

BAB 1**DESKRIPSI BISNIS****A. Latar Belakang**

Jepang merupakan salah satu negara yang memiliki pengaruh budaya kuat di mata internasional. Indonesia, salah satu negara yang merupakan contoh dari kuatnya pengaruh budaya Jepang, terkhusus di dunia *entertainment*-nya, yaitu *anime*, *manga* dan *J-Pop* nya. Budaya-budaya ini mulai masuk ke Indonesia pada tahun 1990-an, sejak PT. Elex Media Komputindo merilis komik-komik Jepang terjemahan ke Bahasa Indonesia seperti *Detective Conan*, *Kungfu Boy*, dan lain sebagainya.

Dengan pesatnya perkembangan internet di Indonesia, membuat masyarakat semakin mudah mengakses dan membaca *manga* secara *online*, mengunduh *anime*, atau mendengarkan musik yang bergenre *J-Pop*. Dan juga, pesatnya pengaruh budaya Jepang di Indonesia juga ditandai dengan banyaknya *event* budaya Jepang yang biasanya diselenggarakan oleh organisasi-organisasi kampus, *event organizer*, atau mall. *Event* kebudayaan Jepang ini diramaikan oleh individu atau komunitas penyuka budaya Jepang yang biasa disebut dengan istilah "*otaku*" atau "wibu".

Akhir-akhir ini, masyarakat yang menyukai budaya Jepang mulai meramaikan *event* pop Jepang yang biasanya dikemas dalam acara *cosplay walk*, *meet and greet* dengan artis-artis pengisi suara *anime*, atau bertemu dengan *idol J-Pop* dan menyaksikan konsernya secara langsung.

Adanya minat khusus ini dan penggemar berat dari budaya Jepang ini semakin banyak, terkhusus di kota-kota besar seperti Jakarta dan Bandung, menjadikan sebagai salah satu target pasar yang tergolong baru dan dapat dikatakan sebagai *niche market* atau pangsa pasar khusus. Akan tetapi, banyak dari masyarakat ini yang kurang mampu untuk mengunjungi Jepang secara langsung dan menikmati keindahan dan keotentikan budayanya. Dan biasanya, mereka hanya tahu Jepang dari segi budayanya yang sangat terkenal, yaitu *anime* dan *manga*-nya saja, sedikit dari mereka yang

mengetahui tentang budaya-budaya tradisional maupun modern di kota-kota besar Jepang.

B. Gambaran Umum Bisnis

1. Deskripsi Bisnis

Penyelenggaraan *event* perlahan bangkit pada tahun 2021 akhir dan mulai memuncak pada bulan Juni 2022, salah satunya ditandai dengan banyaknya *event* festival budaya yang berskala nasional. *Event* budaya (*cultural tourism*), merupakan kegiatan identik dengan budaya yang bersifat *experiential interactions* antara penonton atau yang menyelenggarakan *event* budaya, biasanya diselenggarakan dalam bentuk festival atau pesta rakyat. Dari segi ukuran penyelenggaraannya, festival budaya di Indonesia termasuk dalam kategori *Hallmark Events*, yaitu *event* yang menyelenggarakan suatu kegiatan daerah tertentu dengan skala pengunjung daerah, nasional maupun internasional dan diselenggarakan secara tahunan (APIEM, 2022).

Event budaya yang disebut Menparekraf, dengan kemudahan penyelenggaraan *event* di Indonesia dari aspek legalitasnya, semakin menguntungkan ke pihak penyelenggara *event* dalam menggelar suatu *event*. Kondisi pasca-pandemi yang kita alami saat ini, membuat penyelenggaraan suatu *event* dimudahkan karena investor, vendor-vendor, *event organizer* berani untuk menyelenggarakan *event* secara *offline* dalam skala lokal, maupun internasional. Adanya festival budaya yang diselenggarakan secara *offline*, membuat masyarakat ingin sekali mengunjungi festival tersebut setelah 2 tahun lamanya pandemi Covid-19 melanda Indonesia. Kemudahan akses teknologi melalui media sosial, masyarakat dapat mengetahui penyelenggaraan suatu festival budaya yang akan digelar.

Menurut Undang-Undang no 10 tahun 2009 Pasal 14 dalam kategori usaha pariwisata, *event exhibition* termasuk kedalam usaha pariwisata penyelenggaraan kegiatan hiburan dan rekreasi. Dari segi Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) yang digolongkan dalam

kategori 82302 (Jasa Penyelenggara *Event Khusus*). Kelompok ini mencakup kegiatan penyelenggara *event khusus* yang melakukan pengaturan dan penyelenggaraan *event khusus*, baik atas dasar permintaan *client* mewujudkan tujuan yang diharapkan melalui acara yang diadakan, maupun *event khusus* yang dirancang sendiri, dimulai dari proses pembuatan konsep, perencanaan, persiapan, eksekusi hingga rangkaian acara selesai. Kegiatan penyelenggaraan *event khusus* yang dicakup kelompok ini adalah festival, karnaval, *event olahraga*, *event musik*, *event budaya*, *event personal* dan acara sejenisnya.



