



# DESKRIPSI BISNIS

---

CV. SEOULMATE PRODUCTION



## BAB I

### DESKRIPSI BISNIS

#### A. Latar Belakang

Program aktivitas wisata “One Day Experience in Seoul” merupakan program yang dirancang dengan mengusung konsep *pop culture tourism* tren *Korean Wave*. Tren *Korean Wave* atau budaya populer dari negeri ginseng Korea Selatan pada saat ini telah merebak sangat pesat di berbagai belahan dunia. *Korean Wave* atau yang juga dikenal dengan *Hallyu* merupakan nama dari fenomena populernya kebudayaan korea mulai dari K-Pop, K-Food, K-Cosmetic, K-Drama, hingga K-Culture. Program ini dibuat melihat tingginya angka penggemar Korea di Indonesia, khususnya di wilayah Pulau Jawa yaitu, Jawa Barat khususnya kota Bandung & Jabodetabek. (Sumber: [www.idntimes.com](http://www.idntimes.com) , 2019) Yang dimana kebutuhan para penggemar Korea itu sendiri adalah berkumpul di suatu yang sama melakukan kegiatan *fangirling* dengan para pecinta idola yang sama. (Sumber: [www.sains.kompas.com](http://www.sains.kompas.com), 2019)

Pengalaman yang penggemar Korea rasakan ketika mereka berkumpul di suatu tempat adalah saling bertukar pendapat mengenai aktivitas idolanya kepada sesama K-Popers / penggemar Korea didalam satu fandom, mencari produk-produk Korea yang di bintanginya oleh idola mereka baik kosmetik maupun makanan, menonton drama / film korea dan bahkan tayangan konser idola mereka bersama-sama dengan penggemar *Hallyu*, dan *hunting* makanan korea yang sering mereka temui di drama korea. Menurut mereka hal-hal tersebut adalah kegiatan “berwisata” bagi penggemar Korea. Namun sampai saat ini belum ada satu tempat yang dapat menjadi wadah bagi mereka untuk memperoleh segala hal tersebut, serta belum ada tempat yang menyediakan program aktivitas yang dapat dilakukan oleh penggemar Korea. (Sumber: [www.beritagar.id](http://www.beritagar.id), 2019)

Minimnya program aktivitas wisata yang dapat di lakukan oleh penggemar Korea sebagai media untuk menyalurkan hobinya membuat program aktivitas wisata “One Day Experience in Seoul” sebagai salah satu pilihan para penggemar Korea untuk merasakan sensasi



berwisata sambil menyalurkan hobi dan kecintaan mereka terhadap budaya Korea tanpa harus berkunjung langsung ke Korea Selatan.

Program ini akan diselenggarakan dalam bentuk *annual event* di kawasan ITW Jababeka dengan durasi selama satu minggu. Konsep yang digunakan pada program ini adalah mengemas setiap program dengan *design* kota-kota di Korea Selatan yang sesuai dengan tema program tersebut. Tujuan dari program aktivitas wisata “One Day Experience in Seoul” ini yaitu agar memberikan pengalaman bagi para penggemar Korea seolah-olah mereka berkunjung ke Korea untuk satu hari. Program ini akan menjadi *event* Korea pertama yang mengusung konsep *pop culture tourism* sekaligus menyediakan program aktivitas Korea yang sesuai dengan kebutuhan penggemar Korea di Indonesia.

## **B. Gambaran Umum Bisnis**

### **1. Deskripsi Bisnis**

CV. Seoulmate Production adalah perusahaan yang bergerak dibidang usaha penyedia jasa wisata minat khusus *Korean Wave*. Perusahaan ini menawarkan program – program aktivitas wisata yang dapat menyalurkan hobi para penggemar Korea, khususnya di Indonesia. Program tersebut dikemas melalui *annual event* yaitu “One Day Experience in Seoul” yang bertujuan untuk menciptakan pengalaman berkunjung ke Korea untuk satu hari bagi para penggemar Korea.

