/LOSS)</b>	Rp10,101,969,811	Rp11,371,128,690	Rp12,877,524,645		<b>Rp79,759,704,943</b>	

### 3. *Operating Expense*

OPEX dapat memperlihatkan nominal yang dikeluarkan dalam operasional *glamping*. Setiap bulannya akan ada biaya yang harus dikeluarkan untuk dapat menjaga kualitas *glamping* yang ada. Berikut di bawah ini terdapat tabel OPEX dalam jangka waktu 1 tahun dari bulan Januari hingga bulan Desember.



Tabel 4.5.6 OPEX Januari - Juni

**OPERATING EXPENSE (OPEX) PROJECTION**

Period: Januari - Juni

EXPENSE POSTS	JAN	FEB	MAR	APR	MAY	JUN
<b>Gaji</b>	Rp57,400,000	Rp57,400,000	Rp57,400,000	Rp57,400,000	Rp57,400,000	Rp57,400,000
<b>Operasional Lobby</b>	Rp1,232,194	Rp1,232,194	Rp1,232,194	Rp1,232,194	Rp1,232,194	Rp1,232,194
<b>Kantin</b>	Rp813,995	Rp813,995	Rp813,995	Rp813,995	Rp813,995	Rp813,995
<b>Toilet Kit</b>	Rp2,106,316	Rp2,106,316	Rp2,106,316	Rp2,106,316	Rp2,106,316	Rp2,106,316
<b>Listrik</b>	Rp5,000,000	Rp5,000,000	Rp5,000,000	Rp5,000,000	Rp5,000,000	Rp5,000,000
<b>Wifi &amp; Telepon</b>	Rp1,500,000	Rp1,500,000	Rp1,500,000	Rp1,500,000	Rp1,500,000	Rp1,500,000
<b>Kayu Bakar</b>	Rp500,000	Rp500,000	Rp500,000	Rp500,000	Rp500,000	Rp500,000
<b>Complimentary Kit</b>	Rp55,000	Rp44,000	Rp77,000	Rp66,000	Rp88,000	Rp77,000
<b>Sistem Hotelmu</b>	Rp900,000	Rp900,000	Rp900,000	Rp900,000	Rp900,000	Rp900,000
<b>Maintenance</b>	-	-	-	-	-	-
<b>Total Operating Expense</b>	<b>Rp69,507,505</b>	<b>Rp69,496,505</b>	<b>Rp69,529,505</b>	<b>Rp69,518,505</b>	<b>Rp69,540,505</b>	<b>Rp69,529,505</b>
<b>MARKETING EXPENSE</b>						
<b>Instagram ads</b>	Rp600,000	Rp600,000	Rp550,000	Rp550,000	Rp500,000	Rp600,000
<b>Youtube ads</b>	Rp450,000	Rp450,000	Rp430,000	Rp430,000	Rp450,000	Rp400,000
<b>Endorsement</b>	Rp800,000	Rp800,000	Rp5,000,000	Rp2,000,000	Rp4,000,000	Rp3,000,000
<b>Partnership</b>	Rp1,500,000	Rp1,500,000	Rp1,000,000	Rp1,000,000	Rp500,000	Rp500,000
<b>Baliho</b>	Rp200,000,000					
<b>Event</b>	Rp350,000,000					
<b>Google Ads</b>	Rp100,000,000					
<b>Total Marketing Expense</b>	<b>Rp653,350,000</b>	<b>Rp3,350,000</b>	<b>Rp6,980,000</b>	<b>Rp3,980,000</b>	<b>Rp5,450,000</b>	<b>Rp4,500,000</b>
<b>TOTAL COST/EXPENSE</b>	<b>Rp722,857,505</b>	<b>Rp72,846,505</b>	<b>Rp76,509,505</b>	<b>Rp73,498,505</b>	<b>Rp74,990,505</b>	<b>Rp74,029,505</b>