2. Deskripsi Logo dan Nama



Gambar 1.1 Logo 7 Wonders of Japan

Sumber : Olah data, 2023

Makna Logo

- Lingkaran : Rangkaian aktivitas 7 Wonders of Japan yang saling terhubung satu sama lain
- 3 Kuil : Kemegahan budaya bangsa Jepang
- Bunga Sakura dan Gunung Fuji : Keindahan alam Jepang
- Tulisan : Identitas Perusahaan



3. Identitas Bisnis

Data Pemilik

Nama Pemilik : Muhammad Fajar

Alamat : Jl. Kb. Bibit Utara No.5, Tamansari, Kec. Bandung
Wetan, Kota Bandung

Email : fajarm067@gmail.com

Data Perusahaan

Nama Perusahaan : CV. 7 Wonders of Japan

Alamat : Jl. Anggrek Neli Murni II Blok C No 51 Kemanggisan,
Palmerah, Jakarta Barat

Bidang Usaha : Event Management

Jenis Usaha : Event Organizer

Jenis Produk : Aktivitas Event Exhibition dan Rekreasi

Kontak : (+62) 81276183664

Alamat Email : sevenwondersjapan@gmail.com

Facebook : 7 Wonders of Japan

Instagram : @sevenwondersjapan

Website : www.sevenwondersofjapan.com

C. Visi dan Misi Perusahaan

Dalam meraih kesuksesan berjalannya suatu aktivitas rekreasi dalam bentuk *event* yang dikemas dalam memenuhi kembalinya modal yang diberikan investor, suatu perencanaan aktivitas harus menetapkan objektif atau target yang harus diraih dalam periode waktu tertentu.

Untuk meraih target yang harus diraih oleh penyelenggara aktivitas rekreasi dalam bentuk *event* secara terukur, target tersebut harus diukur dengan metode SMART, yaitu: *specific, measurable, attainable, realistic,* dan *time-bound*. Dengan metode SMART, penyelenggara aktivitas dapat



meminimalisir target yang tidak terarah, tidak terukur, maupun tidak dapat direalisasikan.

Tabel 1.1 *SMART Objective*

<i>General Objective</i>	<i>SMART Objective</i>
<i>Increase Sales</i>	Meningkatkan jumlah pengunjung dengan cara promosi melalui sosial media (ads), serta meningkatkan kualitas pelayanan jasa dengan memperhatikan <i>feedback</i> dari pengunjung.
<i>Increase Sponsorship Revenues</i>	Merekrut berbagai sponsor untuk mendapatkan penghasilan dari sponsor terkait.

Visi

Menjadi perusahaan independen penyedia aktivitas edukasi budaya Jepang yang membantu mengembangkan aktivitas di berbagai *venue*.

Misi

1. Menghadirkan aktivitas rekreasi dalam konsep edukasi budaya Jepang yang bersifat eksklusif dan atraktif;
2. Menyediakan aktivitas mini tour 7 kota di Jepang serta budayanya tanpa harus pergi ke Jepang;
3. Mempersiapkan sumber daya yang siap memberikan informasi tentang 7 kota di Jepang serta apa yang ada didalamnya;
4. Merencanakan serta melibatkan kerjasama dengan mitra lokasi penyelenggara aktivitas yang diselenggarakan secara efektif dan efisien;
5. Menciptakan suasana yang memberikan kesan terbaik kepada pengunjung sehingga *repeat visit* semakin tinggi dan semakin banyak pengunjung baru berkunjung ke 7 Wonders of Japan.

D. Industry Analysis

7 Wonders of Japan menganalisa gambaran pesaing serupa melalui *five porter analysis*. Strategi *five porter analysis* merupakan analisis dari persaingan produk dari setiap industri, yang bertujuan untuk menentukan *positioning* produk untuk mencegah potensi persaingan dari industri (Michael Porter, *adopted 2015*).



Gambar 1.2 *Five Porter Analysis*

Sumber : Kledo

Melihat pelaku *event* wisata yang serupa, maka dilakukan analisis *five porter* dari 7 Wonders of Japan dengan *event* budaya Jepang yang serupa sebagai berikut :



Gambar 1.4 7 Wonders of Japan *porter analysis*

Sumber : Olah data, 2023



E. Gambaran Umum Produk/Jasa

7 Miracles of Japan merupakan produk program aktivitas berbasis budaya dan edukasi untuk kalangan semua umur yang memiliki minat terhadap budaya dan Jepang. Program ini bertujuan untuk dapat menikmati bagaimana budaya dan di 7 kota besar Jepang. Keterbatasan biaya dari mereka dapat diatasi dengan *display* miniatur kota-kota besar yang ada di Jepang, jadi pengunjung dapat merasakan kota Jepang tanpa harus jauh-jauh ke Jepang. Dan juga, *display* yang disuguhkan terdapat berbagai informasi yang edukatif dan atraktif, sehingga pengetahuan tentang Jepang dan seisinya dapat dipahami dengan baik dan menyenangkan oleh mereka.

