

PERENCANAAN BISNIS *SHOW MANAGEMENT* “SEJAUH MATA MEMANDANG”

PROYEK AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan
Program Diploma IV
Program Studi Pengelolaan Konvensi dan Acara
Politeknik Pariwisata NHI Bandung



Disusun Oleh:

AULIA PUTHI DEWANTARI

NIM. 2021306045

**PROGRAM STUDI PENGELOLAAN KONVENSI & ACARA
JURUSAN PERJALANAN
POLITEKNIK PARIWISATA NHI BANDUNG
2025**

LEMBAR PENGESAHAN

PERENCANAAN BISNIS *SHOW MANAGEMENT* "SEJAUH MATA MEMANDANG"

NAMA : Aulia Puthi Dewantari
NIM : 2021306045
JURUSAN : Perjalanan
PROGRAM STUDI : Pengelolaam Konvensi dan Acara

Pembimbing Utama,


Marslanus Raga, S.ST.Par., M.M.Par., CEE
NIP. 19751024 2 00902 1 001

Pembimbing Pendamping,


Syaeful Muslim, S.Pd., M.M.
NIP. 19721019 200502 1 001

Bandung, 16 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

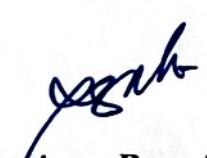
PERENCANAAN BISNIS *SHOW MANAGEMENT*

“SEJAUH MATA MEMANDANG”

NAMA : Aulia Puthi Dewantari
NIM : 2021306045
PROGRAM STUDI : Pengelolaan Konvensi dan Acara

Pembimbing Utama,

Pembimbing Pendamping,


Maysianus Raga, S.ST.Par., M.M.Par., CEE
NIP. 19751024 2 00902 1 001


Syaeful Muslim, S.Pd., M.M.
NIP. 19721019 200502 1 001

Penguji I,

Penguji II,

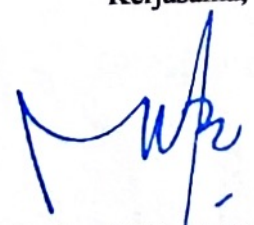

Indriyani Handvastuti, S.I.Kom., M.Sc., CHE.
NIP. 19800121 2 00502 2 001

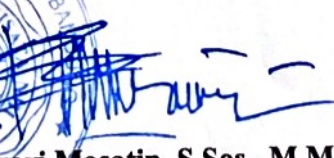

Misran, Lc., M.A., M.Sc.
NIP. 19791224 2 00902 1 001

Bandung, 4 Juli 2025

Mengetahui,
Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan
Kerjasama,

Menyetujui,
Direktur Politeknik Pariwisata NHI Bandung


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


Dr. Anwari Masatip, S.Sos., M.M.Par., CEE
NIP. 19750415 200212 1 001



PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertandatangan di bawah ini, saya:

Nama : Aulia Puthi Dewantari
Tempat/Tanggal Lahir : Malang, 11 Juni 2003
NIM : 2021306045
Program Studi : Pengelolaan Konvensi dan Acara
Jurusan : Perjalanan

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Proyek Akhir yang berjudul **Perencanaan Bisnis Show Management "Sejauh Mata Memandang"** ini adalah merupakan hasil karya dan hasil penelitian saya sendiri, bukan merupakan hasil penjiplakan, pengutipan, penyusunan oleh orang atau pihak lain atau cara-cara lain yang tidak sesuai dengan ketentuan berlaku di Politeknik Pariwisata NHI Bandung dan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan kecuali arahan dari dosen pembimbing.
2. Di dalam Proyek akhir ini tidak terdapat karya atau pendapat pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang atau pihak lain kecuali secara tertulis dengan jelas tercantum sebagai acuan di dalam naskah sebagai sumber, nama pengarang dan dicantumkan di dalam daftar pustaka.
3. Surat Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, apabila didalam naskah Proyek Akhir ini ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan, atau ada klaim terhadap keaslian naskah ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini dan sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Politeknik Pariwisata NHI Bandung.