### **2. Deskripsi Logo dan Nama**



*Gambar 1. Logo Perusahaan*



Seoulmate Production diambil dari nama Kota Seoul dan *soulmate* sehingga melahirkan nama “Seoulmate”, yang mencirikan bahwa Seoul yang merupakan ibu kota atau jantung Korea Selatan dalam artian lain mengatakan bahwa kota Seoul adalah “belahan jiwa” bagi para penggemar Korea yang sangat mencintai budaya negeri gingseng tersebut. Dan kata “Production” menunjukkan bahwa perusahaan ini memproduksi jasa / program aktivitas wisata yang bertujuan untuk menyalurkan hobi para penggemar Korea. Dengan logo yang mencirikan gerbang istana Gyeongbokgung Palace, yaitu istana terbesar dari Dinasti Joseon yang menjadi salah satu *main icon* wisata di Korea Selatan. Logo ini digunakan untuk perusahaan kami dengan filosofi bahwa Seoulmate Production akan menjadi gerbang masuknya wisata minat khusus *Korean Wave* bagi penggemar Korea di Indonesia.

### 3. Identitas Bisnis

Nama Perusahaan	: CV. Seoulmate Production
Bidang Usaha	: Jasa
Jenis Produk / Jasa	: Usaha Penyedia Jasa Wisata Minat Khusus <i>Korean Wave</i>
Alamat Perusahaan	: Bandung Digital Valley, Jl. Gegerkalong Hilir No.47, Kota Bandung, Jawa Barat 40152
No. Telepon	: (022) – 4572380
Alamat Email	: <a href="mailto:seoulmatepro@gmail.com">seoulmatepro@gmail.com</a>
Tahun Berdiri	: 2020

### C. Visi dan Misi Perusahaan

#### Visi

“Menjadi *Leader* Penyedia Jasa Wisata Minat Khusus *Korean Wave* yang unggul dan terpercaya bagi penggemar Korea di Indonesia tahun 2026”



## Misi

1. Menghasilkan program aktivitas wisata minat khusus *Korean Wave* yang sesuai dengan kebutuhan penggemar Korea.
2. Memberikan pelayanan yang berkualitas kepada penggemar Korea sehingga mereka dapat memperoleh pengalaman yang optimal.
3. Menjalin hubungan baik dengan *customer*, *partner* dan *supplier* secara berkala.
4. Memberdayakan Sumber Daya Manusia (SDM) yang professional di Bidang Event yang memiliki pengalaman lapangan di *event* Korea serta bertanggung jawab atas setiap tugas yang diberikan.
5. Menyusun strategi pemasaran, operasional, dan keuangan yang tepat sasaran.
6. Mendengarkan kritik dan saran dari *customer* guna meningkatkan kualitas program aktivitas dan pelayanan.

## D. SWOT Analysis

### 1. Analisis Situasi

Tabel 1. Analisis SWOT

<b>Strength</b>	<b>Weakness</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Program aktivitas “One Day Experience in Seoul” yang memiliki produk <i>Korean Wave</i> yang lengkap menjadi satu – satunya tempat bagi para penggemar Korea dalam menyalurkan hobi mereka.</li> <li>• <i>Demand</i> mengenai tren <i>Korean Wave</i> ini menjamin peluang bisnis yang berpotensi bagi perusahaan kami untuk menyalurkan hobi para penggemar Korea di Indonesia, khususnya di</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Karena program aktivitas “One Day Experience in Seoul” merupakan hal baru, maka di perlukan banyaknya kerjasama dengan organisasi dan komunitas Korea di Indonesia.</li> <li>• Kurangnya <i>channel</i> untuk menjalin kerjasama dengan banyak pihak karena perusahaan yang baru di dirikan.</li> </ul>



