

PROYEK AKHIR
RENCANA BISNIS “TEUMAIN.ID”: “Find Your Treasure”

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat
Dalam menempuh studi pada
Program Diploma IV



Disusun oleh:
RHIMBA DANA BLANTARA
NIM : 2021310018

PROGRAM STUDI PENGELOLAAN USAHA REKREASI
JURUSAN KEPARIWISATAAN
POLITEKNIK PARIWISATA NHI BANDUNG
2025

BUSINESS PLAN OF TEUMAIN.ID

"FIND YOUR TREASURE"



PRESENTED BY:

RHIMBA DANA BLANTARA

NIM:2021310018

+62 895-1419-4477

teumain.id@gmail.com

20
25

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rhimba Dana Blantara
Tempat/Tgl Lahir : Cianjur, 7 Juli 2003
NIM : 2021310018
Program Studi : Pengelolaan Usaha Rekreasi (PUR)
Jurusan : Kepariwisata

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Proyek Akhir berjudul **RENCANA BISNIS “Teumain.id: Find Your Treasure”** ini merupakan karya dan hasil penelitian saya sendiri, bukan hasil penjiplakan, pengutipan tanpa izin, atau penyalinan dari pihak lain, kecuali yang telah disebutkan dan disitasi secara benar sesuai kaidah akademik yang berlaku di Politeknik Pariwisata NHI Bandung dan etika yang berlaku, kecuali atas bimbingan dan arahan dari Tim Pembimbing.
2. Semua ide, data, dan konsep dalam Proyek Akhir ini adalah asli dan belum pernah dipublikasi sebelumnya, kecuali secara tertulis dinyatakan sebagai referensi dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Apabila di kemudian hari terdapat pelanggaran terhadap pernyataan ini baik terkait plagiarisme, pelanggaran etika akademik, atau klaim terhadap keaslian karya saya siap menerima konsekuensi berupa sanksi akademik dan/atau sanksi lainnya sesuai ketentuan yang berlaku di Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
4. Surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, 18 Juni 2025

Yang membuat pernyataan,

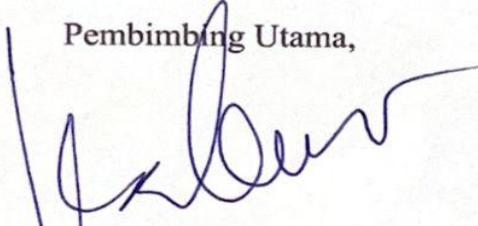


Rhimba Dana Blantara
NIM. 2021310018

LEMBAR PENGESAHAN
RENCANA BISNIS “TEUMAIN.ID”: *Find Your Treasure*

NAMA : RHIMBA DANA BLANTARA
NIM : 2021310018
JURUSAN : KEPARIWISATAAN
PROGRAM STUDI : PENGELOLAAN USAHA REKREASI

Pembimbing Utama,


Valentino Sumardi, MM.Par.
NIP. 19720807 200312 1 001

Pembimbing Pendamping,


Mega Aldora, SST.Par., MM.
NIP. 19911020 202421 2 013

Bandung, 17 Juni 2025

Mengetahui,

Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerjasama,



Ni Gusti Made Kerti Utami, BA., MM. Par., CHE.

NIP : 19710316 199603 2 001

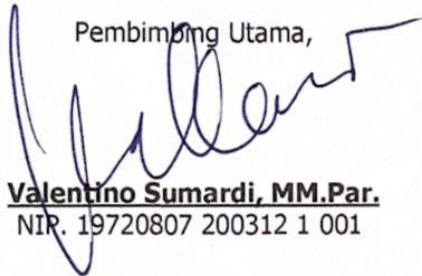
LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL TUGAS AKHIR/PROYEK AKHIR

Rencana Bisnis "*Teumain.id: Find Your Treasure*"

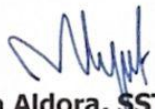
NAMA : RHIMBA DANA BLANTARA
NIM : 2021310018
JURUSAN : KEPARIWISATAAN
PROGRAM STUDI : PENGELOLAAN USAHA REKREASI (PUR)

