

**PERENCANAAN BISNIS**  
***EVENT SUPPLIER MIDAM FANGOODS***  
**PROYEK AKHIR**

Diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan akademik dalam menempuh

Program Studi Diploma IV



Disusun Oleh :

**Fani Marito Manalu**

**201822660**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN KONVENSI DAN *EVENT***

**JURUSAN PERJALANAN**

**POLITEKNIK PARIWISATA NHI BANDUNG**

**2022**

## LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI/PROYEK AKHIR/TUGAS AKHIR

**PERENCANAAN BISNIS : *EVENT SUPPLIER MIDAM FANGOODS***

NAMA : FANI MARITO MANALU

NIM : 201822660

PROGRAM STUDI : MANAJEMEN KONVENSI DAN *EVENT*

Pembimbing Utama,



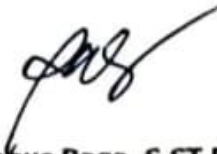
**Syaeful Muslim, S.Pd., M.M.**  
NIP. 19721019 200502 1 001

Pembimbing Pendamping,



**Faisal Fahdian Puksi, M.Hum., M.Sc**  
NIP. 19850419 200912 1 002

Penguji I,



**Marsiahus Raga, S.ST.Par., MM.Par., CEE**  
NIP. 19751024 200902 1 001

Penguji II,



**Drs. Odang Rusmana, MM. Par**  
NIP. 19630419 199703 1 002

Bandung, 18 Agustus 2022

Mengetahui,

Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan  
Kerja Sama

**Dr. ER. Ummi Kalsum, MM. Par., CHRMP,**  
NIP. 19730723 199503 2 001

Menyetujui,

Direktur Politeknik Pariwisata NHI Bandung

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

## PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Fani Marito Manalu  
Tempat, Tanggal lahir : Bogor, 3 Juli 1999  
NIM : 201822660  
Program Studi : Manajemen Konvensi dan Event  
Jurusan : Perjalanan

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir/Proyek Akhir yang berjudul: "PERENCANAAN BISNIS EVENT SUPPLIER MIDAM FANGOODS" 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, 28 Juni 2022

Yang membuat pernyataan



Fani Marito Manalu

201822660

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, atas karunia dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan penyusunan proposal Proyek Akhir yang berupa Business Plan dengan judul “Perencanaan Bisnis : *Event Supplier Midam FanGoods*”. Penyusunan Proyek Akhir ini merupakan salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Diploma IV pada Program Studi Manajemen Konvensi dan *Event*, Politeknik Pariwisata NHI Bandung.

Dalam menyelesaikan Proyek Akhir ini, penulis banyak mendapatkan dukungan dan bantuan dari berbagai pihak terutama orang-orang terdekat penulis. Oleh sebab itu, dengan ketulusan dan kerendahan hati, dikesempatan ini izinkan penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Andar Danova L. Goeltom S.Sos.,M.Sc selaku Direktur Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
2. Ibu Dr. ER. Ummi Kalsum, MM.Par., CHM., CHRMP selaku Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerjasama
3. Bapak Marsianus Raga, MM.Par. selaku Ketua Jurusan Perjalanan.
4. Bapak Reza Nurizki, S.Pd., M.Sc. selaku Ketua Prodi Manajemen Konvensi & *Event*.
5. Bapak Syaeful Muslim, S.Pd., M.M selaku Dosen Pembimbing I.
6. Bapak Faisal Fahdian Puksi, M.Hum.,M.Sc selaku Dosen Pembimbing II.
7. Bapak Jarasman Manalu, Ibu Marta Ida Snambela selaku Orang Tua dan Frainsiska Manalu selau kakak penulis yang telah mendukung, memberikan semangat serta doa dan memberikan bantuan baik secara material maupun

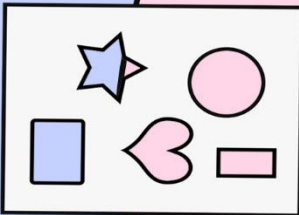
non-material.