Tidak hanya sekedar *display*, di masing-masing 7 kota tersebut terdapat aktivitas yang dipandu oleh staff, seperti di Osaka dengan panahan tradisionalnya, di Yokohama dengan instalasi bangunan anti gempa, dan lain sebagainya. Pengunjung akan diberikan pengarahan tentang edukasi budaya masing-masing secara edukatif dan atraktif. Selain itu, setelah melakukan aktivitas tour, pengunjung akan mendapatkan cinderamata khas Jepang berupa *onigiri* dan *keychain* sehingga memberikan kesan terbaik kepada pengunjung.

Adapun konsep aktivitas 7 Wonders of Japan ini adalah *event* dengan aktivitas rekreasi didalamnya, yang bersifat eksklusif dan bisa berpindah-pindah tempat di mall-mall tertentu. 7 Wonders of Japan akan menjadi perusahaan pihak ketiga yang sistem keuangannya merupakan sistem *profit sharing* yang tentunya akan menguntungkan dengan pihak investor dengan cara berkolaborasi dengan akomodasi atau fasilitas yang tersedia dari pihak mall atau investornya.

Untuk penyelenggaraan pertama *event* 7 Wonders of Japan akan dilaksanakan di Senayan Park Jakarta, mengingat banyak sekali *event* budaya Jepang yang serupa seperti Mukashi Festival, Momiji Gari Festival, Waku-Waku Festival yang sukses dalam menyelenggarakan *event*-nya. 7 Wonders of Japan akan menyelenggarakan *event* perdananya di *outdoor*

venue Senayan Park yang mampu menampung kapasitas pengunjung hingga 45.000 orang.

F. Jenis/ Badan Usaha

Menurut Undang-Undang no 10 tahun 2009 Pasal 14 dalam kategori usaha pariwisata, 7 Wonders of Japan termasuk kedalam usaha pariwisata penyelenggaraan kegiatan hiburan dan rekreasi. 7 Wonders of Japan juga dari segi Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) yang digolongkan dalam kategori :

1. 82302 (Jasa Penyelenggara Event Khusus) : Kelompok ini mencakup kegiatan penyelenggara *event* khusus yang melakukan pengaturan dan penyelenggaraan *event* khusus, baik atas dasar permintaan client mewujudkan tujuan yang diharapkan melalui acara yang diadakan, maupun *event* khusus yang dirancang sendiri, dimulai dari proses pembuatan konsep, perencanaan, persiapan, eksekusi hingga rangkaian acara selesai. Kegiatan penyelenggaraan *event* khusus yang dicakup kelompok ini adalah festival, karnaval, event olahraga, event musik, event budaya, *event* personal dan acara sejenisnya.
2. 93299 (Aktivitas Hiburan dan Rekreasi Lainnya) : Kelompok ini mencakup kegiatan hiburan dan rekreasi yang tidak tercakup dalam 93291 s.d. 93294, seperti kegiatan operasional bukit ski, penyewaan perlengkapan rekreasi dan hiburan yang merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari fasilitas rekreasi, kegiatan operasional pekan raya dan pertunjukan rekreasi alami , dan kegiatan hiburan dan rekreasi lainnya. Termasuk kegiatan produser atau pengusaha pertunjukan langsung selain pertunjukan olahraga atau seni, dengan atau tanpa fasilitas.



G. Aspek Legalitas Usaha

Adapun bentuk usaha dari 7 Wonders of Japan adalah CV (*Comanditaire Venootschap*), dengan melihat beberapa aspek sebagai berikut:

1. Pembentukan Usaha

7 Wonders of Japan membuat akta pendirian yang berisi informasi tentang identitas pendiri, nama perusahaan, alamat perusahaan, dan kegiatan usaha perusahaan. Akta pendirian selanjutnya didaftarkan ke instansi yang berwenang untuk mendapatkan pengakuan hukum.

2. Kepemilikan dan Kepengurusan

7 Wonders of Japan terdiri dari dua jenis anggota, yaitu sekutu aktif dan sekutu pasif. Sekutu aktif bertanggung jawab secara penuh terhadap perusahaan, sedangkan sekutu pasif bertanggung jawab terbatas sesuai dengan jumlah modal yang disetorkan. Sekutu aktif 7 Wonders of Japan merupakan pemilik, sedangkan sekutu pasifnya yaitu investor yang menanamkan modalnya ke 7 Wonders of Japan.

3. Pengadaan dan Penjualan

7 Wonders of Japan terlibat dalam pembelian atau pengadaan barang dan jasa, serta penjualan produk atau layanan kepada konsumen. Prosedur pengadaan dan penjualan 7 Wonders of Japan meliputi penetapan vendor atau pemasok, negosiasi harga, penandatanganan kontrak, pengiriman barang, faktur, dan penagihan.

4. Karyawan dan Sumber Daya Manusia

7 Wonders of Japan memiliki karyawan yang prosedur pengelolaannya merupakan perekrutan, pemilihan, dan penempatan karyawan, penyusunan kontrak kerja, penggajian, manajemen kinerja, pengembangan karyawan, serta kebijakan terkait hak dan kewajiban karyawan.