Pembimbing Utama,



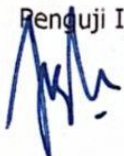
Valentino Sumardi, MM.Par.
NIP. 19720807 200312 1 001

Pembimbing Pendamping,



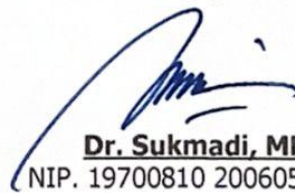
Mega Aldora, SST.Par., MM.
NIP. 19911020 202421 2 013

Penguji I,



Dicky Arsyul Salam, S.Par., M.Sc.
NIP. 19890709 201403 1 002

Penguji II,

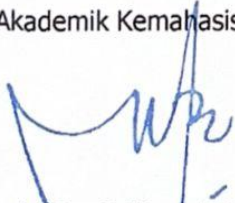


Dr. Sukmadi, MM.
NIP. 19700810 200605 1 001

Bandung, 01 Agustus 2025

Mengetahui,

Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerja Sama



Ni Gusti Made Kerti Utami, BA., MM.Par., CHE
NIP. 19710316 199603 2 001

Menyetujui,

Direktur Politeknik Pariwisata NHI Bandung



Dr. Anwari Masatip., MM.Par., CEE
NIP. 19750415 200212 1 001

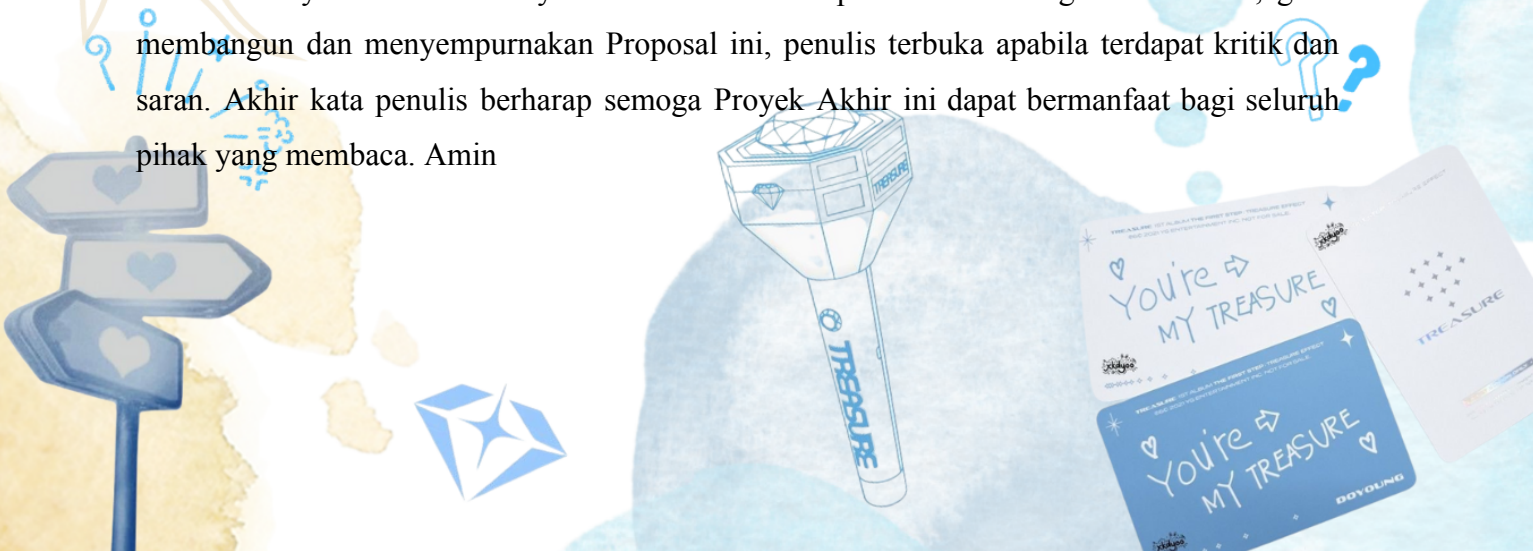
KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya yang tak terhingga, sehingga penulis dapat menyelesaikan Proyek Akhir yang berjudul “Rencana Bisnis TEUMAIN.ID “Find Your Treasure” sebagai salah satu syarat untuk memenuhi kelulusan Diploma IV, program studi Pengelolaan Usaha Rekreasi di Politeknik Pariwisata NHI Bandung. Ucapan terima kasih yang tulus penulis sampaikan kepada kedua orang tua tercinta atas segala dukungan, baik moril maupun materil, yang senantiasa diberikan kepada penulis dalam menempuh pendidikan hingga saat ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa keberhasilannya tidak lepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah berkontribusi dalam penyelesaian usulan proposal ini, antara lain:

1. Bapak Dr. Anwari Masatip, MM. Par, selaku Direktur Politeknik Pariwisata NHI Bandung
2. Ibu Ni Gusti Made Kerti Utami, BA., M.M.Par., CHE., selaku Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerjasama Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
3. Ibu Endah Trihayuningtyas, S.Sos., MM.Par, selaku Ketua Jurusan Kepariwisataaan
4. Bapak Dicky Arsyul Salam, S.Par., M.Sc, selaku Ketua Program Studi Pengelolaan Usaha Rekreasi
5. Bapak Valentino Sumardi, A.Par., MM.Par., Selaku Pembimbing Utama
6. Ibu Mega Aldora, SST.Par., MM. Selaku Pembimbing Pendamping
7. Keluarga tercinta, yang memberikan doa, dukungan dan motivasi kepada penulis.
8. Teman - teman seperjuangan dan seluruh keluarga besar MBW Tobae

Penulis menyadari bahwa Proyek Akhir ini tidak luput dari kekurangan. Untuk itu, guna membangun dan menyempurnakan Proposal ini, penulis terbuka apabila terdapat kritik dan saran. Akhir kata penulis berharap semoga Proyek Akhir ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak yang membaca. Amin



DAFTAR ISI

PERNYATAAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
SUMMARY.....	ix
BAB I DESKRIPSI BISNIS.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Gambaran Umum Bisnis.....	2
C. Visi Dan Misi.....	5
D. SWOT Analysis.....	5
E. Gambaran Umum Produk Dan Jasa.....	8
F. Jenis/Badan Usaha.....	10
G. Aspek Legalitas.....	11
BAB II RENCANA PRODUK/JASA.....	12
A. Daftar dan Deskripsi Produk/Jasa.....	12
B. Alasan dan Keunggulan Produk/Jasa.....	13
C. Penyajian dan Kemasan Produk/Jasa.....	15
D. Analisa Resources.....	19
E. Analisa Proses Produk/Jasa.....	21
F. Inventory System.....	23
G. Supply Chain.....	24
BAB III RENCANA PEMASARAN.....	25
A. Riset Pasar.....	25
B. Analisa Product Market-Fit.....	36
C. Analisa Kompetitor.....	39
D. Program Pemasaran.....	41

E. Media Pemasaran.....	42
F. Proyeksi Penjualan.....	43
BAB IV ASPEK SDM DAN OPERATIONAL.....	44
A. Identitas Owners/Founders.....	44
B. Struktur Organisasi.....	45
C. Job Analysis dan Job Description.....	46
D. Manning Budget/Anggaran Tenaga Kerja.....	49
E. Recruitment & Hiring Procedure.....	50
F. Service Scape.....	52
G. Action Plan & Report.....	56
BAB V ASPEK KEUANGAN.....	61
A. Metode Pencatatan Akuntansi.....	61
B. Capital Expenditure (Identifikasi Initial Investment).....	61
C. Time Value of Money.....	64
D. Pendanaan Investasi : (Agency Theory).....	65
E. Penentuan Titik Impas dan Laba yang diharapkan.....	66
F. Identifikasi Cash Inflow & Outflow.....	70
G. Metode Penilaian Investasi (Capital Budgeting).....	71
DAFTAR PUSTAKA.....	74
LAMPIRAN.....	76



