

BAB 1

DESKRIPSI BISNIS

A. Latar Belakang

Indonesia sebagai negara kepulauan atau maritim yang kaya akan keanekaragaman hayati laut. Hal ini menjadikan salah satu tanggung jawab besar bagi negara beserta rakyatnya dalam menjaga kelestarian ekosistem laut. Namun, masih banyak masyarakat yang belum memahami pentingnya peran biota air dalam menjaga keseimbangan ekosistem. Hadirnya wisata akuarium atau *oceanarium* tidak hanya menyediakan wisata rekreasi, namun juga sebagai upaya untuk memperkenalkan masyarakat terhadap biota laut yang bagi sebagian banyak orang jarang melihatnya.

Menurut Greenlab, sebanyak 75% perairan di Indonesia tergolong kategori tercemar, 20% termasuk kategori tercemar sedang, dan 5% tergolong dalam kategori tercemar ringan. Limbah yang mencemari lautan tersebut berasal dari berbagai macam limbah, seperti limbah industri, partikel kimia, limbah pertanian, dan limbah rumah tangga. Salah satu langkah atau upaya untuk menyelamatkan laut dari pencemaran air laut ialah kampanye kesadaran dan pelestarian ekosistem laut.

Dikutip dari Antara News, menurut psikolog klinis forensik, Dra. A. Kasandra Putranto menyampaikan pentingnya menanamkan kesadaran lingkungan kepada anak untuk menjaga kelestarian ekosistem laut.

Minat masyarakat terhadap wisata akuarium atau *oceanarium* cukup meningkat. Hal ini dapat dilihat pada total pengunjung laporan tahunan PT

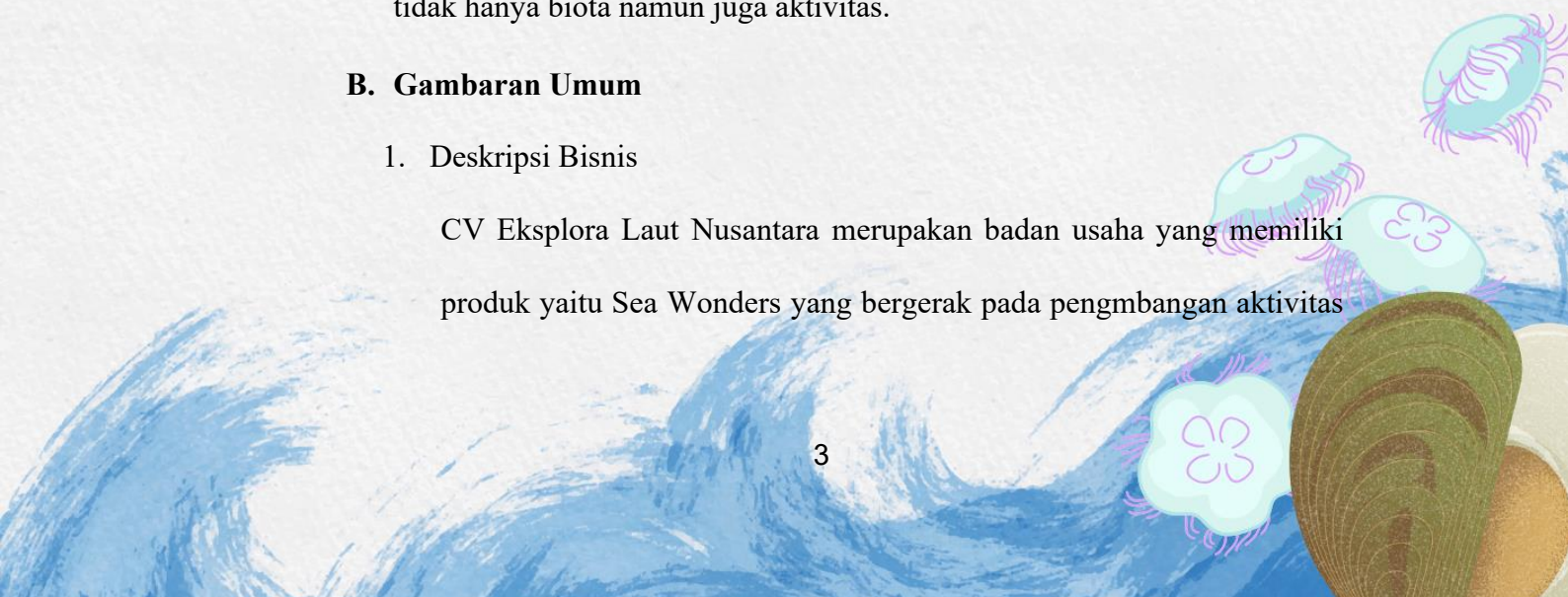
Pembangunan Jaya Ancol, Tbk (PT PJA) pada unit rekreasi Sea World Ancol yang meningkat pada tahun 2021 - 2023. Selain itu, berdasarkan sosial media tahun 2024 seperti TikTok dan Instagram, rekreasi akuarium atau oceanarium memiliki *engagement* yang cukup besar dengan dominasi pengunjung dari golongan milenial dan gen z. Bagi pengunjung, selain edukasi mengenai biota, aktivitas serta *layout* dan *ambience* juga mempengaruhi kepuasan dalam berwisata.