Demikian Surat pernyataan ini saya buat dengan sebaik-baiknya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya

Bandung, 18 Juni 2025


Aulia Puthi Dewantari
NIM. 2021306045

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, atas segala rahmat, karunia dan berkah-Nya sehingga proses penyusunan Proyek Akhir dengan judul “Perencanaan Bisnis *Show Management* “Sejauh Mata Memandang”” yang menjadi salah satu syarat menyelesaikan program Diploma IV Program Studi Pengelolaan Konvensi dan Acara, Jurusan Perjalanan, Politeknik Pariwisata NHI Bandung.

Topik Proyek Akhir yang diangkat bertujuan untuk merancang perencanaan bisnis yang komprehensif bagi perusahaan jasa *show management* bernama Sejauh Mata Memandang, sebuah usaha rintisan yang bergerak di bidang pelaksanaan dan pengelolaan pertunjukan secara profesional dan terstruktur. Penulis berharap perencanaan ini dapat menjadi kerangka strategis dalam mengembangkan bisnis yang relevan dengan kebutuhan industri *event* saat ini di Indonesia.

Penulis menyadari banyak pihak yang membantu dan berkontribusi dalam terselesaikannya Proyek Akhir ini. Penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada pihak-pihak yang mendukung serta membantu dalam penyusunan Proyek Akhir ini di antaranya:

1. Bapak Dr. Anwari Masatip, S.Sos., MM.Par., CEE, selaku Direktur Politeknik Pariwisata NHI Bandung,
2. Ibu Ni Gusti Made Kerti Utami, B.A., MM.Par., CHE, selaku Kepala Bagian Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerjasama Politeknik Pariwisata NHI Bandung,
3. Bapak Marsianus Raga, S.ST.Par., MM.Par., CE, selaku pembimbing utama dan Ketua Jurusan Perjalanan Politeknik Pariwisata NHI Bandung,
4. Bapak Reza Nurizki, S.Pd., M.Sc., selaku ketua program studi Pengelolaan Konvensi dan Acara,
5. Bapak Syaeful Muslim, S.Pd., M.M., selaku pembimbing pendamping,
6. Ibu Isfina Rusvitasari, SE., M.A.k., yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing penulis dalam hal keuangan,

7. Seluruh dosen di Politeknik Pariwisata NHI Bandung, terutama dosen pengajar pada Program Studi Pengelolaan Konvensi dan Acara.
8. Enhaiiprenur Center sebagai penyelenggara Program Inkubasi TA/PA *Business Plan*,
9. Seluruh civitas akademika Politeknik Pariwisata NHI Bandung yang telah membantu dalam kelancaran pembuatan Proyek Akhir ini,
10. Orang tua dan kakak penulis sebagai pendukung utama yang telah memberikan dukungan baik secara moril maupun materil sehingga penulis dapat Menyusun Proyek Akhir ini hingga selesai,
11. Keluarga besar Altairphilos yaitu Mahasiswa/i Pengelolaan Konvensi dan Acara Angkatan 2021 yang saling memberikan dukungan dan doa untuk dapat lulus bersama tepat waktu,
12. Oey, Michael, Bewe, Sasa, Angie, Ali, Diva, Fadhil, Maya, Ocha, dan Rere, yang selalu hadir pada saat penulis sedang di masa terendah.
13. Dan Seluruh rekan penulis yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan dorongan dan *support* kepada penulis dalam menyelesaikan Proyek Akhir ini.

Penulis menyadari bahwa proposal *business plan* ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat menerima segala kritik dan saran yang membangun dari semua pihak.