<p>kawasan Pulau Jawa yaitu Jawa Barat &amp; Jabodetabek.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pemesanan tiket <i>event</i> dapat diakses melalui media <i>online</i> dan <i>offline</i>.</li> </ul>	
<p style="text-align: center;"><b>Opportunities</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• CV. Seoulmate Production akan menjadi perusahaan <i>leader</i> di bidang usaha penyedia jasa wisata minat khusus <i>Korean Wave</i> di Indonesia.</li> <li>• Prediksi tren <i>Korean Wave</i> yang menglobal menjamin target pasar dengan skala yang besar.</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Threats</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Banyaknya <i>event</i> Korea yang mengundang artis – artis K-Pop, hal tersebut dapat mengambil target pasar perusahaan kami. Karena pada dasarnya para penggemar Korea lebih cenderung memilih untuk melihat langsung idolanya.</li> <li>• Mahalnya biaya produksi <i>event</i> program aktivitas wisata “One Day Experience in Seoul” menjadi ancaman karena otomatis harga tiket dan paket yang ditawarkan ke <i>customer</i> juga akan menjadi tinggi.</li> </ul>

**a. Strength**

Sampai saat ini belum ada tempat atau wadah bagi para penggemar Korea dalam menyalurkan hobi mereka, serta tidak ditemui program aktivitas yang dapat mereka lakukan untuk mendukung hobi mereka tersebut. Oleh karena itu mereka lebih banyak menghabiskan waktunya untuk berselancar di *social media* melakukan hobinya yaitu *fangirling*. Menurut survei, 56% K-Popers menghabiskan waktu 1 – 5 jam di dunia maya untuk mengikuti aktivitas idol mereka. (Sumber: [www.kumparan.com](http://www.kumparan.com), 2017) Namun, pada dasarnya kebutuhan para penggemar Korea ini adalah berkumpul bersama para penggemar lainnya dan melakukan hobi yang mereka gemari terhadap konten Korea. *Demand* mengenai tren *Korean Wave* ini menjamin peluang bisnis yang berpotensi bagi perusahaan kami untuk menjadi *leader* bagi penyedia jasa wisata minat



husus untuk penggemar Korea di Indonesia, khususnya di kawasan Pulau Jawa yaitu Jawa Barat & Jabodetabek.

**b. Weakness**

Sebagai program aktivitas wisata minat khusus *Korean Wave* pertama di Indonesia, tentunya akan membutuhkan banyak kerjasama dengan Organisasi dan Komunitas Korea di Indonesia untuk mendukung program aktivitas yang ditawarkan. Yang dimana hal tersebut sulit untuk diraih karena kurangnya *channel* dari perusahaan yang baru di dirikan.

**c. Opportunities**

CV. Seoulmate Production akan menjadi perusahaan *leader* di bidang usaha penyedia jasa wisata minat khusus *Korean Wave* di Indonesia. Selain itu, tren *Korean Wave* yang menglobal menjamin target pasar dengan skala yang besar. Hal tersebut di dukung oleh data yang diperoleh dari Korea Foundation pada akhir tahun 2018, tercatat total 89.19 juta fans *K-Wave* di seluruh dunia dengan rincian 70,59 juta fans berasal dari Asia, 11,8 juta fans berasal dari Amerika Selatan dan Utara, 6,57 juta fans berasal dari Eropa, dan 230 ribu fans berasal dari Afrika dan Timur Tengah. Di kawasan Asia, khususnya Indonesia menjadi salah satu negara yang terkena *virus* tren *Korean Wave* tersebut. (Sumber: [www.cnnindonesia.com](http://www.cnnindonesia.com), 2019)

**d. Threats**

- 1) Banyaknya *event* Korea yang mengundang artis – artis K-Pop, hal tersebut dapat mengambil target pasar perusahaan kami. Karena pada dasarnya para penggemar Korea lebih cenderung memilih untuk melihat langsung idolanya.
- 2) Mahalnya biaya produksi *event* program aktivitas wisata “One Day Experience in Seoul” menjadi ancaman karena otomatis harga tiket dan paket yang ditawarkan ke *customer* juga akan menjadi tinggi.