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Teumain.id.....	4
Gambar 1.2 Five Force Porter.....	6
Gambar 2.1 Ilustrasi Produk Teume Event.....	13
Sumber: Dokumentasi Penulis.....	13
Gambar 2.2 Ilustrasi Produk Teusplash.....	16
Gambar 2.3 Ilustrasi Produk Team.....	18
Gambar 3.1 Kuesioner Usia.....	26
Gambar 3.2 Kuesioner Partisipan.....	27
Gambar 3.3 Kuesioner Minat budaya.....	28
Gambar 3.4 Kuesioner Game interaktif.....	28
Gambar 3.5 Kuesioner Biaya tiketing.....	29
Gambar 3.6 Kuesioner Minat Produk.....	30
Gambar 3.7 Kuesioner Kediaan.....	31
Gambar 3.8 Kuesioner Harga tiket.....	31
Gambar 3.9 Kuesioner Kategori aktivitas.....	32
Gambar 4.1 Pas Foto.....	45
Gambar 4.2 Struktur Organisasi.....	46

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Keunggulan.....	15
Tabel 2.2 Produk Jasa.....	23
Tabel 3.1 Segmenting.....	33
Tabel 3.2 Positioning.....	36
Tabel 3.4 Kompetitor.....	41
Tabel 3.5 Proyeksi Penjualan.....	44
Tabel 4.1 Salary.....	50
Tabel 4.2 Timeline tahun pertama.....	59
Tabel 4.3 Timeline tahun 2-5.....	61
Tabel 5.1 Tangible Investment.....	63
Tabel 5.2 Intangible Investment.....	64
Tabel 5.3 Working Capital.....	65
Tabel 5.4 Total Investasi.....	65
Tabel 5.5 Owner equity.....	66
Tabel 5.6 Bank loan.....	66
Tabel 5.7 Revenue Break Down.....	67
Tabel 5.8 Income Statement.....	69
Tabel 5.9 BEP.....	70
Tabel 5.10 Cash Flow.....	71
Tabel 5.11 NVP.....	72
Tabel 5.12 IRR.....	73
Tabel 5.13 Payback Period.....	73

SUMMARY

Teumain.id adalah sebuah usaha di bidang pariwisata yang menghadirkan pengalaman rekreasi bagi komunitas Treasure Maker. Produk utama berupa paket yang menggabungkan kunjungan wisata dengan aktivitas interaktif bertema idola. Latar belakang rencana bisnis ini berangkat dari pertumbuhan signifikan budaya Korean Wave (Hallyu) di Indonesia, di mana Indonesia merupakan pasar K-Pop terbesar ketiga dunia dengan 7,4 miliar streaming. Namun, ketersediaan opsi rekreasi bagi penggemar K-Pop masih terbatas pada konser dan fan meeting, belum ada yang menggabungkan wisata dengan aktivitas fandom secara terstruktur. Tujuan dari bisnis ini adalah menjadi wadah utama bagi penggemar Treasure Maker untuk bersatu, berkreasi, dan merasakan pengalaman tak terlupakan. Teumain.id menargetkan pasar penggemar K-Pop Generasi Z dan Milenial di wilayah Jabodetabek-Bandung, dengan total potensi pasar (TAM) 3.6 juta orang. Segmen yang aktif dan memiliki minat tinggi terhadap wisata berbasis fandom (SAM) berjumlah 1.08 juta orang. Pada tahun pertama hingga ketiga, Teumain.id menargetkan 12.960 peserta/tahun (SOM), Melalui penyelenggaraan rutin event berkala. Analisis direct cost sebesar Rp688.800.000 dan biaya operasional sebesar Rp416.498.878/tahun, Teumain.id menetapkan harga jual tiket Rp450.000 per peserta. Harga ini telah mempertimbangkan mark-up keuntungan 17% (Rp383.784) dan disesuaikan menjadi Rp450.000 untuk memastikan profitabilitas sekaligus tetap kompetitif di pasar, terutama mengingat 97% responden survei menyatakan kesanggupan membayar dalam rentang Rp300.000–Rp500.000. Hasil Kuesioner Market Test Survei terhadap 451 responden penggemar K-Pop mengungkap Tingkat Minat 96.2% menyatakan minat tinggi atau cukup terhadap konsep aktivitas Teumain.id. Kepercayaan Diri Produk dengan 96% (200 dari 208 responden) menyatakan kemungkinan tinggi untuk membeli tiket aktivitas Teumain.id.