Sea World Ancol merupakan salah satu unit rekreasi unggulan yang dimiliki oleh Taman Impian Jaya Ancol. Oceanarium yang memiliki luas kurang lebih 3 (tiga) hektar ini terbagi ke dalam 3 (tiga) zona, yaitu Zona Air Tawar, Air Payau, dan Air Laut. Sebagai wisata akuarium pertama di Indonesia yang didirikan tahun 1992, Sea World Ancol sampai saat ini masih menjadi kegemaran bagi pengunjung baik domestik maupun mancanegara. Namun, berdasarkan *review* atau ulasan pengunjung banyak ditemukan penilaian bahwa Sea World Ancol tidak memiliki perubahan secara signifikan baik produk maupun aktivitas sejak kunjungan terakhir mereka pada lima hingga 10 tahun ke belakang. Hal tersebut merupakan sebuah kritik dan keinginan pengunjung agar Sea World Ancol berinovasi tidak hanya biota namun juga aktivitas.

B. Gambaran Umum

1. Deskripsi Bisnis

CV Eksplora Laut Nusantara merupakan badan usaha yang memiliki produk yaitu Sea Wonders yang bergerak pada pengembangan aktivitas



wisata edukatif berbasis *experiential learning*. Sea Wonders merupakan sebuah program inovatif yang dikembangkan oleh CV Eksplora Laut Nusantara untuk memberikan edukasi dengan cara yang baru dan juga akan berdampak untuk meningkatkan nilai kunjungan wisatawan ke Sea World Ancol.

Sea Wonders dirancang untuk memberikan pengalaman baru yang di dalamnya terdapat hiburan dan Pendidikan, terutama kesadaran lingkungan laut. Aktivitas ini menyasar ke berbagai segmen pengunjung, khususnya keluarga dan pelajar dengan mengembangkan aktivitas berbasis eksplorasi tema biota laut.

Dalam pelaksanaan, CV Eksplora Laut Nusantara menciptakan program Sea Wonders dengan prinsip kolaborasi antara pelaku industri, ahli biota laut (kurator), fasilitator edukasi, serta pihak pengelola wahana / unit rekreasi. Hal ini bertujuan untuk menciptakan konten program yang relevan, tepat secara edukasi, dan menarik dari segi lansekap.

2. Deskripsi Logo dan Nama



Gambar 1 Logo Sea Wonders
Sumber : Dokumen Pribadi

Logo Sea Wonders menggunakan tipografi dari kata Sea Wonders itu sendiri, dengan kapital pada huruf “S” dan “W” yang memberikan kesan

kredibilitas dan dapat mudah dibaca serta dikenali untuk meningkatkan *brand awareness* kepada pasar.

Sea Wonders berasal dari dua kata dalam Bahasa Inggris yaitu “Sea” berarti laut dan “Wonder” yang berarti rasa takjub. Sea Wonders mengajak pengunjung untuk mengetahui lebih banyak terhadap kehidupan biota laut yang jarang diketahui banyak orang. Dengan mengedepankan konservasi dan edukasi rekreatif, diharapkan dapat memberikan kesan baru bagi pengunjung yang menyenangkan. Warna biru tua yang mendominasi, serta garis lengkungan biru muda merepresentasikan laut dan air.

3. Identitas Bisnis

Nama Perusahaan : CV Eksplora Laut Nusantara

Bidang Usaha : Pariwisata

Alamat : Jalan Lodan Timur No.7, Ancol, Pademangan,
Jakarta Utara

Alamat *e-mail* : info.seawonders@eksploralaut.com

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

Website : www.seawonders.com

C. Visi Misi

Visi : Menjadi rekreasi utama untuk menjelajah dan memahami kehidupan laut dengan pengalaman menyenangkan, edukatif, dan interaktif yang dapat dinikmati semua kalangan.

