

BAB 1

DESKRIPSI BISNIS

A. Latar Belakang.

Industri rekreasi kini mengalami perubahan besar karena meningkatnya integrasi teknologi dalam kehidupan sehari-hari. Sejak awal 2000-an, batas antara ruang fisik dan digital mulai memudar. Aktivitas hiburan tidak lagi terbatas pada lokasi tertentu—orang dapat menonton pertandingan, bermain game, dan bersosialisasi hanya melalui perangkat digital (*Foley & McGillivray, 2017*).

Penyedia layanan rekreasi mulai menggabungkan elemen digital ke dalam aktivitas tradisional untuk menciptakan pengalaman yang lebih menarik dan sesuai dengan kebiasaan baru konsumen. Transformasi ini tidak hanya meningkatkan kenyamanan, tetapi juga membentuk ulang cara rekreasi dijalani dan dibagikan melalui keanggotaan digital, personalisasi berbasis data, hingga pengalaman virtual (*Foley & McGillivray, 2017*). Hiburan digital telah berkembang dari penggunaan dasar menjadi keterlibatan imersif. Tren ini membuka peluang besar bagi teknologi *Virtual Reality* (VR), yang dinilai sebagai langkah alami dalam evolusi industri hiburan modern. Revolusi industri 5.0 membawa peralihan mendasar dalam kehidupan manusia yang ditandai oleh kemudahan akses informasi melalui media digital, serta pergeseran budaya ke arah ‘cyber dan visual’ yang kuat terutama di kalangan milenial (*Helianny, 2019*).

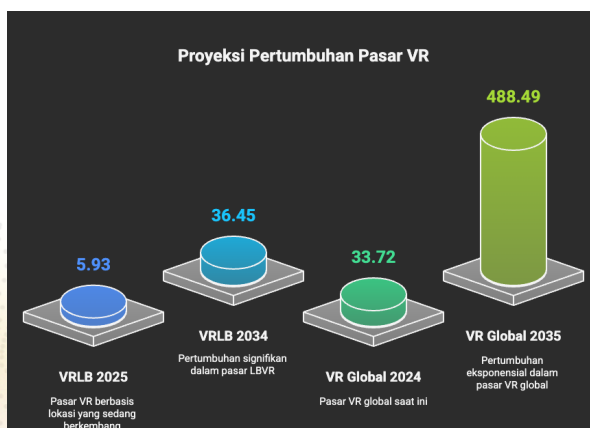
Perkembangan perangkat keras VR kini mencapai tahap yang lebih nyaman, realistis, dan terjangkau, mengatasi hambatan adopsi massal seperti



ketidaknyamanan fisik dan harga tinggi. Headset VR nirkabel menjadi tren utama karena memberikan kebebasan bergerak tanpa kabel, didukung oleh desain ergonomis yang mengutamakan distribusi berat, sirkulasi udara, dan kenyamanan penggunaan jangka panjang. Peningkatan daya tahan baterai dan konektivitas juga memperkaya pengalaman pengguna dalam menjelajahi dunia virtual.

Selain itu, inovasi seperti kacamata pintar ringan dan perangkat XR yang menggabungkan VR dan AR memungkinkan pengguna tetap terhubung dengan dunia nyata. Semua kemajuan ini membuka jalan bagi adopsi VR yang lebih luas, tidak hanya di kalangan pecinta teknologi tetapi juga di sektor bisnis dan masyarakat umum.