Bandung, 18 Juni 2025

Aulia Puthi Dewantari

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	ixx
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
<i>EXECUTIVE SUMMARY</i>.....	xvii
BAB I DESKRIPSI BISNIS	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Gambaran Umum Bisnis.....	8
C. Visi dan Misi.....	10
D. Analisis SWOT.....	11
E. Gambaran Umum Produk dan Jasa	13
F. Jenis/Badan Usaha	14
G. Aspek Legalitas	15
BAB II RENCANA PRODUK/JASA.....	18
A. Daftar dan Deskripsi Produk/Jasa	18
B. Alasan dan Keunggulan Produk/Jasa.....	26
C. Penyajian dan Kemasan Produk/Jasa.....	28
D. Analisa <i>Resources</i>	33
E. Analisa Proses Produk/Jasa.....	34
F. <i>Inventory System</i>	36
G. <i>Supply Chain</i>	36
BAB III RENCANA PEMASARAN	41
A. Riset Pasar	41
B. Analisa Produk - <i>Market Fit</i>	57
C. Analisa Kompetitor.....	60
D. Program Pemasaran	61
E. Proyeksi Penjualan.....	74
BAB IV ASPEK SDM DAN OPERASIONAL.....	76
A. Identitas <i>Owners/Founders</i>	76
B. Struktur Organisasi	77

C. <i>Job Analysis dan Job Description</i>	78
D. <i>Manning Budget/Anggaran Tenaga Kerja</i>	81
E. <i>Recruitment & Hiring Procedure</i>	82
F. <i>Service Scape</i>	86
G. <i>Action Plan & Report</i>	94
BAB V ASPEK KEUANGAN	97
A. Metode Pencatatan Akuntansi	97
B. <i>Capital Expenditure</i> (Identifikasi <i>Initial Investment</i>)	98
C. <i>Time Value of Money</i>	102
D. Pendanaan Investasi	103
E. Identifikasi <i>Cash Inflow & Outflow</i>	105
F. Penentuan Titik Impas Laba dan Laba yang Diharapkan	111
G. Metode Penilaian Investasi	114
DAFTAR PUSTAKA	120
LAMPIRAN	122
BIODATA PENULIS	134

DAFTAR TABEL

TABEL	Halaman
1. PERUBAHAN ASPEK PENYELENGGARAAN ACARA	2
2. ANALISIS SWOT PERUSAHAAN	12
3. <i>INVENTORY SYSTEM</i> PERUSAHAAN	36
4. SEGMENTASI PASAR PERUSAHAAN.....	54
5. OPTIMALISASI PENYELENGGARAAN ACARA	55
6. HARGA PRODUK PERUSAHAAN	65
7. <i>PROMOTIONAL MIX FORMULA</i>	69
8. PROYEKSI ANGGARAN PEMASARAN.....	73
9. PROYEKSI PENJUALAN PER BULAN	74
10. PROYEKSI PENJUALAN PER TAHUN.....	75
11. ANGGARAN TENAGA KERJA.....	81
12. KOMPARASI SEWA GEDUNG & <i>CO-WORKING SPACE</i>	86
13. <i>CUSTOMER JOURNEY MAP</i> PERUSAHAAN	88
14. <i>ACTION PLAN</i> TAHUN KE-0 SEJAUH MATA MEMANDANG.....	95
15. <i>MANAGEMENT TIMELINE</i> SEJAUH MATA MEMANDANG	96
16. <i>INITIAL TANGIBLE INVESTMENT</i>	99
17. <i>INITIAL INTANGIBLE INVESTMENT</i>	101
18. <i>INITIAL WORKING CAPITAL</i>	102
19. <i>TOTAL INVESTMENT</i>	102
20. PENDANAAN INVESTASI SEJAUH MATA MEMANDANG.....	103
21. <i>LOAN INSTALLMENT'S SCHEDULE</i>	104
22. PAKET <i>ALL-IN</i> SEJAUH MATA MEMANDANG	105
23. PAKET PARSIAL (<i>SHOW DIRECTOR</i>)	106
24. PAKET PARSIAL (<i>STAGE MANAGER/FLOOR DIRECTOR</i>)	107
25. PAKET PARSIAL (<i>CREW CALL/PERAN LAINNYA</i>).....	107
26. <i>OPERATION COST</i>	109
27. <i>INCOME STATEMENT</i>	110
28. PERTUMBUHAN EKONOMI DAN LAJU INFLASI INDONESIA	111
29. PERHITUNGAN BEP TAHUN KE-1	112
30. PERHITUNGAN BEP TAHUN KE-2	112
31. PERHITUNGAN BEP TAHUN KE-3	113

