

A. Latar Belakang

Sebanyak 20% generasi milenial gemar berekreasi, mereka lebih suka *travelling* ke banyak tempat dibanding generasi sebelumnya. Mereka cenderung menghabiskan lebih banyak pengeluaran untuk *travelling* daripada memenuhi kebutuhan primer. Perilaku ini berkembang menjadi tren dan kian menular. Faktanya, rata-rata para wisatawan milenial mengaku bahwa pilihan plesir mereka adalah untuk mencari pengalaman wisata unik, baru, otentik, dan personal (Kompas, 2017). Sejalan dengan itu, 60% kaum milenial lebih menyukai wisata rekreasi buatan seperti *theme park*, museum, wisata *selfie*, dan sisanya lebih menyukai kegiatan *adventure* seperti *camping* dan *hiking*. (merdeka.com, 2018)

Semakin tingginya jumlah wisatawan milenial, semakin tinggi pula ekspektasi dan keinginan dari milenial akan suatu tempat rekreasi, dikarenakan karakteristik kaum milenial itu sendiri yang cepat bosan dengan sesuatu hal yang monoton (travel.kompas.com, 2017). Hal ini menyebabkan rasa jenuh yang menjadikan para milenial sering kali hanya sekali berkunjung ke satu tempat rekreasi saat tempat tersebut tidak memberikan pengalaman yang menarik (Merdeka.com, 2018). Menengok gaya wisatawan milenial dalam berwisata, memperhatikan beberapa hal saat berwisata adalah hal wajib, seperti harga yang terjangkau dengan fasilitas yang nyaman. Hal ini menjadi pertimbangan bagi kaum milenial dalam memilih tempat rekreasi, mereka ingin merasakan pengalaman berbeda tetapi tidak merogoh kocek terlalu dalam (Merahputih.com, 2018)

Berangkat dari hal itu, *3 Season Edupark* hadir untuk memenuhi kebutuhan rekreasi dan edukasi masyarakat Indonesia. *3 Season Edupark* adalah taman replika

3 SEASON EDUPARK

dari 3 musim di dunia yang tidak terjadi di Indonesia seperti musim salju, musim panas dan musim gugur.

Aktivitas yang dapat dilakukan di Taman *3 Season Edupark* adalah *Edu Tour*, program aktivitas yang mengedukasi dan memberikan pengalaman di luar negeri tanpa harus ke luar negeri.

B. Gambaran Umum Bisnis

1. Deskripsi Bisnis

3 Season Edupark adalah *mini theme park* dengan konsep 3 musim dunia yang tidak terjadi di Indonesia. *3 Season Edupark* menyediakan berbagai aktivitas rekreasi, mulai dari tour edukasi mengenai pergantian musim, wisata *selfie*, hingga ber-*camping*, dan *kayaking* seru. *3 Season Edupark* sendiri termasuk dalam kategori wisata edu-tourism, yang mana memiliki peluang besar untuk terus berkembang di Indonesia.

3 Season Edupark memiliki sumberdaya ahli di bidang pariwisata dan desain. *3 Season Edupark* juga akan mengembangkan produk seni budaya, untuk tetap menjaga dan melestarikan budaya Indonesia kedepannya.

2. Deskripsi Logo dan Nama



Pancarona Group

Gambar 1.1 Logo Pancarona Group

Pancarona, diambil dari KBBI (kamus besar Bahasa Indonesia) yang artinya adalah ‘pancawarna’ atau banyak warna, campuran dari berbagai warna.

3 SEASON EDUPARK

Berfilosofi dari bidang jasa Pancarona Group yang bergerak di bidang Pariwisata yang mana memiliki tujuan untuk menyatukan berbagai macam orang dan berbagai macam budaya dalam satu kegiatan pariwisata.

3. Identitas Bisnis

Nama Perusahaan : CV Pancarona Group

Tahun Berdiri : 2018

Alamat : Work@ Co-working space Jl. Tubagus Ismail XV no. 14A.

Email : pancaronagroup@gmail.com

Website : www.3seasonedupark.com

Bidang Usaha : Penyedia Aktivitas Wisata Edukasi

Jenis Produk : Aktivitas Rekreasi

Media Sosial : - Instagram : @3seasonedupark_indo

- Facebook : 3 Season Edupark Indo

- Twitter : @3seasonedupark_indo

C. Visi dan Misi

Visi

Menjadi mini theme park terdepan di Indonesia dalam bidang pariwisata edukasi dengan kualitas pelayanan terbaik yang dapat memberikan kontribusi nyata bagi masyarakat dan lingkungan sekitarnya

Misi

- a. Memberikan edukasi 3 musim dunia kepada masyarakat Indonesia
- b. Memberikan fasilitas dan pelayanan terbaik di bidang pariwisata edukasi
- c. Membantu perekonomian lokal dan membuka lapangan kerja baru bagi warga lokal

D. SWOT Analysis

1. Strengths

- a) Belum adanya *mini theme park* di Cirebon
- b) Mengusung konsep kekinian yang digemari generasi *millennials*