8. Kak Marsela dan Kak Ingrid sebagai rekan dalam usaha *DolphinHouseCraft* yang memberikan arahan dan penyempurnaan penulisan.
9. *Seventeen* dan *BibleBuild* selaku *support system* yang selalu menghibur dan memberikan semangat dalam proses penyelesaian Proyek Akhir.
10. Semua pihak baik teman-teman dekat, teman seperjuangan, maupun kenalan penulis yang tidak dapat disebutkan satu-persatu, dimana secara langsung maupun tidak langsung telah memberikan dukungan serta doa, dan membantu penulis sehingga dapat menyelesaikan Proyek Akhir ini.

Dalam penulisan Proyek Akhir ini, penulis sudah menyusun dan berusaha sebaik-baiknya, namun masih banyak kekurangan dan keterbatasan yang dimiliki. Maka dari itu segala kritik, saran serta usulan yang bersifat membangun penulis terima untuk menjadi lebih baik lagi. Harapan penulis semoga Proyek Akhir ini dapat bermanfaat bagi kepentingan akademis maupun referensi para pembaca. Akhir kata penulis ucapkan terima kasih.

Bandung, 28 Juni 2022

Penulis



FANI MARITO MANALU  
*201822660*

---

PERENCANAAN BISNIS EVENT SUPPLIER

# MIDAM FANGOODS



## DAFTAR ISI

### LEMBAR PENGESAHAN

### PERNYATAAN MAHASISWA

**KATA PENGANTAR.....i**

**DAFTAR ISI.....iv**

**DAFTAR GAMBAR.....vii**

**DAFTAR TABEL.....ix**

**EXECUTIVE SUMMARY.....xi**

**BAB I DESKRIPSI BISNIS.....1**

A. Latar Belakang.....1

B. Gambaran Umum Bisnis.....5

C. Visi dan Misi.....8

D. Analisis SWOT.....9

E. Gambaran Umum Produk/Jasa.....15

F. Rencana Legalitas Usaha.....17

**BAB II RENCANA PRODUK/JASA.....21**

A. Daftar dan Deskripsi Produk/Jasa.....21

B. Alasan dan Keunggulan Produk/Jasa.....23

C. Penyajian dan Kemasan Produk/Jasa.....25

D. Analisa Proses Produk/Jasa.....26

E. Inventory System.....30

F. Inventory System.....32

G. Supply Chain.....35

**BAB III RENCANA PEMASARAN.....39**

A. Riset Pasar.....39

B. Analisa Produk-Market Fit.....45

C. Analisa Kompetitor.....48

|  |            |
|--|------------|
| D. Program Pemasaran.....                                    | 49         |
| E. Media Pemasaran.....                                      | 54         |
| F. Proyeksi Penjualan.....                                   | 56         |
| <b>BAB IV RENCANA SDM DAN OPERASIONAL.....</b>               | <b>58</b>  |
| A. Identitas Owner/Founder.....                              | 58         |
| B. Struktur Organisasi.....                                  | 58         |
| C. Job Analysis, Job Specification, dan Job Description..... | 60         |
| D. Anggaran Tenaga Kerja.....                                | 62         |
| E. Recruitment & Hiring Procedure.....                       | 63         |
| F. Servicescape.....   | 66         |
| G. SOP Perusahaan.....                                       | 69         |
| H. Action Plan & Report.....                                 | 74         |
| <b>BAB V RENCANA KEUANGAN.....</b>                           | <b>76</b>  |
| A. Metode Pencatatan Akuntansi.....                          | 76         |
| B. Capital Expenditure (Initial Investment).....             | 77         |
| C. Nilai Waktu Luang.....                                    | 85         |
| D. Pendanaan Investasi.....                                  | 86         |
| E. Identifikasi Cash Inflow dan Outflow.....                 | 88         |
| F. Metode Penilaian Investasi.....                           | 93         |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>                                   | <b>99</b>  |
| <b>LAMPIRAN.....</b>   | <b>102</b> |
| <b>BIODATA PENULIS.....</b>                                  | <b>118</b> |