## 2. TOWS Matrix

Tabel 2. Matriks TOWS

	<b>Strength</b>	<b>Weakness</b>
<b>TOWS Matrix</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Program aktivitas “One Day Experience in Seoul” yang memiliki produk <i>Korean Wave</i> yang lengkap menjadi satu – satunya tempat bagi para penggemar Korea dalam menyalurkan hobi mereka.</li> <li>• <i>Demand</i> mengenai tren <i>Korean Wave</i> ini menjamin peluang bisnis yang berpotensi bagi perusahaan kami untuk menyalurkan hobi para penggemar Korea di Indonesia, khususnya di kawasan Pulau Jawa yaitu Jawa Barat &amp; Jabodetabek.</li> <li>• Pemesanan tiket <i>event</i> dapat diakses melalui media <i>online</i> dan <i>offline</i>.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Karena program aktivitas “One Day Experience in Seoul” merupakan hal baru, maka di perlukan banyaknya kerjasama dengan organisasi dan komunitas Korea di Indonesia.</li> <li>• Kurangnya <i>channel</i> untuk menjalin kerjasama dengan banyak pihak karena perusahaan yang baru di dirikan.</li> </ul>





Opportunities	Strength–Opportunities	Weakness – Opportunities
<ul style="list-style-type: none"> <li>• CV. Seoulmate Production akan menjadi perusahaan <i>leader</i> di bidang usaha penyedia jasa wisata minat khusus <i>Korean Wave</i> di Indonesia.</li> <li>• Prediksi tren <i>Korean Wave</i> yang menglobal menjamin target pasar dengan skala yang besar.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mengambil kesempatan untuk menciptakan perusahaan yang bergerak di bidang penyedia jasa wisata minat khusus <i>Korean Wave</i> di Indonesia, dengan menghadirkan <i>event</i> program wisata minat khusus “One Day Experience in Seoul” yang menjadi satu – satu nya dan pertama kalinya tempat terlengkap bagi penggemar Korea dalam menyalurkan hobi mereka.</li> <li>• Memanfaatkan target pasar dengan skala yang besar untuk meraih pengunjung yang tepat sasaran dan dapat menguntungkan bagi perusahaan.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Melakukan riset pasar terlebih dahulu untuk mengetahui apakah target pasar tertarik dengan produk aktivitas <i>Korean Wave</i> yang ditawarkan pada <i>event</i> “One Day Experience in Seoul”.</li> <li>• Menjalin kerjasama dengan pihak perusahaan swasta / <i>government</i> yang memiliki andil besar terhadap tren <i>Korean Wave</i>, dikarenakan pihak perusahaan mereka pun menargetkan pasar Indonesia sebagai ceruk bisnisnya.</li> </ul>



Threats	Strength – Threats	Weakness – Threats
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Banyaknya <i>event</i> Korea yang mengundang artis – artis K-Pop, hal tersebut dapat mengambil target pasar perusahaan kami. Karena pada dasarnya para penggemar Korea lebih cenderung memilih untuk melihat langsung idolanya.</li> <li>• Mahalnya biaya produksi <i>event</i> program aktivitas wisata “One Day Experience in Seoul” menjadi ancaman karena otomatis harga tiket dan paket yang ditawarkan ke <i>customer</i> juga akan menjadi tinggi.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Membuat program aktivitas yang bervariasi dan sesuai dengan keinginan target pasar dan tren <i>Korean Wave</i>, sehingga membuat event “One Day Experience in Seoul” semakin menarik</li> <li>• Meminimalisir harga tiket yang tinggi dengan <i>value – value</i> yang di peroleh oleh pengunjung, sehingga dianggap <i>worth it</i>. Serta menambahkan harga promosi untuk pembelian melalui media <i>online</i>.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bekerjasama dengan <i>vendor – vendor</i> produksi sehingga memperoleh harga produk / jasa yang terjangkau.</li> <li>• Mencari banyak <i>investor</i> agar memperoleh biaya produksi yang besar.</li> <li>• Menjalin kerjasama dengan pihak kompetitor dalam hal promosi, agar terciptanya <i>win-win solution</i> dikarenakan target pasar kami yang sama.</li> </ul>