2. Weaknesses

- a) kurangnya modal untuk membangun mini theme park (pinjaman bank/saham)
- b) kurangnya reputasi lokasi bisnis (belum terkenal di daerah cirebon)

3. Opportunities

- a) target market millennial adalah mayoritas dari seluruh penduduk Indonesia
- b) target pertumbuhan market mulai dari pelajar (generasi millennial) hingga keluarga yang terus bertumbuh

4. Threats

- a) kompetitor terdekat adalah Cirebon Waterland Ade Irma Suryani
- b) pengunjung yang nantinya datang belum tentu akan datang kembali

3 SEASON EDUPARK

Tabel 1.1 SWOT Matrix

TOWS MATRIX		
	Strengths	Weaknesses
	a) Belum adanya mini theme park di Cirebon b) mengusung konsep kekinian yang digemari generasi millennial	a) kurangnya reputasi lokasi bisnis (belum terkenal di daerah Cirebon) b) masih sulit dalam menjangkau banyak target pasar
Opportunities	Strengths – Opportunities	Weaknesses - Opportunities
a) target market millennial adalah mayoritas dari seluruh penduduk Indonesia b) target pertumbuhan market mulai dari pelajar (generasi millennial) hingga keluarga yang terus bertumbuh	a) Dengan mengusung ide baru bagi millennials dengan domisili Cirebon dan sekitarnya, PT Pancarona menghadirkan taman tematik berkonsep 3 musim dunia yaitu <i>3 Season Edupark</i>	a) Dengan mengenalkan unit bisnis kepada millennials menggunakan media sosial sebagai salah satu medianya b) melakukan pendekatan secara bertahap kepada setiap masing-masing target pasar sehingga dapat terjangkau oleh bisnis secara merata
Threats	Strengths – Threats	Weaknesses - Threats
a) kompetitor terdekat adalah Cirebon Waterland Ade Irma Suryani b) pengunjung yang nantinya datang belum tentu akan datang kembali	a) untuk dapat bersaing dengan kompetitor, <i>3 Season Edupark</i> akan menguatkan konsep taman tematik musim dunia karena berbeda dengan kompetitor lainnya. b) agar pengunjung tetap loyal atau kembali mengunjungi <i>3 Season Edupark</i> , perusahaan akan berusaha terus mengembangkan aktivitas, pelayanan hingga fasilitas yang ada.	a) mengajak kerjasama kompetitor sekitar dengan cara membuat paket kunjungan rombongan atau dengan cara-cara lainnya.

3 SEASON EDUPARK

Tabel Pembobotan *Strengths*Tabel 2.1 Pembobotan *Strengths*

No	Indikator	Bobot	Nilai	Nilai Tertimbang
1	Belum adanya <i>mini theme park</i> di Cirebon	0,6	5	3
2	Mengusung konsep kekinian yang digemari generasi <i>millennials</i>	0,4	4	1,6
Jumlah		1	9	4,6

Tabel Pembobotan *Weaknesses*Tabel 3.1 Pembobotan *Weaknesses*

No	Indikator	Bobot	Nilai	Nilai Tertimbang
1	kurangnya modal untuk membangun <i>mini theme park</i> (pinjaman bank/saham)	0,2	2	0,4
2	kurangnya reputasi lokasi bisnis (belum terkenal di daerah Cirebon)	0,8	3	2,4
Jumlah		1	5	2,8

3 SEASON EDUPARK

Tabel Pembobotan *Opportunities*Tabel 4.1 Pembobotan *Opportunities*

No	Indikator	Bobot	Nilai	Nilai Tertimbang
1	target market millennial adalah mayoritas dari seluruh penduduk Indonesia	0,4	2	0,8
2	target pertumbuhan market mulai dari pelajar (generasi millennial) hingga keluarga yang terus bertumbuh	0,6	5	3
Jumlah		1	5	3,8