Pasar VR Berbasis Lokasi menunjukkan proyeksi pertumbuhan yang kuat. Pasar ini diproyeksikan akan tumbuh dari USD 5.93 Miliar pada tahun 2025 menjadi USD 36.45 Miliar pada tahun 2034, dengan CAGR sebesar 22.34% . Secara lebih luas,

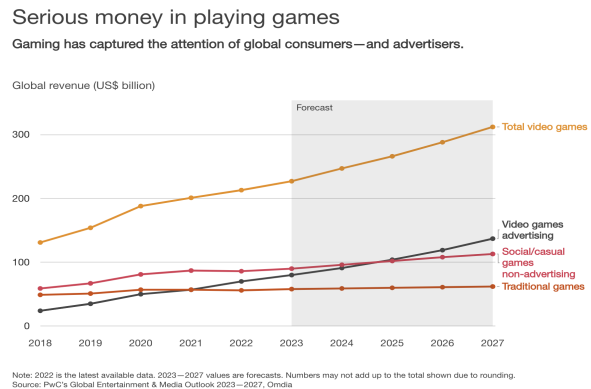


pasar virtual reality secara keseluruhan diproyeksikan tumbuh dari \$33.72 miliar pada tahun 2024 menjadi \$488.49 miliar pada tahun 2035, mewakili CAGR 27.511%. (Vyas G, 2025)

Gambar 1. 1 Proyeksi Pertumbuhan Industri VR

Sumber : Market Research,olah data 2025

Berdasarkan grafik yang bersumber dari *PwC's Global Entertainment & Media Outlook 2023-2027*, terlihat jelas adanya peluang besar dalam sektor total video game, yang ditunjukkan oleh tren peningkatan pendapatan global yang konsisten dan signifikan dari tahun 2018 hingga proyeksi tahun 2027.



Gambar 1. 2 Global Revenue Gaming Industries

Sumber : PWC's Global Entertainment & Media Outlook 2023-2027

Industri *gaming*, khususnya Virtual Reality (VR), menunjukkan tingkat pertumbuhan pasar yang tinggi, didorong oleh tren *immersive gaming* dan proyeksi pertumbuhan pendapatan video game serta *e-sports* di Indonesia sebesar 13,8% CAGR hingga 2027, mencerminkan minat kuat pada hiburan berbasis VR dan pergeseran ke ekonomi pengalaman. Sementara itu, meskipun VR rumahan memiliki tantangan biaya dan konten, pusat rekreasi VR berbasis lokasi menciptakan peluang pangsa pasar relatif yang signifikan karena kemampuannya menyediakan perangkat keras kelas atas, pengalaman sosial, dukungan profesional, dan relevansinya dengan budaya rekreasi digital yang menekankan interaksi serta konten yang dapat dibagikan, memposisikannya sebagai "ruang ketiga" yang unik dan menjanjikan dalam hiburan digital.



B. Gambaran Umum Bisnis

1. Deskripsi Bisnis

CV Neovision Tech merupakan pusat rekreasi berbasis teknologi *virtual reality* (VR) premium yang berlokasi di Jakarta bernama Neoverse. Neoverse ini berdedikasi untuk menyajikan pengalaman realitas virtual yang imersif. Neovision Tech menyediakan beragam aktivitas yang dirancang untuk mengakomodasi berbagai minat pengguna, meliputi ragam permainan VR terkini yang memacu adrenalin, pengalaman interaktif yang memungkinkan eksplorasi dunia fantasi, serta perjalanan edukatif inovatif. Komitmen Neovision Tech adalah untuk mengintegrasikan hiburan dan pembelajaran melalui pemanfaatan teknologi VR.

Keunggulan kompetitif Neovision Tech terletak pada implementasi *Omnidirectional VR treadmill* yang revolusioner. Teknologi ini memfasilitasi pergerakan bebas 360 derajat dalam lingkungan virtual tanpa kendala batasan ruang fisik. Guna melengkapi pengalaman imersif tersebut, Neovision Tech mengintegrasikan perangkat haptik canggih, meliputi rompi, dan replika senjata haptik, yang mampu memberikan umpan balik multisensorik secara realistis. Sinergi antara berbagai teknologi ini memposisikan Neovision Tech sebagai salah satu destinasi utama yang menawarkan pengalaman VR yang transformatif dan realistis di Jakarta.