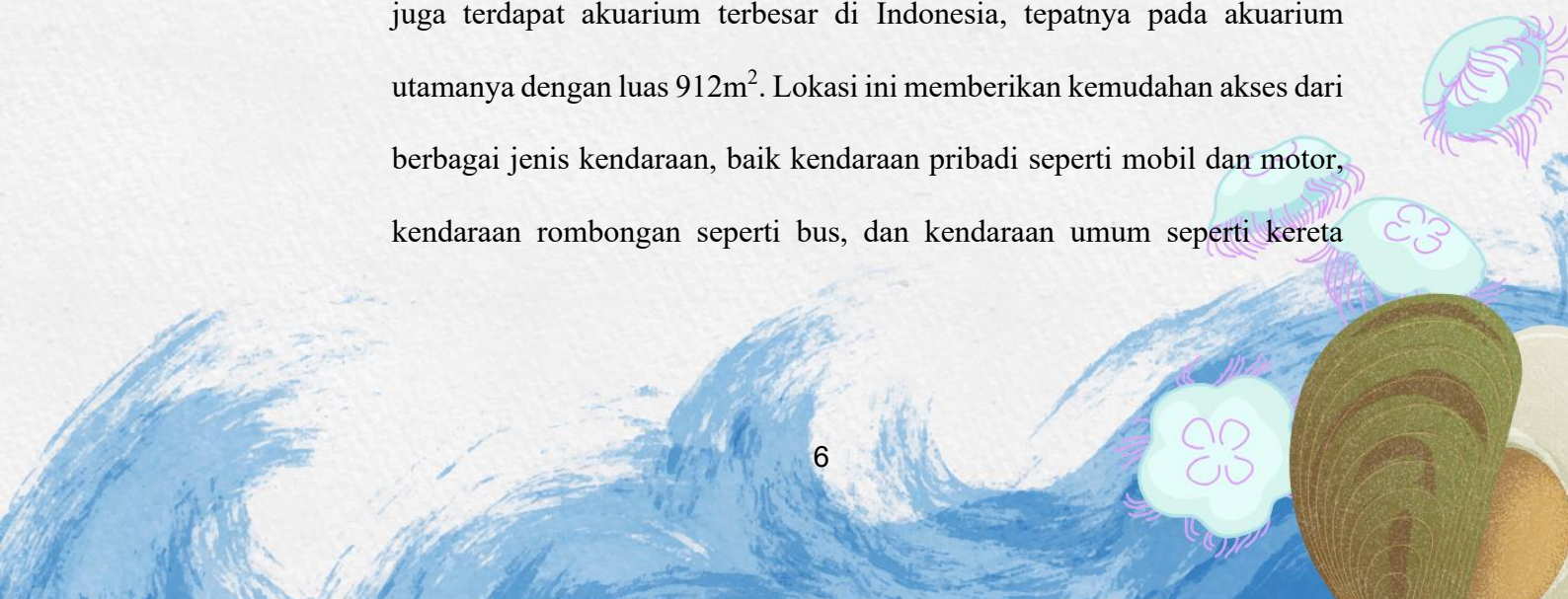
Misi :

1. Mengajak eksplorasi dunia bawah laut dengan cara yang interaktif dan penuh cerita
2. Menanamkan rasa peduli terhadap laut melalui pengalaman nyata, bukan hanya informasi
3. Menjadi ruang kolaborasi antara sains, seni, dan hiburan yang menjangkau segala usia.

D. SWOT

1. Strength

Sea World memiliki beberapa kekuatan yang mendukung posisinya sebagai penyedia pengalaman wisata edukatif berbasis kelautan. Salah satu kekuatan utama adalah lokasi yang strategis, yaitu berada di Taman Impian Jaya Ancol, sebuah destinasi wisata terbesar di Jakarta. Sea World Ancol menjadi *pioneer* adanya wisata akuarium pertama di Indonesia. Selain itu juga terdapat akuarium terbesar di Indonesia, tepatnya pada akuarium utamanya dengan luas 912m². Lokasi ini memberikan kemudahan akses dari berbagai jenis kendaraan, baik kendaraan pribadi seperti mobil dan motor, kendaraan rombongan seperti bus, dan kendaraan umum seperti kereta



commuter line dan bus transjakarta yang langsung terintegrasi dengan kawasan Taman Impian Jaya Ancol.

Dengan mengusung pendekatan yang menggabungkan konservasi, edukasi kelautan, dan aktivitas interaktif menjadikan sebagai nilai tambah yang kuat dibandingkan wisata yang hanya berfokus pada hiburan. Dengan melibatkan tenaga konservasi, kurator, dan fasilitator *guide* yang terlatih juga memperkuat pengalaman pengunjung yang tidak hanya menikmati visual, namun juga pemahaman mengenai kehidupan biota laut, siklus biota, dan pemahaman menjaga kebersihan dan kepedulian terhadap lingkungan, terutama pada laut.