Tabel 4.5.7 OPEX Juli - Desember

EXPENSE POSTS	JUL	AGU	SEP	OKT	NOV	DES	TOTAL
<b>Gaji</b>	Rp57,400,000	Rp57,400,000	Rp57,400,000	Rp57,400,000	Rp57,400,000	Rp57,400,000	Rp688,800,000
<b>Operasional Lobby</b>	Rp1,232,194	Rp1,232,194	Rp1,232,194	Rp1,232,194	Rp1,232,194	Rp1,232,194	Rp14,786,328
<b>Kantin</b>	Rp813,995	Rp813,995	Rp813,995	Rp813,995	Rp813,995	Rp813,995	Rp9,767,940
<b>Toilet Kit</b>	Rp2,106,316	Rp2,106,316	Rp2,106,316	Rp2,106,316	Rp2,106,316	Rp2,106,316	Rp25,275,792
<b>Listrik</b>	Rp5,000,000	Rp5,000,000	Rp5,000,000	Rp5,000,000	Rp5,000,000	Rp5,000,000	Rp60,000,000
<b>Wifi &amp; Telepon</b>	Rp1,500,000	Rp1,500,000	Rp1,500,000	Rp1,500,000	Rp1,500,000	Rp1,500,000	Rp18,000,000
<b>Kayu Bakar</b>	Rp500,000	Rp500,000	Rp500,000	Rp500,000	Rp500,000	Rp500,000	Rp6,000,000
<b>Complimentary Kit</b>	Rp88,000	Rp66,000	Rp55,000	Rp44,000	Rp66,000	Rp55,000	Rp781,000
<b>Sistem HotelMu</b>	Rp900,000	Rp900,000	Rp900,000	Rp900,000	Rp900,000	Rp900,000	Rp10,800,000
<b>Maintenance</b>	-	-	-	-	Rp3,000,000	-	Rp3,000,000
<b>Total Operating Expense</b>	Rp69,540,505	Rp69,518,505	Rp69,507,505	Rp69,496,505	Rp72,518,505	Rp69,507,505	<b>Rp837,211,060</b>
<b>MARKETING EXPENSE</b>							
<b>Instagram ads</b>	Rp600,000	Rp550,000	Rp550,000	Rp550,000	Rp600,000	Rp600,000	Rp6,850,000
<b>Youtube ads</b>	Rp330,000	Rp300,000	Rp300,000	Rp450,000	Rp450,000	Rp450,000	Rp4,890,000
<b>Endorsement</b>	Rp2,000,000	Rp2,000,000	Rp4,000,000	Rp3,000,000	Rp3,000,000	Rp5,000,000	Rp34,600,000
<b>Partnership</b>	Rp1,000,000	Rp1,500,000	Rp2,000,000	Rp2,000,000	Rp1,000,000	Rp1,000,000	Rp14,500,000
<b>Baliho</b>							Rp200,000,000
<b>Event</b>							Rp350,000,000
<b>Google Ads</b>							Rp100,000,000
<b>Total Marketing Expense</b>	Rp3,930,000	Rp4,350,000	Rp6,850,000	Rp6,000,000	Rp5,050,000	Rp7,050,000	<b>Rp710,840,000</b>
<b>TOTAL COST/EXPENSE</b>	<b>Rp73,470,505</b>	<b>Rp73,868,505</b>	<b>Rp76,357,505</b>	<b>Rp75,496,505</b>	<b>Rp77,568,505</b>	<b>Rp76,557,505</b>	<b>Rp1,548,051,060</b>

#### 4. Capital Expenditure Projection & Total Investment Needed

CAPEX adalah aset atau peralatan yang bisa dipakai jangka panjang dalam hal ini menjadi fondasi awal untuk *glamping* dapat berjalan, seperti bangunan dan barang-barang aset.

Tabel 4.5.8 CAPEX Projection

<b>CAPITAL EXPENDITURE (CAPEX) PROJECTION</b>	
<b>ITEM</b>	<b>TOTAL</b>
Peralatan/Aset:	
Tanah Seluas 3000 Meter Persegi	Rp2,700,000,000
Pekerjaan Konstruksi Bangunan	Rp9,159,000,000
Pekerjaan non-Konstruksi	Rp85,000,000
Pekerjaan Lanskap	Rp3,048,900,000
Pekerjaan Luar Bangunan	Rp561,820,000
Pekerjaan Interior Bangunan	Rp3,653,500,000
Tenda Glamping	Rp254,365,000
Perabotan Lobby	Rp23,966,253
Toiletteries	Rp61,681,100
Fasilitas Karyawan	Rp9,330,800
Kantin	Rp135,098,800
Entertainment Area	Rp5,890,000
Biaya Lainnya	Rp9,248,496,400
Spa & Treatment	Rp12,147,000
Kolam Renang Air Hangat	Rp89,750,000
<b>TOTAL CAPEX INVESTMENT</b>	<b>Rp29,048,945,353</b>
<b>TOTAL INVESTMENT NEEDED</b>	
Jumlah model investasi awal = CAPEX + OPEX bulan 1	<b>29,771,802,858</b>

### 5. *Cash Flow*

Perkiraan *flow* keuangan pada setiap bulannya dari modal investasi awal dan keuangan yang didapat dalam perkiraan *income projection* dan pengeluaran. *Cash flow* yang dibuat oleh Sawarga Glamping adalah dalam jangka 15 tahun kedepan, dengan rincian *cash flow* dari bulan Januari hingga bulan Desember sepanjang tahun.