32. PERHITUNGAN BEP TAHUN KE-4	113
33. PERHITUNGAN BEP TAHUN KE-5	114
34. <i>ACCUMULATED CASH FLOW</i>	115
35. <i>NET PRESENT VALUE</i>	116
36. <i>INTERNAL RATE OF RETURN</i>	117
37. <i>DISCOUNTED PAYBACK PERIOD</i>	118

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR	Halaman
1. ALASAN MENGGUNAKAN JASA <i>SHOW MANAGEMENT</i>	4
2. URGENSI PENGGUNAAN JASA <i>SHOW MANAGEMENT</i>	5
3. LOGO PERUSAHAAN	8
4. ALUR PENDIRIAN PERSEROAN PERORANGAN	16
5. REGISTRASI AKUN PERSEROAN PERORANGAN	16
6. <i>SHOW MANAGEMENT TEAM</i>	18
7. SKEMA PENJUALAN DAN PEMBAYARAN	23
8. URGENSI LAYANAN KONSULTASI	25
9. UJI PRODUK SEJAUH MATA MEMANDANG	27
10. UJI PRODUK SEJAUH MATA MEMANDANG	28
11. PORTOFOLIO PERUSAHAAN	30
12. ANALISA PROSES PRODUK PERUSAHAAN	35
13. <i>SUPPLY CHAIN</i> PERUSAHAAN	39
14. <i>PORTER VALUE CHAIN</i>	40
15. KETERTARIKAN PADA INDUSTRI <i>EVENT</i>	41
16. KETERTARIKAN MENYELENGGARAKAN ACARA	42
17. PENGETAHUAN AKAN TIM <i>SHOW MANAGEMENT</i>	43
18. KETERTARIKAN MENGGUNAKAN JASA <i>SHOW MANAGEMENT</i>	44
19. PENGGUNAAN JASA <i>SHOW MANAGEMENT</i>	44
20. DOMISILI PERUSAHAAN <i>EVENT</i>	47
21. DOMISILI <i>EVENT ENTHUSIAST</i>	47
22. USIA <i>EVENT ENTHUSIAST</i>	48
23. PEKERJAAN <i>EVENT ENTHUSIAST</i>	48
24. USIA PERUSAHAAN	48
25. INVESTASI UNTUK JASA <i>SHOW MANAGEMENT</i>	49
26. PENTINGNYA KEMAMPUAN DARI TIM <i>SHOW MANAGEMENT</i>	50
27. PENTINGNYA KEMAMPUAN KOMUNIKASI TIM <i>SHOW MANAGEMENT</i>	50
28. PERSIAPAN ANGGARAN UNTUK JASA <i>SHOW MANAGEMENT</i>	51
29. KETERSEDIAN MENGGUNAKAN JASA <i>SHOW MANAGEMENT</i>	52
30. PENTINGNYA PORTOFOLIO PERUSAHAAN	53

31. LAYANAN YANG DIBUTUHKAN.....	53
32. <i>MARKET POSITIONING</i> PERUSAHAAN.....	56
33. <i>VALUE PROPOSITION CANVAS</i> SEJAUH MATA MEMANDANG.....	57
34. ANALISA KOMPETITOR	60
35. <i>FIVE LEVELS OF PRODUCT MARKETING</i>	61
36. PERSIAPAN ANGGARAN UNTUK JASA <i>SHOW MANAGEMENT</i>	66
37. STRUKTUR ORGANISASI PERUSAHAAN	77
38. LAYOUT <i>CO-WORKING SPACE</i> CO&CO HUB	87