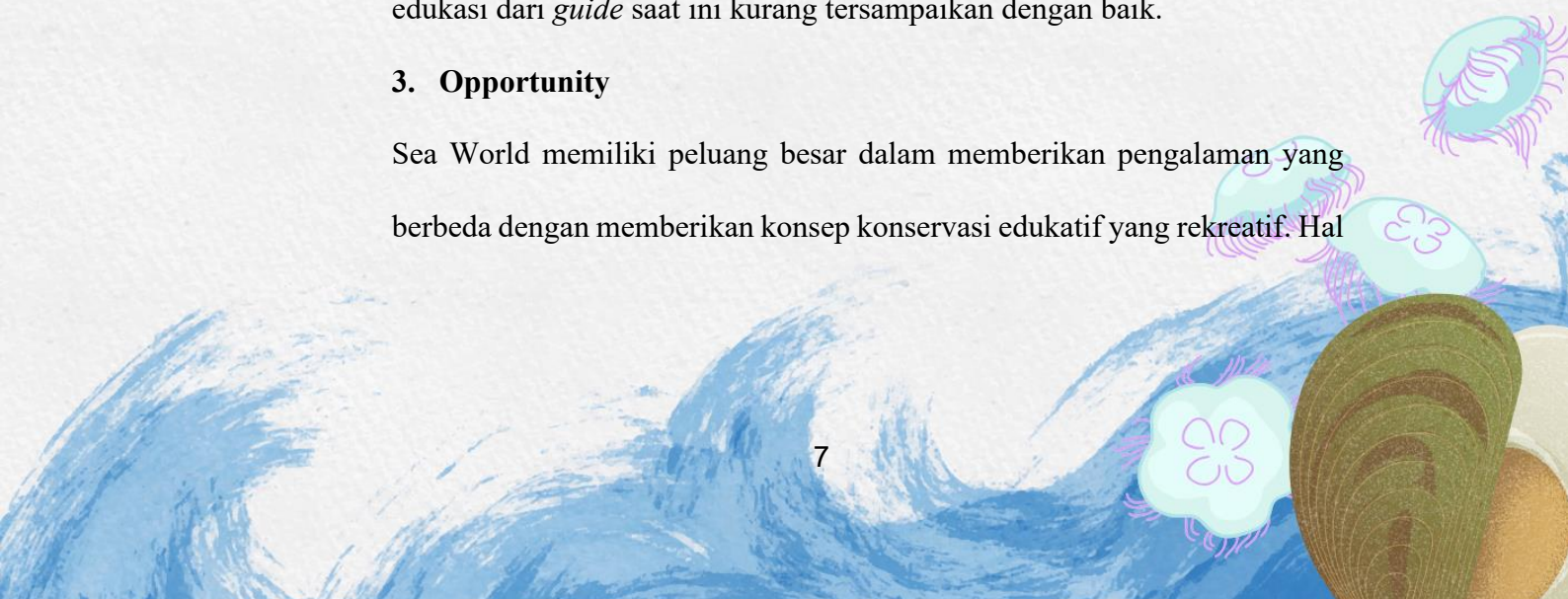
2. Weakness

Di sisi lain, Sea World juga memiliki kelemahan yaitu dengan berlokasi di kawasan Taman Impian Jaya Ancol yang menjadikan pengunjung harus mengeluarkan sejumlah uang untuk masuk ke area Ancol sebelum ke dalam Sea World.

Selain itu, tenaga pekerja bagian edukasi atau *guide* yang sejak awal tidak fokus mencari latar belakang yang berkaitan dengan Sea World seperti kelautan, perikanan, perairan, atau biologi menjadikan penyampaian edukasi dari *guide* saat ini kurang tersampaikan dengan baik.

3. Opportunity

Sea World memiliki peluang besar dalam memberikan pengalaman yang berbeda dengan memberikan konsep konservasi edukatif yang rekreatif. Hal



ini dapat dimanfaatkan sebagai strategi diferensiasi untuk menarik segmen pasar yang lebih luas.

Dengan adanya peluang untuk menjalin kolaborasi dengan pihak luar seperti sekolah atau komunitas pendidikan menjadi nilai tambah dalam memperbanyak variasi konten yang ditawarkan. Kolaborasi juga sebagai alternatif atau mengatasi ketergantungan pada pengunjung regular.

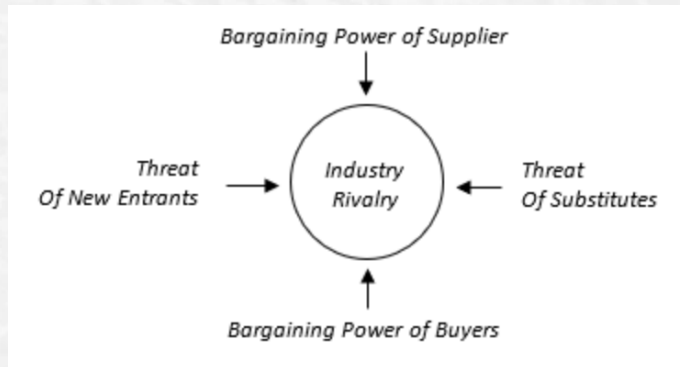
Sea World juga berpeluang untuk memperkuat jumlah pengunjung melalui inovasi pengalaman dengan memberikan *tour* tematik dan aktivitas yang eksklusif, sehingga tidak hanya memberikan pengalaman baru, tetapi juga meningkatkan loyalitas dan kunjungan ulang.

4. Threats

Sea World memiliki ancaman yang harus diantisipasi, salah satunya yaitu adanya potensi masuknya pesaing baru baik wisata edukatif, baik itu berbasis laut atau biota laut ataupun edukasi lain, bahkan non edukatif sekalipun. Selain itu, kekuatan daya tawar pengunjung menjadi tantangan karena wisatawan cenderung selektif terhadap harga serta nilai yang ditawarkan.

Porter's Five Forces merupakan model analisis yang digunakan untuk memahami kekuatan persaingan dalam suatu industri atau perusahaan. Sesuai dengan namanya, terdapat lima komponen pada model ini, yaitu *Threat of New Entrants* (Ancaman Pendatang Baru), *Threat of Substitutes* (Ancaman Produk atau Jasa Pengganti), *Bargaining Power of Buyers*

(Kekuatan Tawar Menawar Pembeli, *Bargaining Power of Suppliers* (Kekuatan Tawar Menawar Pemasok), dan *Rivalry of Competitors* (Persaingan dalam industri sejenis). Pendekatan ini digunakan sebagai penjabaran untuk aspek opportunity dan threats pada SWOT.



Gambar 2 Porter's Five Forces
Sumber : Michael E. Porter, 2008

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

Komponen ini untuk mengukur dan menilai seberapa besar tingkat kesulitan untuk perusahaan baru dalam memasuki pasar. Persaingan antar kompetitor tidak hanya dari perusahaan sejenis yang telah lama beroperasi. Seiring dengan pertumbuhan industri, hadirnya kompetitor baru menjadi hal yang dapat dihindari. Hal ini berpotensi memperketat pesaingan yang dapat menekan tingkat keuntungan. Situasi ini berkaitan dengan seberapa besar kemudahan bagi pendatang baru untuk masuk dan bersaing dalam industri yang serupa.