Tabel 4.5.9 *Cash Flow* Januari - Desember

## CASH FLOW

Periode : Januari - Desember

	JAN	FEB	MAR	APR	MAY	JUN	JUL
<b>Capital Investment</b>	Rp29,771,802,858						
<b>Cash Increase</b>	Rp119,412,500	Rp118,145,000	Rp135,044,500	Rp130,179,500	Rp140,101,000	Rp150,063,000	Rp249,805,000
<b>Cash Decrease</b>	Rp27,900,400,793	Rp719,978,495	Rp726,111,970	Rp721,481,794	Rp98,057,417	Rp97,444,501	Rp115,697,445
<b>Closing Cash Balance</b>	<b>Rp1,990,814,565</b>	<b>Rp1,388,981,070</b>	<b>Rp797,913,600</b>	<b>Rp206,611,306</b>	<b>Rp248,654,889</b>	<b>Rp301,273,388</b>	<b>Rp435,380,943</b>
	AGU	SEP	OKT	NOV	DES		
<b>Capital Investment</b>							
<b>Cash Increase</b>	Rp182,372,000	Rp221,671,000	Rp259,058,000	Rp310,155,000	Rp368,005,000		
<b>Cash Decrease</b>	Rp109,695,437	Rp118,183,187	Rp127,801,516	Rp147,270,285	Rp154,149,145		
<b>Closing Cash Balance</b>	<b>Rp508,057,506</b>	<b>Rp611,545,319</b>	<b>Rp742,801,803</b>	<b>Rp905,686,518</b>	<b>Rp1,119,542,373</b>		

Tabel 4.5.10 *Cash Flow* 15 Tahun

	1 Tahun	2 Tahun	3 Tahun	4 Tahun	5 Tahun	6 Tahun
<b>Capital Investment</b>	Rp29,771,802,858					
<b>Cash Increase</b>	Rp2,384,011,500	Rp2,732,180,000	Rp3,098,660,113	Rp4,384,512,676	Rp4,874,769,518	Rp5,361,691,596
<b>Cash Decrease</b>	Rp31,036,271,985	Rp1,622,520,099	Rp1,775,019,183	Rp2,088,513,686	Rp2,368,809,357	Rp2,444,846,015
<b>Closing Cash Balance</b>	<b>Rp1,119,542,373</b>	<b>Rp2,229,202,274</b>	<b>Rp3,552,843,204</b>	<b>Rp5,848,842,194</b>	<b>Rp8,354,802,355</b>	<b>Rp11,271,647,936</b>
	7 Tahun	8 Tahun	9 Tahun	10 Tahun	11 Tahun	
<b>Capital Investment</b>						
<b>Cash Increase</b>	Rp6,507,498,826	Rp7,207,999,112	Rp8,105,257,721	Rp9,685,498,307	Rp10,767,598,754	
<b>Cash Decrease</b>	Rp2,636,701,140	Rp2,857,265,061	Rp3,121,655,222	Rp3,490,483,722	Rp3,677,047,682	
<b>Closing Cash Balance</b>	<b>Rp15,142,445,621</b>	<b>Rp19,493,179,672</b>	<b>Rp24,476,782,171</b>	<b>Rp30,671,796,755</b>	<b>Rp37,762,347,827</b>	



	12 Tahun	13 Tahun	14 Tahun	15 Tahun
<b>Capital Investment</b>				
<b>Cash Increase</b>	Rp12,220,242,610	Rp14,461,378,525	Rp16,117,689,114	Rp18,113,968,743
<b>Cash Decrease</b>	Rp4,050,651,135	Rp4,359,408,714	Rp4,746,560,424	Rp5,336,444,097
<b>Closing Cash Balance</b>	<b>Rp45,931,939,301</b>	<b>Rp56,033,909,113</b>	<b>Rp67,405,037,803</b>	<b>Rp80,182,562,448</b>

#### 6. Return of Investment

ROI di bawah ini merupakan perhitungan berapa persen modal investasi yang bisa dikembalikan dalam jangka waktu tertentu. ROI Sawarga Glamping dapat terjadi pada tahun ke-10 dengan total *profit* sejumlah Rp30,671,796,755. Sehingga dapat disimpulkan bahwa untuk mendapatkan kembali modal atau *Return on Investment* dalam 15 tahun, Sawarga Glamping mendapatkan 167,90% pengembalian modal dalam 15 tahun tersebut seperti perhitungan di bawah ini:

$$\text{ROI} = \frac{\text{Rp}79,759,704,943 - \text{Rp}29,771,802,858}{\text{Rp}29,771,802,858} \times 100$$