Total investasi yang dibutuhkan sebesar Rp353.307.500, terdiri dari investasi berwujud (92,92%), tidak berwujud (3,68%), dan modal kerja (3,40%). Sumber pendanaan berasal dari modal pemilik (60%) dan pinjaman bank (40%) dengan bunga 11% per tahun. Proyeksi pendapatan tahun pertama mencapai Rp1.359.600.000, yang terus meningkat hingga Rp1.600.200.000 pada tahun kelima. Bisnis ini memiliki Break Even Point (BEP) tahunan sebesar Rp767.306.063 pada tahun pertama dan payback period sekitar 1,7 tahun, sehingga menunjukkan bahwa Teumain.id merupakan usaha yang layak dijalankan, baik dari sisi pasar maupun keuangan.

DAFTAR PUSTAKA

Baxter, R. K. (2015). *The membership economy: Finding your super users, mastering the forever transaction, and building recurring revenue*. McGraw-Hill.

DiscoverASR. (n.d.). *Korean Wave in Jakarta*.
<https://www.discoverasr.com/en/destinations/indonesia/jakarta/korean-wave-in-jakarta>

Euromonitor International & Statista. (2023). <https://www.statista.com>

Financial Accounting Standards Board (FASB). (2020). *Conceptual framework for financial reporting*. <https://www.fasb.org>

GEOTIMES. (n.d.). *Dampak Ekonomi Konser K-Pop di Indonesia pada Pariwisata & UMKM*.

GoodStats. (2023). *Fenomena musik Korea, Indonesia tempati posisi ke-3 dalam pasar K-pop dunia*.
<https://goodstats.id/article/fenomena-musik-korea-indonesia-tempati-posisi-ke-3-dalam-pasar-k-pop-dunia-gcIpb>

Hwang, J. (2022). The untouchable fandom: Why K-pop communities resist generic alternatives. *Journal of Popular Culture*, 55(3), 45-67.

Indonesia Convention and Exhibition Association (ICEA). (n.d.).
<https://www.icea-indonesia.org>



Jin, D. Y., & Yoon, K. (2021). Transcultural fandom of the Korean Wave: The participatory culture of global fans. *International Journal of Cultural Studies*, 24(2), 210-230.

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia. (2023). <https://www.kemenparekraf.go.id>

Kim, H. (2020). The Korean Wave (Hallyu) and tourism: The impact of K-pop on travel behavior. *Tourism Management Perspectives*, 34, 100637.

Kim, S. (2012). Audience involvement and film tourism experiences: Emotional places, emotional experiences. *Tourism Management*, 33(2), 387–396.

Korea Herald. (2024, March 15). *K-pop tourism boom: Small agencies thrive with flexible partnerships*. <https://www.koreaherald.com>

Korea Times. (2024, April 2). *The battle for K-pop fans' wallets: Who wins?* <https://www.koreatimes.co.kr>

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.

Kumparan. (n.d.). *Fenomena Korean Wave dan Selera Khalayak Indonesia*. <https://kumparan.com/achmad-fadhilah-irawan-putra/fenomena-korean-wave-dan-selera-khalayak-indonesia-20c8psqE3Oi>

Lee, M., & Kim, S. (2022). Niche tourism and competitive advantage: The case of K-pop fan-based experiences. *Journal of Travel Research*, 61(5), 1123-1140.

Moore, G. A. (1991). *Crossing the chasm: Marketing and selling high-tech products to mainstream customers*. HarperBusiness.

Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. Wiley.

Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., & Smith, A. (2014). *Value Proposition Design: How to Create Products and Services Customers Want*. Wiley.

Pratt, A., & Nunes, J. (2012). *Branded interactions: Creating the digital experience*. Wiley.

Ri'aeni, I., Suryani, A., & Wijaya, T. (2019). Pengaruh budaya Korean Wave dan perilaku fan entrepreneurship terhadap minat berwirausaha. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, 15(3), 45–60.

Simbar, R. (2016, November 15). *Fenomena Korean Wave dan selera khalayak Indonesia*. Kumparan.

Van der Wagen, L. (2020). *Event management: Principles, planning and practice* (5th ed.). Pearson.

Weygandt, J. J., Kimmel, P. D., & Kieso, D. E. (2015). *Accounting principles*.