### 3. Matriks Pembobotan

#### a. Pembobotan Strength

Tabel 3. Pembobotan Strength

No	Indikator	Bobot	Nilai	Nilai Tertimbang
1	Program aktivitas “One Day Experience in Seoul” yang memiliki produk <i>Korean Wave</i> yang lengkap menjadi satu – satunya tempat bagi para penggemar Korea dalam menyalurkan hobi mereka.	50	5	250
2	<i>Demand</i> mengenai tren <i>Korean Wave</i> ini menjamin peluang bisnis yang berpotensi bagi perusahaan kami untuk menyalurkan hobi para penggemar Korea di Indonesia, khususnya di kawasan Pulau Jawa yaitu Jawa Barat & Jabodetabek.	40	4	160
3	Pemesanan tiket <i>event</i> dapat diakses melalui media <i>online</i> dan <i>offline</i> .	10	3	30
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>-</b>	<b>440</b>



b. Pembobotan Weakness

Tabel 4. Pembobotan Weakness

No	Indikator	Bobot	Nilai	Nilai Tertimbang
1	Karena program aktivitas “One Day Experience in Seoul” merupakan hal baru, maka di perlukan banyaknya kerjasama dengan organisasi dan komunitas Korea di Indonesia.	55	3	165
2	Kurangnya <i>channel</i> untuk menjalin kerjasama dengan banyak pihak karena perusahaan yang baru di dirikan.	45	4	180
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>-</b>	<b>345</b>

c. Pembobotan Opportunities

Tabel 5. Pembobotan Opportunities

No	Indikator	Bobot	Nilai	Nilai Tertimbang
1	CV. Seoulmate Production akan menjadi perusahaan <i>leader</i> di bidang usaha penyedia jasa wisata minat	60	5	300



	khusus <i>Korean Wave</i> di Indonesia.			
2	Prediksi tren <i>Korean Wave</i> yang menglobal menjamin target pasar dengan skala yang besar.	40	4	160
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>-</b>	<b>460</b>

d. Pembobotan Threats

Tabel 6. Pembobotan Threats

No	Indikator	Bobot	Nilai	Nilai Tertimbang
1	Banyaknya <i>event</i> Korea yang mengundang artis – artis K-Pop, hal tersebut dapat mengambil target pasar perusahaan kami. Karena pada dasarnya para penggemar Korea lebih cenderung memilih untuk melihat langsung idolanya.	55	4	220
2	Mahalnya biaya produksi <i>event</i> program aktivitas wisata “One Day Experience in Seoul” menjadi ancaman karena otomatis harga tiket dan	45	4	180



	paket yang ditawarkan ke <i>customer</i> juga akan menjadi tinggi.			
	<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>-</b>	<b>400</b>