## DAFTAR GAMBAR

|   |    |
|---|----|
| Gambar 1. 1 Survey Perilaku Penggemar K-Pop.....  | 2  |
| Gambar 1. 2 Logo Midam FanGoods .....   | 7  |
| Gambar 1. 3 Kuadran Nilai SWOT.....   | 15 |
| Gambar 1. 4 Foto Produk.....  | 16 |
| <br>  |    |
| Gambar 2. 1 Varian <i>FanGoods</i> .....  | 21 |
| Gambar 2. 2 Contoh Varian dengan Teknologi AR.....                                      | 22 |
| Gambar 2. 3 Contoh <i>Bundling</i> Midam FanGoods .....                                 | 25 |
| Gambar 2. 4 Sumber Pendanaan .....  | 28 |
| Gambar 2. 5 Proses <i>Mapping</i> Midam FanGoods.....                                   | 31 |
| Gambar 2. 6 Proses <i>Inventory System</i> .....  | 35 |
| Gambar 2. 7 Contoh Mesin <i>Printing</i> .....  | 36 |
| Gambar 2. 8 Teknologi <i>Artivive</i> .....   | 37 |
| <br>  |    |
| Gambar 3. 1 Ketertarikan Menggunakan Jasa <i>Supplier FanGoods</i> .....                | 39 |
| Gambar 3. 2 Ketertarikan Penggunaan <i>FanGoods</i> sebagai Media di <i>Event</i> ..... | 40 |
| Gambar 3. 3 Diagram Segmentasi berdasarkan Geografi.....                                | 41 |
| Gambar 3. 4 <i>Value Proposition Canvas</i> .....                                       | 46 |
| Gambar 3. 5 Konsep Marketing Mix .....  | 50 |
| Gambar 3. 6 <i>Product Mix</i> .....  | 50 |
| Gambar 3. 7 Kisaran Harga.....  | 52 |
| Gambar 3. 8 <i>Digital Growth Indicator</i> .....                                       | 54 |

|  |    |
|--|----|
| Gambar 3. 9 Media Sosial Instagram Midam FanGoods.....   | 55 |
| Gambar 4. 1 Struktur Organisasi.....                     | 59 |
| Gambar 4. 2 Lokasi dan Layout Kantor Midam FanGoods..... | 67 |
| Gambar 4. 3 <i>E-Commerce</i> .....                      | 68 |
| Gambar 4. 4 Alur Produksi Produk.....                    | 73 |
| Gambar 4. 5 <i>Action Plan</i> .....                     | 74 |

## DAFTAR TABEL

|  |    |
|--|----|
| Tabel 1. 1 Tabel Matriks TOWS.....                                       | 11 |
| Tabel 1. 2 Pembobotan Kekuatan .....                                     | 12 |
| Tabel 1. 3 Pembobotan Kelemahan .....                                    | 13 |
| Tabel 1. 4 Pembobotan Peluang.....                                       | 13 |
| Tabel 1. 5 Pembobotan Ancaman .....                                      | 13 |
| Tabel 1. 6 Selisih Nilai Tertimbang Matriks SWOT .....                   | 14 |
| <br>   |    |
| Tabel 2. 1 Varian <i>Packaging</i> .....                                 | 26 |
| <br>   |    |
| Tabel 3. 1 Analisa Kompetitor .....                                      | 48 |
| Tabel 3. 2 <i>Product Mix</i> Midam FanGoods.....                        | 51 |
| Tabel 3. 3 Media Pemasaran .....   | 55 |
| Tabel 3. 4 Proyeksi Penjualan.....                                       | 57 |
| <br>   |    |
| Tabel 4. 1 Jumlah Karyawan Midam FanGoods.....                           | 59 |
| Tabel 4. 2 <i>Job Title, Description, Specification</i> .....            | 61 |
| Tabel 4. 3 Anggaran Tenaga Kerja .....                                   | 62 |
| Tabel 4. 4 Detail Anggaran Tenaga Kerja .....                            | 62 |
| <br>   |    |
| Tabel 5. 1 Perbandingan <i>Cash Basis</i> dan <i>Accrual Basis</i> ..... | 77 |
| Tabel 5. 2 <i>Tangible Investments</i> .....                             | 78 |
| Tabel 5. 3 <i>Intangible Investment</i> .....                            | 81 |