Pada komponen ini, untuk membangun rekreasi di akuarium besar beserta dengan fasilitas memerlukan investasi yang cukup tinggi, terutama untuk perawatan baik biota laut maupun sarana rekreasi. Selain

itu, diperlukan izin dan regulasi lingkungan yang dipantau dengan ketat serta keahlian dalam memelihara ekosistem laut buatan. Hal tersebut menjadikan hambatan yang cukup tinggi untuk masuk ke pasar.

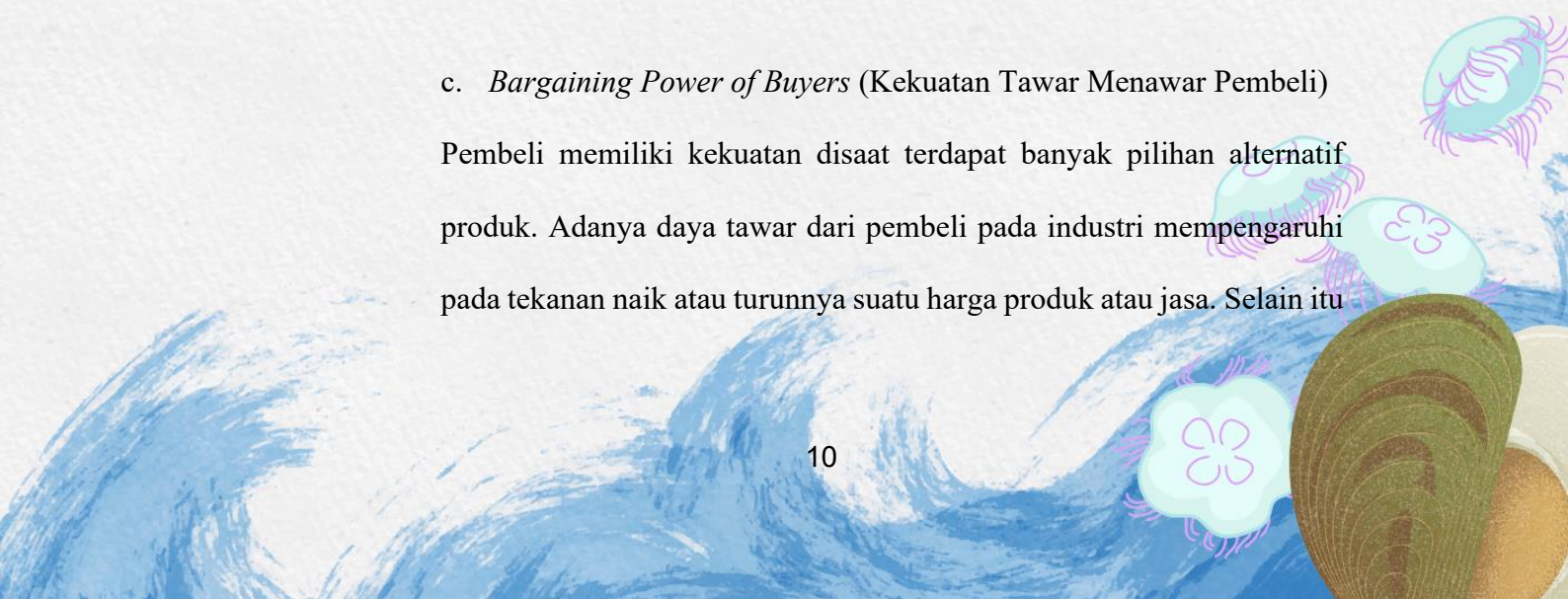
b. *Threat of Substitutes* (Ancaman Produk atau Jasa Pengganti)

Produk atau jasa pengganti yang hadir dapat membatasi jumlah potensi keuntungan yang akan didapatkan perusahaan. Dengan menariknya harga yang ditawarkan oleh produk pengganti tersebut, akan semakin ketat batas keuntungan industri. Terciptanya produk atau jasa pengganti yang mempengaruhi pendapatan Perusahaan dikarenakan konsumen memiliki pilihan lain terhadap produk atau jasa yang tersedia.

Alternatif hiburan atau rekreasi lain seperti taman hiburan bertema, *mall* atau pusat perbelanjaan, wisata alam, atau rekreasi digital menjadi substitusi bagi Sea World Ancol. Teknologi seperti pengalaman *virtual reality* menjadi pengganti rekreasi edukatif tanpa perlu lokasi fisik. Dengan ancaman substitusi yang cukup tinggi, Sea World Ancol harus terus memperbaharui atraksi atau menekankan keunikan pengalaman interaksi dengan biota laut untuk mengatasi ancaman ini.

c. *Bargaining Power of Buyers* (Kekuatan Tawar Menawar Pembeli)

Pembeli memiliki kekuatan disaat terdapat banyak pilihan alternatif produk. Adanya daya tawar dari pembeli pada industri mempengaruhi pada tekanan naik atau turunnya suatu harga produk atau jasa. Selain itu