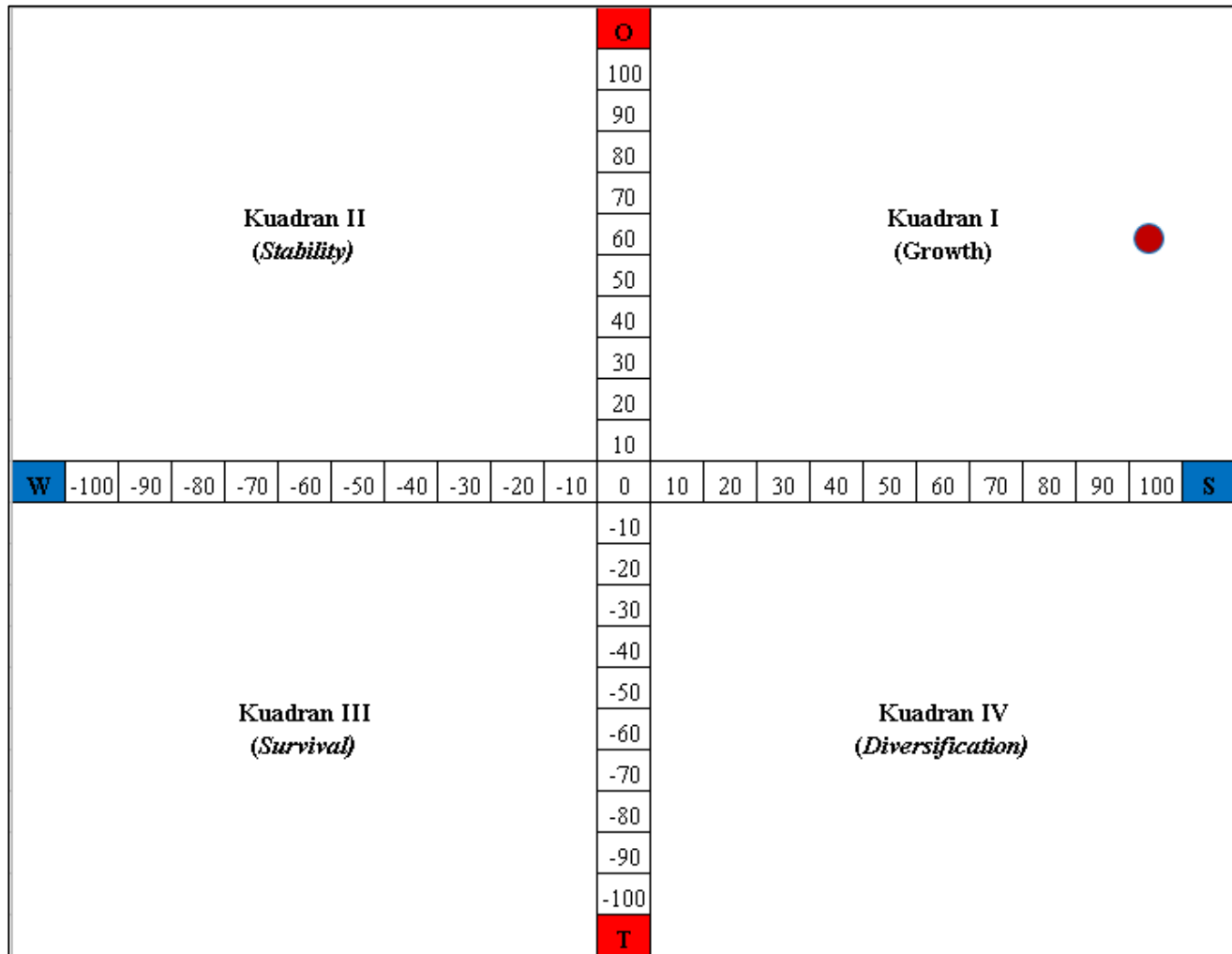
#### 4. Kuadran Nilai SWOT

Tabel 7. Nilai Terimbang SWOT

No	Indikator	Nilai Tertimbang
1	Strength	440
2	Weakness	345
<b>Selisih Nilai S,W = 95 (+)</b>		
3	Opportunities	460
4	Threats	400
<b>Selisih Nilai O,T = 60 (+)</b>		
<b>Selisih SW,OT = (100,60)</b>		



Tabel 8. Kuadran Nilai SWOT



Program aktivitas wisata “One Day Experience in Seoul” berada pada kuadran I (*growth* atau pertumbuhan) yang dimana memiliki hasil nilai terimbang positif (+) dan positif (+). Posisi ini membuktikan bahwa program ini memiliki kekuatan dan berpeluang untuk terus bertumbuh menjadi semakin besar, salah satu taktiknya adalah dengan memiliki strategi pengembangan produk dan strategi pemasaran yang tepat dan sesuai dengan keinginan pasar sehingga program aktivitas wisata “One Day Experience in Seoul” akan terus memperoleh kemajuan maksimal dalam dunia bisnis.