Sebagai langkah awal, Neoverse unit bisnis utama dari Neovision Tech merencanakan pembukaan outlet pertamanya di Pondok Indah Mall (PIM), salah satu pusat perbelanjaan paling bergensi dan ramai di Jakarta Selatan, yang dikenal

dengan segmen pengunjung keluarga, anak muda, dan kalangan menengah atas dengan tingkat kunjungan tinggi, mencapai 16 juta pengunjung pada tahun 2022 dan mencapai 30 juta pengunjung pada 2024 dan 2025 (data PT Metropolitan Kentjana Tbk). Lokasi yang dipilih adalah lantai 2 Pondok Indah Mall 3, karena lantai tersebut secara khusus dikembangkan untuk menampung sektor hiburan, rekreasi, dan experience-based retail. Hal ini sejalan dengan positioning Neoverse sebagai destinasi rekreasi futuristik berbasis teknologi, yang akan memanfaatkan traffic tinggi di area tersebut untuk memperkenalkan pengalaman VR premium kepada masyarakat urban Jakarta.

Pondok Indah Mall 3 beralamat di Jl. Metro Pondok Indah, RT.1/RW.16, Pondok Pinang, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan, DKI Jakarta 12310. Jam operasional mall ini adalah setiap hari pukul 10.00 hingga 22.00 WIB, yang memberi keleluasaan bagi pengunjung untuk menikmati berbagai fasilitas, termasuk wahana VR interaktif dari Neoverse.

2. Deskripsi Logo dan Nama

NeoVerse adalah tempat masa depan menjadi kenyataan. Terinspirasi oleh kata "*Neo*" (baru) dan "*Verse*" (alam semesta), NeoVerse merupakan gerbang menuju dunia yang sama sekali baru—dunia tempat Anda dapat bermain, bergerak, dan belajar melalui pengalaman realitas virtual yang imersif. Baik menghindari laser



dalam permainan VR, menjelajahi peradaban kuno, atau menembak dan berlari dalam situasi perang, NeoVerse menghadirkan hal-hal luar biasa dalam jangkauan.

Gambar 1. 3 Logo Neoverse VR

Sumber : Olah data,2025



Logo Neoverse VR menampilkan sebuah headset VR futuristik dengan penglihatan jaringan digital berwarna ungu yang membentang dari kacamata, melambangkan akses ke dunia baru yang terhubung dan tak terbatas. Warna ungu dipilih untuk merepresentasikan imajinasi, teknologi canggih, dan dimensi yang melampaui kenyataan.

Jaringan digital tersebut menciptakan kesan dunia maya yang luas, interaktif, dan saling terhubung—menegaskan bahwa Neoverse bukan hanya tempat bermain, tapi juga tempat belajar, bergerak, dan menjelajah tanpa batas. Desain logo ini memadukan gaya modern dan elemen imersif, menciptakan identitas visual yang kuat, menarik bagi generasi muda dan para penggemar teknologi.

3. Identitas Bisnis

Nama Perusahaan : CV Neovision Tech



Bidang Usaha : Pariwisata

Alamat : Jl. Metro Pondok Indah No.Kav. 4, Pd. Pinang, Kec. Kby. Lama,
Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12310

Alamat e-mail : Neoverse.id@gmail.com

Instagram : [@Neoverse.id](https://www.instagram.com/Neoverse.id)

Website : www.Neoversevr.com

C. Visi dan Misi.

Visi:

Menjadi pusat *virtual reality* terkemuka di Indonesia yang menginspirasi, menghibur, dan memberdayakan individu melalui pengalaman imersif yang inovatif dan transformatif.

Misi:

1. Memberikan pengalaman VR premium yang imersif dan beragam, mencakup hiburan dan edukasi, untuk menarik dan mempertahankan basis pelanggan yang luas.
2. Memastikan operasional VR arcade yang aman, nyaman, dan mudah diakses, demi kepuasan pelanggan dan pengalaman VR yang optimal.