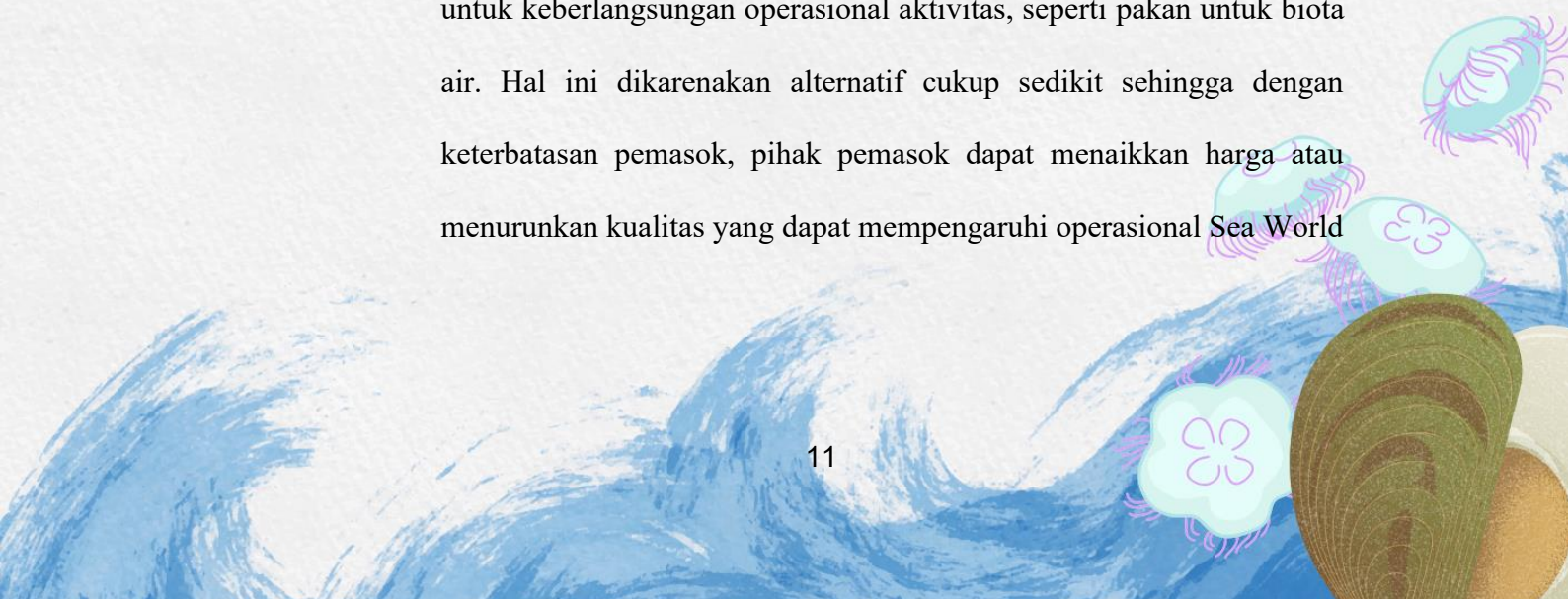
adanya penawaran terhadap kualitas produk atau layanan yang unggul menjadikan kompetitor bersaing satu sama lain.

Konsumen memiliki banyak pilihan rekreasi di Jakarta dan sekitarnya, baik dengan jenis yang edukatif serupa seperti Kebun Binatang Ragunan, Taman Mini Indonesia Indah, serta museum – museum, atau pilihan rekreasi non edukatif lainnya seperti mall. Selain itu, harga tiket, fasilitas, dan pengalaman pengunjung sangat mempengaruhi konsumen dalam membuat keputusan untuk berkunjung

d. *Bargaining Power of Suppliers* (Kekuatan Tawar Menawar Pemasok)

Pemasok atau *supplier* juga memiliki kekuatan tawar menawar terhadap pembeli (dalam hal ini perusahaan) dengan memberikan harga dan kualitas produk atau jasa yang akan dibeli. Harga yang murah dengan kualitas yang tinggi adalah harapan dari perusahaan, jika perusahaan mendapatkan pemasok demikian, maka memperoleh kompetisi yang baik dibandingkan dengan pesaing.

Pada komponen ini, Sea World cukup bergantung dengan pemasok untuk keberlangsungan operasional aktivitas, seperti pakan untuk biota air. Hal ini dikarenakan alternatif cukup sedikit sehingga dengan keterbatasan pemasok, pihak pemasok dapat menaikkan harga atau menurunkan kualitas yang dapat mempengaruhi operasional Sea World



Ancol. Dengan berjaln kerja sama jangka panjang dan baik dengan pemasok, kekuatan akan tawar kepada pemasok dapat ditekan.