|   |    |
|---|----|
| Tabel 5. 4 <i>Supplies Inventory</i> .....          | 82 |
| Tabel 5. 5 <i>Raw Material Inventory</i> .....      | 83 |
| Tabel 5. 6 <i>Working Capital</i> .....             | 84 |
| Tabel 5. 7 <i>Investment Structure</i> .....        | 85 |
| Tabel 5. 8 <i>Pendanaan Investasi</i> .....         | 87 |
| Tabel 5. 9 <i>Loan Installment's Schedule</i> ..... | 87 |
| Tabel 5. 10 <i>Proyeksi Income Statement</i> .....  | 89 |
| Tabel 5. 11 <i>GDP dan Inflasi</i> .....            | 90 |
| Tabel 5. 12 <i>Revenue dan Direct Cost</i> .....    | 91 |
| Tabel 5. 13 <i>Manning Budget</i> .....             | 92 |
| Tabel 5. 14 <i>Cashflow Projection</i> .....        | 92 |
| Tabel 5. 15 <i>Net Present Value</i> .....          | 94 |
| Tabel 5. 16 <i>Internal Rate of Return</i> .....    | 95 |
| Tabel 5. 17 <i>Discounted Payback Period</i> .....  | 97 |

## EXECUTIVE SUMMARY



*Midam FanGoods* merupakan perencanaan usaha yang bergerak di bidang Supplier Event dengan penjualan produk souvenir berupa *FanGoods*. *FanGoods* merupakan barang-barang atau pernak-pernik buatan para fans, dimana barang-barang ini sering disediakan sebagai souvenir dalam suatu penyelenggaraan acara.

Tersedianya souvenir dalam suatu penyelenggaraan acara sudah menjadi suatu hal yang umum. Namun diluar dari manfaat souvenir itu sendiri, seringkali peserta ataupun pengunjung yang datang hanya membawa souvenir pulang begitu saja. Padahal souvenir atau *FanGoods* sebenarnya dapat dijadikan sebagai salah satu alat media pendukung untuk meningkatkan interaksi dan pengalaman peserta maupun pihak penyelenggara dalam suatu kegiatan acara.

Peluang ini menuntun *Midam FanGoods* untuk menawarkan produk *FanGoods* dengan beragam pilihan, custom desain dan kualitas yang baik untuk mendapatkan pengalaman unik dan penggunaan berbeda dari biasanya pada suatu rangkaian kegiatan acara, yang dapat menyesuaikan konsep acara dimana dalam beberapa variannya akan mengembangkan teknologi *Augmented Reality* (AR).

Target pasar dari *Midam FanGoods* merupakan penyelenggara acara baik berupa perusahaan maupun bergerak individual, yang menyelenggarakan event terutama jenis acara *special event* seperti gathering/pertemuan komunitas/fandom/asosiasi, yang dimana memerlukan bantuan dalam penyediaan *FanGoods* untuk event. Pendanaan investasi yang dibutuhkan *Midam FanGoods* adalah sebesar Rp. 188.210.000 dengan pembagian proporsi 40:60 antara investor bank dengan *owner's equity*, dimana penegmbalian modal ke bank akan ditargetkan setelah perusahaan mencapai titik impasnya dalam kurun waktu sekitar 4 tahun 1 bulan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alan B. Craig. Understanding Augmented Reality Concepts and Applications. 2013. Elsevier Inc.
- Dian Wijayanto, 2012. Pengantar Manajemen, PT.Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Eko Yuli Susanto. (2013). Mudah Merancang Sistem Akuntansi Otomatis. Islandscrip
- Fatimah, Fajar Nur'aini Dwi. (2016). Teknik Analisis SWOT : Pedoman Menyusun Strategi Yang Efektif & Efisien Serta Cara Mengelola Kekuatan & Ancaman. Yogyakarta: Quadrant.
- Karina Widyadhari Argyapalastari A.P, Skripsi: "Tinjauan Yuridis Komersialisasi Fanart Idol K-Pop Pada Unofficial Merchandise Berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta", (Bandung: UNPAD, 2021).
- Kotler, Philip dan Armstrong Gary. (2008). Prinsip-prinsip Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). Business Model Generation. New Jersey: Wiley.
- Palgunadi, Bram. (2007). Desain Produk 1. Bandung: ITB Bandung.
- Prof. Dr. Sofjan Assauri, M. B. (2019). Manajemen Pemasaran. Depok: PT RajaGrafindo Persada.
- Pujawan, I., N., dan Mahendrawathi. (2010). Supply Chain Management, Edisi Kedua, Guna Widya, Surabaya.
- Purwana, Dedi & Hidayat, N. (2016). Studi Kelayakan Bisnis. Jakarta: PT

Rajagrafindo Persada

Purwana, Dedi & Hidayat, N. (2016). Studi Kelayakan Bisnis. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.