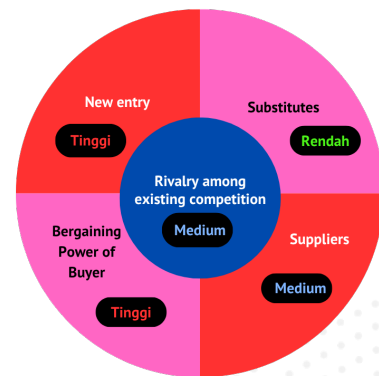


3. Mengadopsi dan mengintegrasikan teknologi VR terkini secara berkelanjutan untuk memperkaya penawaran produk dan mempertahankan posisi terdepan di pasar.
4. Membangun kemitraan strategis dengan pengembang konten, dan pemangku kepentingan industri untuk memperluas ekosistem konten VR dan jangkauan pasar.
5. Berperan aktif dalam mendorong adopsi dan pemanfaatan teknologi VR di sektor hiburan, pendidikan, dan industri lainnya di Indonesia, mendukung pertumbuhan pasar VR secara keseluruhan



D.SWOT

Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) merupakan alat strategis yang digunakan untuk mengevaluasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi posisi suatu bisnis. Kekuatan dan kelemahan mencerminkan kondisi internal perusahaan, seperti keunggulan produk atau keterbatasan sumber daya, sementara peluang dan ancaman menggambarkan kondisi eksternal seperti tren pasar atau persaingan. Setelah memahami kondisi internal dan eksternal melalui SWOT (Kotler, P., & Keller, K. L. 2016)



Gambar 1. 4 Porter's Five Forces
Sumber: Olah data, 2025

Analisis Porter's Five Forces dapat digunakan untuk mendalami struktur industri dan tingkat persaingan yang dihadapi bisnis. Lima kekuatan dalam model ini mencakup ancaman pendatang baru, kekuatan tawar pembeli, kekuatan tawar pemasok, ancaman produk pengganti, dan intensitas persaingan antar perusahaan dalam industri (Porter, M. 2008) Dalam tahap initial business, analisis *Porter's Five Forces* lebih relevan digunakan untuk menganalisis potensi *opportunity* dan *threat* yang muncul dari lingkungan industri, seperti tingkat persaingan, ancaman pendatang baru, kekuatan tawar pembeli dan pemasok, serta kemungkinan produk pengganti. Dengan memahami kelima kekuatan ini, pelaku usaha dapat menilai apakah pasar layak untuk dimasuki dan strategi apa yang perlu dipersiapkan untuk



menghadapi tekanan industri. Sementara itu, analisis terhadap *strength* dan *weakness* akan difokuskan pada tahap pengembangan dan skenario bisnis mendatang, dengan tujuan memastikan bahwa bisnis meminimalisasi kelemahan dan lebih menekankan pada penguatan nilai keunggulan serta kualitas produk, sehingga mampu bersaing secara berkelanjutan.

1. Ancaman Pendatang Baru (*Threat of New Entrants*)

Tinggi : Bisnis ini masih tergolong baru dan menarik di Indonesia. Meskipun investasi awal untuk perangkat dan ruang cukup besar, konsep ini cukup mudah ditiru bagi pemain dengan modal. Karena belum ada regulasi ketat dan teknologi sudah tersedia secara komersial, potensi munculnya kompetitor baru tetap tinggi. (*MonsterRAR*)

2. Kekuatan Tawar Pemasok (*Bargaining Power of Suppliers*)

Medium: Perangkat keras dan lunak VR masih diproduksi oleh segelintir perusahaan global (Meta, HTC, Sony), sehingga mereka memiliki kekuatan tawar. Namun, karena sudah banyak distributor dan penyedia lokal di Indonesia, kekuatan tawar ini bisa dikendalikan melalui riset pemasok dan pembelian yang efisien. (*Virtual reality in gaming outlook 2031*)

3. Kekuatan Tawar Pembeli (*Bargaining Power of Buyers*)

Tinggi: Konsumen memiliki banyak alternatif hiburan di Jakarta dan sangat mempertimbangkan harga serta pengalaman. Mereka memiliki



kekuatan tawar yang tinggi, terutama jika bisnis tidak mampu memberikan nilai lebih.