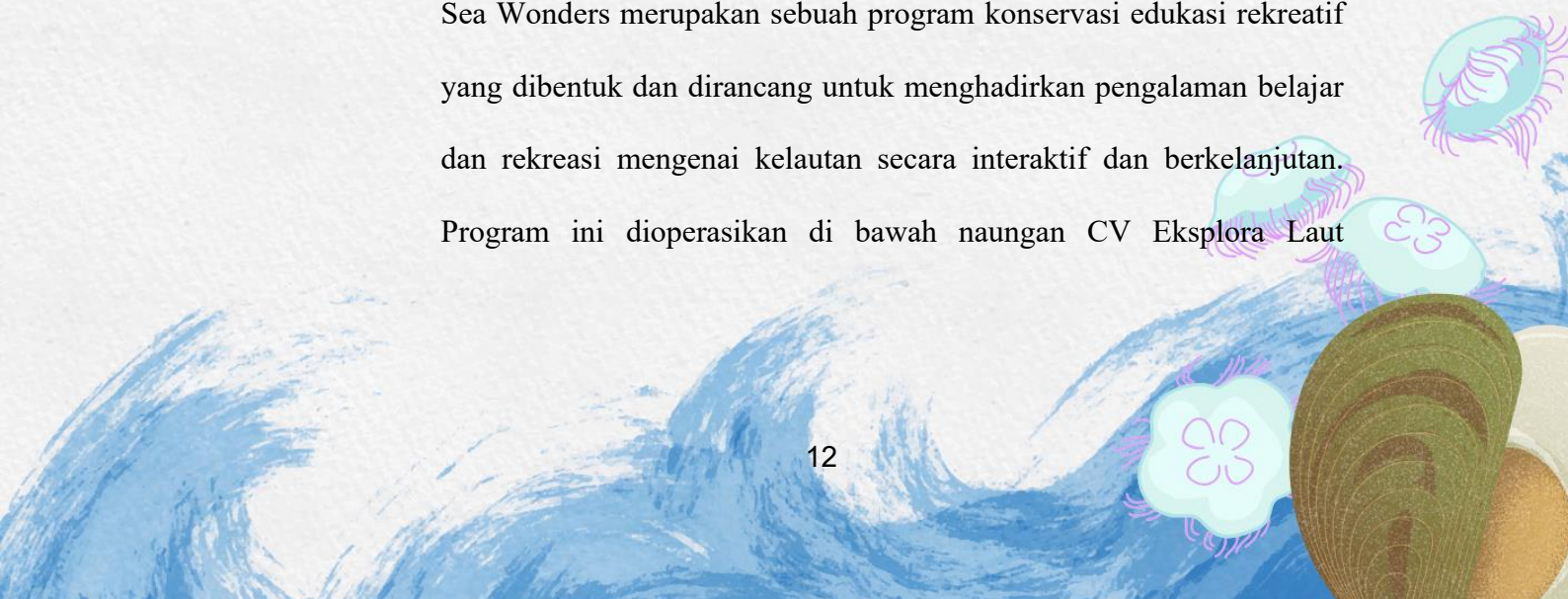
e. *Rivalry of Competitors* (Persaingan dalam industri sejenis)

Persaingan antar perusahaan yang memiliki produk yang sama merupakan inti dari kekuatan kompetitif. Para pesaing tersebut merupakan perusahaan yang memiliki produk serta memiliki pasar yang sejenis untuk menguasai pasar yang sama. Persaingan dalam industri sejenis berupa aspek harga, kualitas produk, dan layanan purna jual yang membentuk persepsi nilai dari konsumen. Semakin banyak jumlah pesaing atau kompetitor dalam suatu industri, semakin besar upaya yang harus dilakukan perusahaan untuk menguasai atau memenangkan pasar tersebut.

Adanya rekreasi serupa seperti Jakarta Aquarium Safari dan BX Sea Oceanarium menjadi pesaing utama bagi Sea World Ancol. Diferensiasi dan inovasi menjadi faktor utama untuk bertahan dan tetap unggul dalam pasar

E. Gambaran Umum Produk dan Jasa

Sea Wonders merupakan sebuah program konservasi edukasi rekreatif yang dibentuk dan dirancang untuk menghadirkan pengalaman belajar dan rekreasi mengenai kelautan secara interaktif dan berkelanjutan. Program ini dioperasikan di bawah naungan CV Eksplora Laut



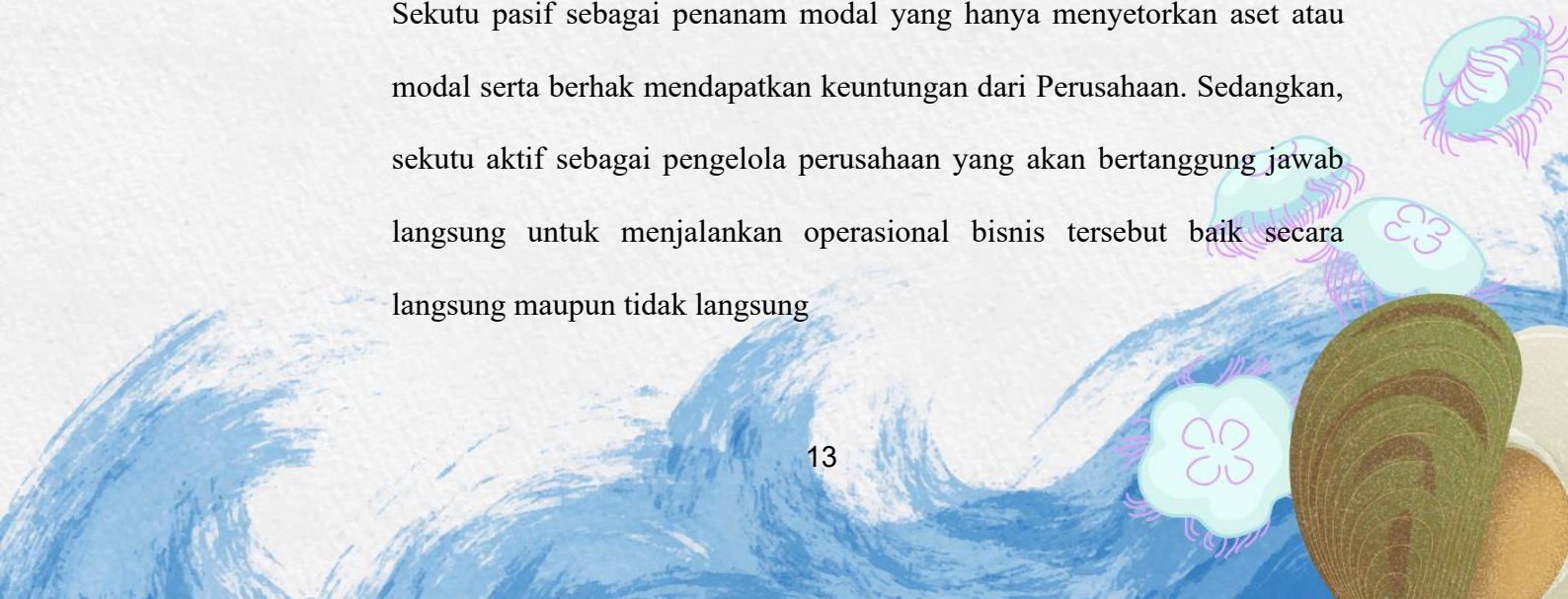
Nusantara dan beroperasi di Sea World Ancol sebagai mitra *experience based journey*.