Tabel Pembobotan *Threats*Tabel 5.1 Pembobotan *Threats*

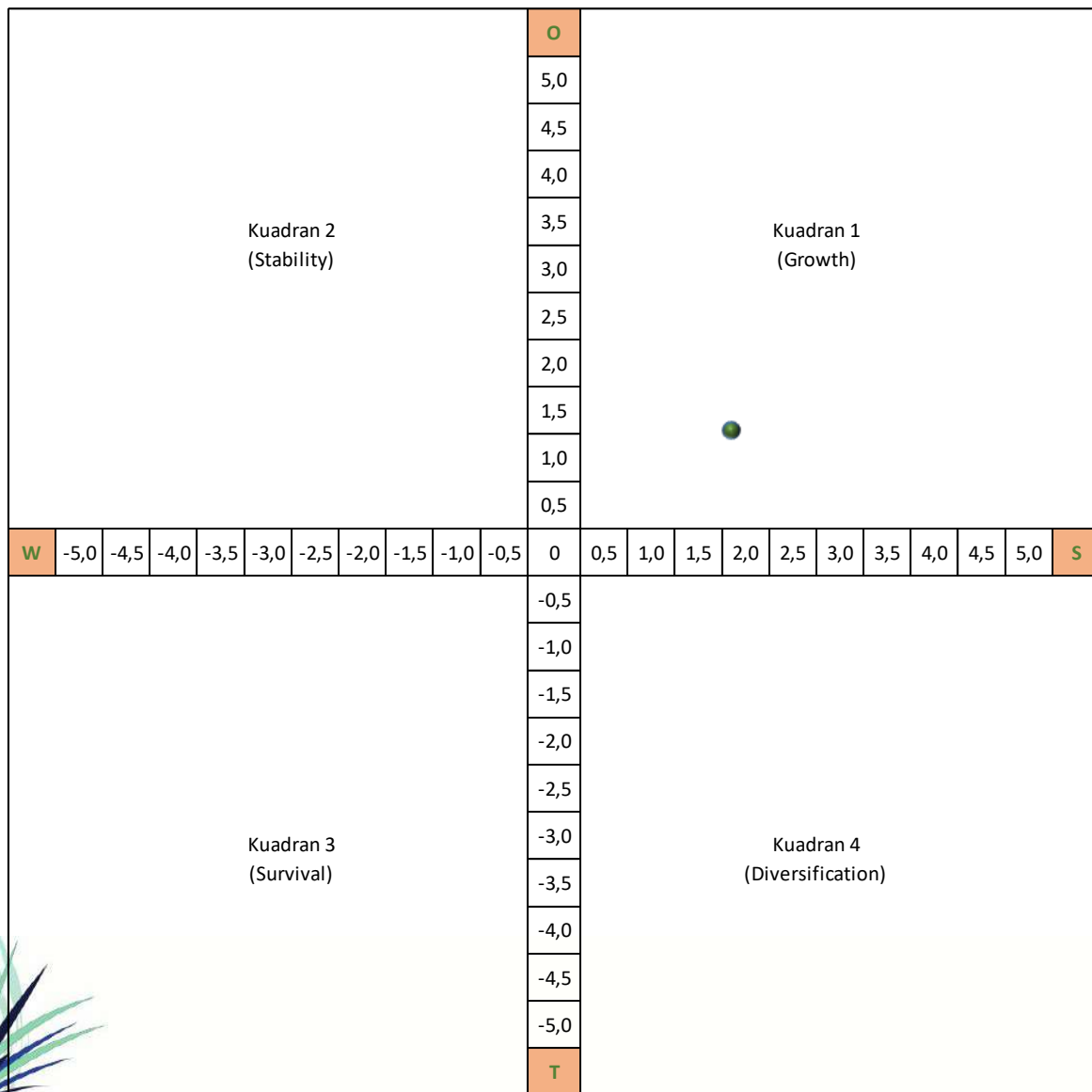
No	Indikator	Bobot	Nilai	Nilai Tertimbang
1	kompetitor terdekat adalah Cirebon Waterland Ade Irma Suryani	0,7	3	2,1
2	pengunjung yang nantinya datang belum tentu akan datang kembali	0,3	1	0,3
Jumlah		1	8	2,4

Matrix SWOT Analysis

Tabel 6.1 Matrix SWOT Analysis

No	Indikator	Nilai Tertimbang	Indikator	Nilai Tertimbang
1	Strengths	4,6	Opportunities	3,8
2	Weaknesses	2,8	Threats	2,4
	Selisih	1,8	Selisih	1,4

Tabel 7.1 Kuadran SWOT



3 SEASON EDUPARK

3 Season Edupark berada pada kuadran 1 yang menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kekuatan internal yang cukup besar dan memiliki kesempatan yang cukup banyak, oleh karena itu strategi yang digunakan adalah strategi Pertumbuhan (*Growth*)

E. Gambaran Umum Produk dan Jasa

3 Season Edupark termasuk kedalam kategori wisata *Edutourism*, yang mana wisata tersebut adalah wisata yang memadukan alam dengan rekreasi edukasi, oleh karena itu terdapat berbagai macam aktivitas yang ditawarkan *3 Season Edupark*. Pengunjung dapat melakukan kegiatan tour hingga berolah raga seperti *camping* dan *kayaking*, yang dapat *me-refresh* kembali badan dan pikiran dan juga dapat meningkatkan kekompakan dengan keluarga, pasangan, rekan, dan lain-lain.

F. Jenis/Badan Usaha

3 Season Edupark adalah perusahaan dengan jenis badan usaha *Commanditaire Vennootschap* (CV). Dengan mempertimbangkan modal yang rendah dan dapat dikembangkan menjadi PT dikemudian hari, adalah alasan *3 Season Edupark* memilih jenis badan usaha CV. (izin.co.id, 2018)

G. Aspek Legalitas

3 Season Edupark mengurus segala administrasi untuk mencegah hambatan-hambatan dalam hal perizinan. Bagi CV (*Commanditaire Vennootschap*) berkas dokumen yang harus dimiliki adalah Akta pendirian CV, Surat Keterangan Domisili Perusahaan, NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak), Pengesahan Pengadilan, SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan), TDP (Tanda Daftar Perusahaan). (Sumber: www.Izin.co.id, 2018)