4. Ancaman Produk Pengganti (*Threat of Substitutes*)

Medium : Banyaknya pilihan hiburan lain seperti bioskop atau taman bermain, namun Keunikan interaksi digital dan sensasi mendalam membuat produk pengganti tidak terlalu mengancam langsung. Ini memberi keuntungan kompetitif tersendiri bagi bisnis VR yang menggolongkan kategori ini menjadi medium

5. Persaingan Kompetitif (*Competitive Rivalry*)

Medium : Saat ini belum banyak tempat bermain VR dengan skala besar di Jakarta, namun tren dan potensi pertumbuhan pasar menarik minat banyak pemain baru. 3 Direct *competitor* dengan produk utama experience VR dan indirect *competitor* pusat hiburan game arcade di Jakarta



E. Gambaran Umum Produk dan Jasa



Gambar 1.5 Ilustrasi Tempat Neoverse

Sumber : Imagen 3, Olahdata 2025

Neoverse VR adalah sebuah pusat hiburan berbasis teknologi realitas virtual (VR) yang menawarkan pengalaman bermain imersif dan interaktif bagi semua kalangan, mulai dari remaja hingga keluarga dan profesional muda. Secara konsep, Neoverse dirancang sebagai sebuah *tenant* destinasi dengan tema utama VR dan *gaming*, yang diperkuat oleh desain interior futuristik. Dengan menggunakan perangkat canggih dan menyediakan konsep area bermain bebas (*free-roam*), Neoverse menciptakan pengalaman tanpa batas yang tidak ditemukan di tempat hiburan konvensional. Tujuan utamanya adalah mendesain Neoverse sebagai tempat berekreasi pilihan yang berbasis digital dan imersif, di mana pengunjung dapat melepaskan diri dari rutinitas dan masuk ke dalam dunia baru yang menyenangkan dan interaktif. Untuk mencapai visi ini, Neoverse VR berfokus pada beberapa pilar bisnis utama.:



1. VR Gaming: Menyediakan akses ke judul game VR terkini untuk pengalaman hiburan yang mendalam, didukung perangkat VR standar dan, pada sesi tertentu, *Omni-directional Treadmill* serta perangkat haptik.
2. Premium Hardware & Teknologi: Berinvestasi pada *Omni-directional Treadmill* VR dan set lengkap perangkat haptik, mengatasi hambatan biaya dan pengetahuan untuk akses teknologi VR canggih.
3. Experience (Pengalaman Interaktif): Menawarkan beragam pengalaman VR interaktif di luar gaming, seperti eksplorasi lingkungan virtual dan simulasi skenario, menarik audiens yang mencari pengalaman unik.
4. Learning (Edukasi Berbasis VR): Menyediakan konten pembelajaran berbasis VR, termasuk pelatihan bahasa, yang meningkatkan efektivitas belajar melalui imersi dan interaksi langsung.

F. Jenis Badan Usaha:

Commanditaire Vennootschap (CV), atau sering disebut Persekutuan Komanditer, adalah salah satu bentuk badan usaha yang populer. CV merupakan persekutuan yang didirikan oleh dua orang atau lebih, di mana terdapat dua jenis sekutu: sekutu aktif (komplementer) dan sekutu pasif (komanditer).

Tata Cara dan Ketentuan Pendirian *Commanditaire Vennootschap* (CV)

CV (Persekutuan Komanditer) adalah bentuk usaha dengan dua jenis sekutu:

1. Sekutu Aktif (Komplementer): Bertanggung jawab penuh (harta pribadi ikut terpakai jika ada utang) dan bertugas mengelola perusahaan.



2. Sekutu Pasif (Komanditer): Tanggung jawabnya terbatas hanya sebesar modal yang disetorkan dan tidak ikut mengelola.

Ketentuan Utama:

1. Bukan Badan Hukum: Aset perusahaan dan pribadi sekutu aktif tidak terpisah secara hukum.
2. Tanpa Modal Minimum: Tidak ada syarat jumlah modal dasar.
3. Pengenaan Pajak: CV dikenakan pajak sebagai badan usaha.