Dengan menggabungkan pendekatan interpretatif, narasi konservasi laut, serta interaksi langsung pada zona akuarium membangun kesadaran publik, mulai dari anak – anak, keluarga, dan pelajar terhadap pentingnya menjaga ekosistem laut. Dengan adanya pendampingan fasilitator *guide* dan tim kurator, pengunjung akan diajak menyelami kehidupan biota laut yang tidak hanya berupa kegiatan rekreasi, namun juga simpati terhadap lingkungan.

Program ini hadir menjawab kebutuhan akan adanya aktivitas wisata yang tidak hanya menghibur, namun juga mendidik. Selain itu, Sea Wonders menjadi warna baru bagi lokasi mitranya yaitu Sea World Ancol untuk mempertahankan dan meningkatkan loyalitas kunjungan.

F. Jenis Badan/Usaha

Sea Wonders berada dalam perusahaan yang berbentuk CV atau *Commanditaire Vennootschap* yang dalam Bahasa Indonesia nya yaitu Persekutuan Komanditer. CV didirikan berdasarkan kerjasama antara dua orang atau lebih yang di dalamnya terdapat sekutu pasif dan sekutu aktif. Sekutu pasif sebagai penanam modal yang hanya menyetorkan aset atau modal serta berhak mendapatkan keuntungan dari Perusahaan. Sedangkan, sekutu aktif sebagai pengelola perusahaan yang akan bertanggung jawab langsung untuk menjalankan operasional bisnis tersebut baik secara langsung maupun tidak langsung



Proses pendirian CV tidak perlu mengeluarkan modal yang banyak. Hal ini menjadikan pendirian CV cenderung mudah untuk mendapatkan modal dari perbankan, investor, atau pihak lain. Didirikannya CV untuk aktivitas ini bertujuan agar Sea Wonders dapat beroperasi secara legal secara hukum dan dapat dipertanggung jawabkan serta diakui oleh negara. Adapun syarat – syarat yang harus dipenuhi untuk mendirikan CV yaitu :

1. Dibentuk oleh minimal dua individu sebagai sekutu pasif dan sekutu aktif
2. Individu tersebut harus berstatus sebagai Warga Negara Indonesia (WNI) serta kepemilikan CV harus WNI penuh
3. Memiliki akta notaris dengan Bahasa Indonesia
4. Tidak diizinkan adanya partisipasi modal asing

Adapun dokumen yang harus disiapkan untuk mendirikan CV adalah sebagai berikut :

1. Dokumen pribadi pendiri (sekutu pasif dan aktif) berupa e-KTP, Kartu Keluarga atau KK, Nomor Pokok wajib Pajak atau NPWP
2. Lembar perjanjian sewa atau bukti kepemilikan tanah / bangunan
3. Surat keterangan domisili
4. Lembar tanda terima pajak
5. Foto dokumentasi lokasi perusahaan, baik luar maupun dalam

G. Aspek Legalitas

Berdasarkan Peraturan Menteri Pariwisata Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2018 dijelaskan bahwa CV Eksplora Laut Nusantara termasuk ke dalam bidang usaha penyelenggaraan kegiatan hiburan dan rekreasi. Berdasarkan Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia atau KBLI tahun 2020, CV Eksplora Laut Nusantara masuk dalam klasifikasi Wisata Tirta Lainnya (No. KBLI : 93249). Adapun aspek – aspek legalitas yang diperlukan untuk pendirian CV Eksplora Laut Nusantara sebagai berikut :

1. Pendirian badan usaha
2. Pengurusan Nomor Induk Berusaha / NIB
3. Tanda Izin Usaha Pariwisata / TDUP
4. Sertifikasi Usaha Pariwisata / SUP
5. Pendaftaran Nomor Pokok Wajib Pajak