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN	Halaman
I. <i>BUSINESS MODEL CANVAS</i>	122
II. <i>VALUE PROPOSITION CANVAS</i>	123
III. ANALISA BISNIS - TES PASAR	124
IV. ANALISA BISNIS - TES PRODUK.....	130
V. BUKTI BIMBINGAN	132
VI. <i>TURNITIN</i>	133

EXECUTIVE SUMMARY

Sejauh Mata Memandang (SMM) adalah sebuah bisnis yang mulai beroperasi pada tahun 2025. SMM menyediakan tenaga profesional pelaksana acara (*manpower*) yang bertugas mengatur seluruh aspek teknis dan operasional di hari pelaksanaan acara. Layanan ini ditujukan untuk penyelenggara acara, EO, maupun individu/organisasi yang membutuhkan dukungan eksekusi teknis secara profesional tanpa harus menggunakan jasa EO penuh. Dengan keunggulan yang dimiliki, seperti: 1) SDM berpengalaman dan terlatih, dengan minimal pengalaman 1 tahun, 2) Sistem kerja fleksibel dan adaptif, sesuai dengan kebutuhan setiap acara, 3) Layanan konsultasi gratis, yang membantu klien menyusun strategi teknis dan logistik acara, 4) Peralatan komunikasi *intercom* pribadi, sudah termasuk dalam layanan tanpa biaya tambahan, 5) Prinsip *#ZeroMistake*, yaitu komitmen terhadap ketepatan, efisiensi, dan pengalaman acara yang optimal.

Dalam operasionalnya, SMM memerlukan minimal 4 SDM inti dan tambahan *freelance/on-call crew* tergantung skala acara. Yang terdiri dari, *show director*, *stage manager*, *floor director*, *MC crew*, dan peran lainnya sesuai kebutuhan. SMM juga telah memiliki database inventarisasi SDM berdasarkan posisi, pengalaman, dan domisili untuk penyesuaian penugasan.

Sejauh Mata Memandang memiliki strategi pemasaran yang berfokus pada pendekatan digital dan kolaboratif, seperti: 1) Memanfaatkan *Instagram* dan *Tiktok Ads* untuk meningkatkan *exposure*, 2) Mengikuti *event industry* kreatif untuk membangun relasi, 3) Bekerja sama dengan *influencer industry* kreatif atau dalam bidang sejenis, 4) Memanfaatkan platform *Linkedin* dan *Gmail* sebagai media komunikasi dan professional *branding*.

Dari sisi finansial, total investasi awal SMM sebesar Rp. 116,140,000 yang mencakup modal kerja, investasi *tangible* (alat & perlengkapan), *intangible* (legalitas & *branding*), serta biaya operasional awal. Analisis keuangan menunjukkan bahwa: 1) *Break Event Point* (BEP) tercapai di tahun ke-5 atau lebih tepatnya 4 tahun 1 bulan, 2) *Internal Rate of Return* (IRR) sebesar 25,5%, menunjukkan prospek usaha yang sangat menjanjikan, 3) Metode penilaian NPV yang menghasilkan nilai positif sebesar Rp. 75,141,057 dan *Payback Period* <5 tahun.