$$= 167.90$$

#### 4.6 Analisa Kelayakan Investasi

Dengan uang sejumlah Rp29,048,945,353 apabila dimasukan kedalam Deposito Bank Central Asia (BCA) dengan suku bunga sebesar 2%, maka dalam jangka 15 tahun akan menghasilkan uang senilai Rp38,329,466,483. Jika memang suku bunga naik hingga angka 5% pun dalam jangka 15 tahun, maka uang yg diperoleh adalah senilai Rp57,514,924,835. Dengan ini dapat disimpulkan bahwa *return* yang ditawarkan oleh bisnis Sawarga Glamping jauh lebih besar dibandingkan dengan di depositokan di bank. Selain itu, masih terdapat faktor lain selain dari keuntungan finansial secara keuangan, yaitu nilai aset. Aset yang dimiliki adalah tanah, yang mana harga beli tanah tersebut sebesar Rp2,700,000,000 dan setelah 15 tahun dapat meningkat hingga 5-20% (Nugraha, 2019), sehingga bisa mencapai Rp5,345,815,318 dengan harga terendah dan Rp34,665,798,543 dengan harga tertinggi.

Tabel 4.6.1 Tabel Proyeksi Deposito

Deposito BCA (2%)		Deposito 5%	
Tahun 1	Rp29,048,945,353	Tahun 1	Rp29,048,945,353
Tahun 2	Rp29,629,924,260	Tahun 2	Rp30,501,392,621
Tahun 3	Rp30,222,522,745	Tahun 3	Rp32,026,462,252
Tahun 4	Rp30,826,973,200	Tahun 4	Rp33,627,785,364

Tahun 5	Rp31,443,512,664	Tahun 5	Rp35,309,174,632
Tahun 6	Rp32,072,382,917	Tahun 6	Rp37,074,633,364
Tahun 7	Rp32,713,830,576	Tahun 7	Rp38,928,365,032
Tahun 8	Rp33,368,107,187	Tahun 8	Rp40,874,783,284
Tahun 9	Rp34,035,469,331	Tahun 9	Rp42,918,522,448
Tahun 10	Rp34,716,178,718	Tahun 10	Rp45,064,448,571
Tahun 11	Rp35,410,502,292	Tahun 11	Rp47,317,670,999
Tahun 12	Rp36,118,712,338	Tahun 12	Rp49,683,554,549
Tahun 13	Rp36,841,086,585	Tahun 13	Rp52,167,732,276
Tahun 14	Rp37,577,908,316	Tahun 14	Rp54,776,118,890
Tahun 15	Rp38,329,466,483	Tahun 15	Rp57,514,924,835

Tabel 4.6.2 Tabel Proyeksi Harga Tanah

Harga Tanah (5%)		Harga Tanah (20%)	
Tahun 1	Rp2,700,000,000	Tahun 1	Rp2,700,000,000
Tahun 2	Rp2,835,000,000	Tahun 2	Rp3,240,000,000
Tahun 3	Rp2,976,750,000	Tahun 3	Rp3,888,000,000
Tahun 4	Rp3,125,587,500	Tahun 4	Rp4,665,600,000
Tahun 5	Rp3,281,866,875	Tahun 5	Rp5,598,720,000
Tahun 6	Rp3,445,960,219	Tahun 6	Rp6,718,464,000
Tahun 7	Rp3,618,258,230	Tahun 7	Rp8,062,156,800
Tahun 8	Rp3,799,171,141	Tahun 8	Rp9,674,588,160
Tahun 9	Rp3,989,129,698	Tahun 9	Rp11,609,505,792
Tahun 10	Rp4,188,586,183	Tahun 10	Rp13,931,406,950
Tahun 11	Rp4,398,015,492	Tahun 11	Rp16,717,688,340
Tahun 12	Rp4,617,916,267	Tahun 12	Rp20,061,226,009
Tahun 13	Rp4,848,812,080	Tahun 13	Rp24,073,471,210
Tahun 14	Rp5,091,252,684	Tahun 14	Rp28,888,165,452
Tahun 15	Rp5,345,815,318	Tahun 15	Rp34,665,798,543

#### 4.7 Analisa Resiko dan *Exit Strategy*

Dalam sebuah bisnis, kita harus berani mengambil resiko. Hal ini tidak menutup kemungkinan terjadi pada bisnis Sawarga Glamping pada resiko terburuknya. Pada kasus bencana alam seperti banjir dan gempa bumi yang tergolong ringan, pemilik Sawarga Glamping akan berusaha mempertahankan bisnis ini dengan mengganti beberapa properti yang rusak dengan yang baru. Sedangkan jika bisnis tidak berjalan sesuai dengan rencana dan mengalami kerugian yang sangat jauh dari perkiraan, maka pemilik bisnis dapat

mengakuisisi bisnis Sawarga Glamping dengan pemilik pribadi yang baru yang berpengalaman dalam bidang perhotelan. Dengan adanya perpindahan bisnis secara resmi, maka pemilik bisnis Sawarga Glamping tidak memiliki hak mengelola dalam manajemen maupun operasional *glamping*.