Tata Cara Pendirian (Langkah Singkat):

1. Pilih Nama CV: Pastikan nama unik dan belum terpakai.
2. Buat Akta Pendirian di Notaris: Ini adalah dokumen resmi yang berisi informasi sekutu, tujuan usaha, dan pembagian peran.
3. Daftarkan Akta di Pengadilan Negeri: Ini agar CV diakui secara hukum.
4. Izin Usaha: Lakukan pendaftaran melalui sistem Online Single Submission (OSS) untuk mendapatkan izin-izin yang diperlukan (misal: NPWP, Izin Usaha).

G. Aspek Legalitas:

1. Klasifikasi Usaha (KBLI)

CV Neovision Tech menjalankan kegiatan usaha yang berfokus pada penyediaan pengalaman hiburan dan permainan berbasis Virtual Reality. Berdasarkan sistem Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI), terdapat dua kode KBLI yang relevan untuk jenis usaha ini:



1. KBLI 93293 – Usaha Arena Permainan

Kode ini mencakup usaha yang menyediakan tempat dan fasilitas permainan ketangkasan dan/atau mesin permainan yang dioperasikan menggunakan koin atau kartu. Dalam konteks modern, perangkat seperti headset VR, kontroler, dan simulator gerak dapat dikategorikan sebagai “mesin permainan” yang memberikan pengalaman interaktif. Usaha dalam KBLI ini umumnya memiliki area fisik yang dapat diakses publik.

2. KBLI 93299 – Aktivitas Hiburan dan Rekreasi Lainnya Ytdl

Kode ini merupakan kategori luas yang mencakup kegiatan hiburan dan rekreasi yang tidak termasuk dalam KBLI spesifik lainnya. Sangat relevan untuk jenis usaha yang menampilkan pertunjukan imersif, simulasi edukatif, atau penyewaan alat rekreasi berbasis teknologi. KBLI ini memungkinkan fleksibilitas yang lebih tinggi dalam pengembangan konten hiburan digital dan interaktif seperti yang dihadirkan oleh CV Neovision Tech.

2. Pendirian Badan Usaha

CV Neovision Tech berbentuk *Commanditaire Vennootschap* (CV), yaitu badan usaha persekutuan yang terdiri dari sekutu aktif (komplementer) yang menjalankan usaha dan sekutu pasif (komanditer) yang menyertakan modal. Pendirian CV dilakukan melalui notaris dan memerlukan dokumen administratif sebagai berikut:



- A. Fotokopi KTP dan NPWP para pendiri
- B. Penentuan nama CV
- C. Akta pendirian CV dalam bahasa Indonesia
- D. Surat perjanjian sewa tempat usaha atau bukti domisili

3. Nomor Induk Berusaha

Sebagai langkah awal dalam memenuhi aspek legalitas, CV Neoverse Tech tengah menyiapkan penerbitan Nomor Induk Berusaha (NIB) melalui sistem *Online Single Submission* (OSS). Setelah NIB diterbitkan, sistem OSS juga akan secara otomatis menghasilkan Sertifikat Standar berdasarkan kode KBLI dan tingkat risiko kegiatan usaha yang dipilih.

4. Tanda Daftar usaha pariwisata

Setelah memperoleh NIB, langkah selanjutnya sebagai bentuk perizinan tambahan karena usaha ini termasuk dalam sektor pariwisata. TDUP diterbitkan melalui OSS dan merupakan bukti bahwa kegiatan usaha CV Neoverse Tech telah terdaftar secara resmi dalam klasifikasi usaha pariwisata. Selanjutnya, untuk melengkapi proses legalitas, akan dilakukan pengajuan Sertifikat Usaha Pariwisata melalui Lembaga Sertifikasi Usaha Pariwisata (LSUP). Sertifikasi ini diperlukan untuk menunjukkan bahwa kegiatan usaha telah memenuhi standar sesuai jenis layanan yang ditawarkan.