## E. Gambaran Umum Produk dan Jasa

“One Day Experience in Seoul” adalah sebuah program aktivitas yang akan dipersembahkan melalui *annual event* yang bertujuan menjadi wadah bagi penggemar Korea khususnya di kawasan pulau Jawa yaitu Jawa Barat dan Jabodetabek dalam menyalurkan hobi atau kesukaan mereka terhadap hal yang berkaitan dengan Korea. *Event* ini akan berlangsung selama 1 minggu di kawasan ITW Jababeka dengan menghadirkan produk-produk Korea yang selama ini selalu digemari oleh para penggemar Korea, mulai dari pertunjukkan *dance & sing cover* K-pop, K-Street Food Corner, K-Beauty Side, Korea Field Trip, hingga *special performance*. Konsep yang digunakan pada program ini adalah mengemas setiap program dengan *design* kota-kota di Korea Selatan yang sesuai dengan tema program tersebut. Melalui diselenggarakannya program aktivitas “One Day Experience in Seoul” ini akan memberikan pengalaman bagi para penggemar Korea seolah-olah mereka berkunjung ke Korea untuk satu hari.

## F. Rencana Legalitas Usaha

Perusahaan akan didirikan dalam bentuk Persekutuan Komanditer (CV) yang merupakan sebuah badan usaha alternatif dengan permodalan yang terbatas dan didirikan karena terdapat kerjasama antara dua orang atau lebih yang terdiri dari orang yang bertanggung jawab untuk mengatur perusahaan dan orang yang memberikan tanggung jawab terbatas pada perusahaan / hanya menanam modal, dengan pembagian keuntungan yang akan diberikan pada akhir tahun dalam bentuk dividen sesuai dengan kesepakatan.

Untuk membentuk sebuah badan usaha CV, terdapat dokumen yang diperlukan antara lain:

1. Akta pendirian CV
2. Surat Keterangan Domisili Perusahaan
3. Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP)
4. Pengesahan Pengadilan
5. Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP)





## 6. Tanda Daftar Perusahaan (TDP)

Selain persyaratan diatas, sebagai usaha penyedia jasa di bidang pariwisata, berdasarkan Peraturan Menteri Pariwisata Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2016 mengenai Pendaftaran Usaha Pariwisata, dokumen yang diperlukan antara lain:

1. Fotokopi akta pendirian perusahaan dan perubahan terakhir (bila ada) atau Fotokopi KTP bagi pengusaha perorangan
2. NPWP Perusahaan / Perorangan
3. Fotokopi bukti hak atas tanah; dan
4. Fotokopi izin teknis sesuai peraturan perundang - undangan :
  - a. INB atau IPB atau Perjanjian Penggunaan Bangunan atau Tempat Usaha
  - b. HO, khusus usaha menengah dan besar, dikecualikan untuk usaha menengah dan besar yang berada di kawasan yang telah memiliki HO
  - c. SPPL, dibuat oleh pemohon dan disetujui oleh petugas instansi yang berwenang, sedangkan untuk usaha yang berada di dalam kawasan yang telah memiliki Izin Lingkungan, tidak membutuhkan persetujuan oleh petugas instansi yang berwenang (khusus usaha mikro dan kecil)
  - d. Izin Lingkungan, khusus usaha menengah dan besar, dikecualikan untuk usaha yang berada di kawasan yang telah memiliki Izin Lingkungan.