Dengan kombinasi antara SDM berkualitas, kebutuhan pasar yang terus berkembang, dan pendekatan layanan yang profesional, Sejauh Mata Memandang siap menjadi mitra strategis pelaksanaan acara yang unggul, berkelanjutan, dan terpercaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Bramantoro, T. (2019). *Bisnis Show Management di Dunia Event Organizer Menurut Joe Tomb*. Tribunners. https://www.tribunnews.com/tribunners/2019/09/05/bisnis-show-management-di-dunia-event-organizer-menurut-joe-tomb#google_vignette
- Brealey, R. A., Myers, S. C., & Allen, F. (2011). *Principles of Corporate Finance* (10th ed.). McGraw-Hill.
- DPP IVENDO. (2025). *8,8 juta Pelaku Usaha Industri Event di Indonesia harapkan kelonggaran pada kebijakan Efisiensi Anggaran & Belanja Pemerintah*. Central Board IVENDO. <https://ivendo.or.id/hasil-survei-industri-event-nasional-2024-2025/>
- Firmansyah, I. (2024). *Indonesia Dinilai Memiliki Potensi Bisnis Event yang Menjanjikan*. Suara.Com. <https://www.suara.com/bisnis/2024/04/02/090000/indonesia-dinilai-memiliki-potensi-bisnis-event-yang-menjanjikan>
- Gunawan, I., & Wahyuni, H. catur. (2024). *Buku Ajar Supply Chain Management dan Aplikasinya*. Umsida Press. <https://doi.org/10.21070/2024/978-623-464-091-5>
- Kemenkum. (2023). *Perseroan Perorangan*. Kanwil Kementerian Hukum RI Provinsi Nusa Tenggara Barat. [https://ntb.kemenkum.go.id/adm-hukum-umum/perseroan-perorangan?view=article&id=645:perseroan-perorangan&catid=57#:~:text=Perseroan%20Perorangan%20\(PT%20Perorangan\)%20adalah,Mikro%20Kecil%20Menengah%20\(UMKM\)](https://ntb.kemenkum.go.id/adm-hukum-umum/perseroan-perorangan?view=article&id=645:perseroan-perorangan&catid=57#:~:text=Perseroan%20Perorangan%20(PT%20Perorangan)%20adalah,Mikro%20Kecil%20Menengah%20(UMKM))
- Kenali Bisnis Event Organizer dan Metode Kerjanya. (2025). Agi Event. <https://agievent.com/news/event-organizer>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson Education.
- Kotler, Philip., & Keller, K. Lane. (2012). *Marketing management* (14th ed.). Prentice Hall.
- Lembaga Penjamin Simpanan. (2025). *DAFTAR RENCANA UMUM PENGADAAN TAHUN 2025 LEMBAGA PENJAMIN SIMPANAN TAHUN ANGGARAN 2025*. <https://lps.go.id/pengadaan/>
- Lubis, A. W. (2020). *Buku Ajar Pengantar Akuntansi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UINSU.
- Natoradjo, S. (2011). *Event Organizing: Dasar-Dasar Event Management*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., Smith, A., Bernarda, G., & Papadacos, P. (2014). *Value Proposition Design*. John Wiley & Sons.
- Prisman, I. A. (2024). *Perseroan Perorangan, apa itu?* Situs Pajak. <https://pajak.go.id/id/artikel/perseroan-perorangan-apa-itu>

- Setyawan, M. A. (2023). *Indonesia Ada 3.000 Event di Tahun 2023, Menparekraf: Layanan Satu Pintu Tunggu Finalisasi*. EVENTGUIDE.ID.
<https://eventguide.id/2023/05/23/indonesia-ada-3-000-event-di-tahun-2023-menparekraf-layanan-satu-pintu-tunggu-finalisasi/>
- Sidik, A. (2024). *Ini Perbedaan Show Management, Event Organizer, dan Panitia Acara!* Kompasiana.
https://www.kompasiana.com/ahmadsidikx/67480220c925c413891963e2/ini-perbedaan-show-management-event-organizer-dan-panitia-acara?page=all#goog_rewarded
- Tum, J., & Norton, P. (2006). *Management of Event Operations*. Routledge.
<https://doi.org/10.4324/9780080455747>
- Wardhani, S. L., & Algifari. (2022). *Teknik Proyeksi untuk Bisnis & Ekonomi* (2nd ed.). BPFE - YOGYAKARTA.