Rangkuti, F. (2009). Analisis SWOT Teknik membedah Kasus Bisnis. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Reid, R. D., & Sanders, N. R. (2011). Operations Management - An Integrated Approach - Fourth Edition. Hoboken: John Wiley & Sons, Inc.

Riyanto, dan Puji Agus. (2015). Akuntansi Pemerintah Daerah Berbasis Akrua. Yogyakarta: Pustaka Belajar.

Sanni, Siltanen. Theory and Application of Marker based Augmented Reality.2012. VTT Science.

Siregar, Atika Rahmasari, Skripsi: “Tinjauan Yuridis Hak Cipta atas Karya Seni Penggemar (Fan Art) sebagai Karya Derivatif Berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta”, (Medan: USU, 2019), hlm. 48.

Slack, N., Chambers, S., & Johnston, R. (2010). Operations Management - Sixth Edition. Harlow, Essex, England: Pearson Education, Ltd.

Solihin, Ismail. (2012). Manajemen Strategik. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Sumarwan, Ujang. 2011. Perilaku Konsumen Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran. 2nd ed. Jakarta: PT.Ghalia Indonsia.

### **Peraturan Perundang-Undangan**

Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.

Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2011 tentang Badan Penyelenggara Jaminan Sosial.

Surat Keputusan Gubernur Jawa Barat Nomor: 561/kep.732-kesra/2021 Tentang Upah Minimum Kabupaten/Kota di Daerah Provinsi Jawa Barat Tahun 2022.

## **Sitografi**

Accurated. 2020. Mengetahui Secara Lengkap 2 Metode Akuntansi: Kas dan Akrual. (Online), dari <https://accurate.id/akuntansi/2-metode-akuntansi-kas-dan-akrual/> .(10 Juni 2022) .

Government. (n.d.). Retrieved July 19, 2021, from Badan Pusat Statistik: <https://www.bps.go.id> .

Kumparan. 2017. Fanart: Cinta Penggemar K-Pop dalam Bentuk Karya Seni. (Online), dari <https://kumparan.com/kumparank-pop/fanart-cinta-penggemar-k-pop-dalam-bentuk-karya-seni/full>. (31 Maret 2022).

Mashita. 2016. The Fandom for Idols – A Survey Report on Kpop Fans in Indonesia. (Online), dari <https://blog.jakpat.net/the-fandom-for-idols-a-survey-report-on-kpop-fans-in-indonesia/> .(20 Maret 2022).

Maxmanroe. 2018. Pengertian Analisis SWOT Menurut Para Ahli. (Online), dari <https://www.maxmanroe.com/vid/bisnis/pengertian-analisis-swot.html>. (22 Maret 2022).

Muhammad Andika Putra. 2019. Merchandise', Cuan Sampingan Konser K-Pop. (Online), dari <https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20190201191911-227-365825/merchandise-cuan-sampingan-konser-k-pop>. (30 Maret 2022).

Thahira. 2020. Survei: Penggemar K-Pop Bisa Habiskan Rp 20 Juta per Tahun untuk Idolanya. (Online), dari <https://kumparan.com/kumparank-pop/survei-penggemar-k-pop-bisa-habiskan-rp-20-juta-per-tahun-untuk-idolanya-1uiIF3RzI6F/full>. (30 Maret 2022).

Trias. 2021. Panduan dan Persyaratan Lengkap Pendirian CV Tahun 2021.(Online), dari <https://izin.co.id/indonesia-businessstips/2021/03/16/pendirian-cv-tahun-2021/>. (20 Maret 2022).