

**PERENCANAAN BISNIS COPACCO CREATIVE
*POP-UP DAN ART MARKET ORGANIZER***

PERENCANAAN BISNIS

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



Disusun Oleh :

CUT ATHIRAH FADIANI ZUNNUR

NIM 2021306038

**PROGRAM STUDI PENGELOLAAN KONVENSI DAN ACARA
POLITEKNIK PARIWISATA NHI BANDUNG
BANDUNG
2025**

LEMBAR PENGESAHAN

PERENCANAAN BISNIS COPACCO CREATIVE

POP-UP DAN ART MARKET ORGANIZER

NAMA : CUT ATHIRAH FADIANI ZUNNUR
NIM : 2021306038
JURUSAN : PERJALANAN
PROGRAM STUDI : PENGELOLAAN KONVENSI DAN ACARA

Pembimbing Utama,



Indriyani Handyastuti, S.I.Kom., M.Sc.
NIP 19800121 200502 2 001

Pembimbing Pendamping,



Mega Fitriani, SST.Par., M.Ds.
NIP 19850618 201001 2 007

Bandung, 18 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 COPACCO CREATIVE POP-UP DAN ART MARKET ORGANIZER

NAMA : CUT ATHIRAH FADIANI ZUNNUR
NIM : 2021306038
PROGRAM STUDI : PENGELOLAAN KONVENSI DAN ACARA

Pembimbing Utama,



Indriyani Hardyastuti, S.I.Kom., M.Sc.
NIP 19800121 200502 2 001

Pembimbing Pendamping,



Mega Fitriani Adiwarna, SST.Par., M.Ds.
NIP 19850618 201001 2 007

Penguji I,



Wisnu Pradipanto, SE., M.Sc.
NIP 19730315 200605 1 002

Penguji II,



Marsianus Raga, MM. Par.
NIP 19751024 200902 1 001

Bandung, 4 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

PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Cut Athirah Fadiani Zunnur
Tempat/Tanggal Lahir : Jakarta, 19 Juni 2002
NIM : 2021306038
Program Studi : Pengelolaan Konvensi dan Acara
Jurusan : Perjalanan

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Tugas Akhir / Proyek Akhir yang berjudul :
“PERENCANAAN BISNIS COPACCO CREATIVE POP-UP DAN ART MARKET ORGANIZER” merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan hasil penjiplakan, pengutipan, dan penyusunan oleh orang atau pihak lain, maupun cara lainnya yang tidak sesuai dengan ketentuan akademik di Politeknik Pariwisata NHI Bandung, serta etika dalam masyarakat keilmuan, kecuali arahan dari Tim Pembimbing.
2. Dalam Tugas Akhir / Proyek Akhir ini, tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan sumber, nama pengarang dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Surat Pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya, apabila dalam naskah Tugas Akhir / Proyek Akhir ini ditemukan adanya pelanggaran yang telah disebutkan di atas, atau pelanggaran atas etika keilmuan, dan/atau ada klaim terhadap keaslian naskah ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya dan sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Politeknik Pariwisata NHI Bandung, serta peraturan-peraturan terkait lainnya.
4. Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana semestinya.

Bandung, 18 Juni 2025

Yang membuat pernyataan,



Cut Athirah Fadiani Zunnur

NIM. 2021306038

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya, yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan Proyek Akhir yang berjudul “Perencanaan Bisnis Copacco Creative Pop-Up dan Art Market Organizer”. Proyek Akhir ini disusun untuk memenuhi persyaratan akademik di Politeknik Pariwisata NHI Bandung.

Perencanaan bisnis ini bertujuan untuk memberi gambaran mengenai konsep, strategi, dan langkah dalam mendirikan EO yang bergerak di bidang penyelenggaraan pasar kreatif *pop-up* yang mengusung konsep kolaborasi para pelaku seni, UMKM, dan komunitas kreatif. Penulis menyadari bahwa proyek akhir tidak akan terwujud tanpa adanya bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bunda Meita Lidiasari, S.S. dan Ayah Teuku Fahrulriza, S.Si., M.E. sebagai orang tua penyusun
2. Bapak Dr. Anwari Masatip, MM. Par. selaku Direktur Politeknik Pariwisata NHI Bandung
3. Bapak Reza Nurizki, S.Pd., M.Sc. selaku Ketua Program Studi Pengelolaan Konvensi dan Acara
4. Ibu Indriyani Handyastuti, S.I.Kom., M.Sc., CHE. dan Ibu Mega Fitriani, SST.Par., M.Ds selaku dosen pembimbing 1 dan 2
5. Seluruh dosen dan *staff* Politeknik Pariwisata NHI Bandung
6. Kak Akmal Putranasri selaku *Creative Director* dalam *event* Tomo Land

Penulis berharap melalui proyek akhir ini dapat bermanfaat bagi pihak yang berkepentingan. Saran dan kritik yang membangun penulis harapkan demi perbaikan di masa yang akan datang.

Bandung, 18 Juni 2025



Cut Athirah Fadiani Zunnur

NIM 2021306038

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
<i>EXECUTIVE SUMMARY</i>.....	x
BAB I DESKRIPSI BISNIS.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Gambaran Umum Bisnis.....	4
C. Visi dan Misi.....	7
D. SWOT Analysis.....	8
E. Gambaran Umum Produk / Jasa.....	12
F. Jenis / Badan Usaha.....	13
G. Aspek Legalitas.....	14
BAB II RENCANA PRODUK / JASA.....	18
A. Daftar dan Deskripsi Produk / Jasa.....	18
B. Alasan dan Keunggulan Produk / Jasa.....	38
C. Penyajian dan Kemasan Produk / Jasa.....	39
D. Analisa Resources.....	40
E. Analisa Proses Produk / Jasa.....	43
<i>F. Supply Chain</i>	45
BAB III RENCANA PEMASARAN.....	48
A. Riset Pasar.....	48
B. Analisa Produk - Market Fit.....	59
C. Analisa Kompetitor.....	63
D. Proyeksi Penjualan / Pendapatan Copacco Creative.....	77
E. Penjelasan Rencana Pemasaran.....	80
BAB IV ASPEK SDM DAN OPERASIONAL.....	81
A. Identitas Penulis.....	81
B. Struktur Organisasi.....	81
C. Job Analysis dan Job Description.....	84
<i>D. Operation</i>	90
E. Manning Budget / Anggaran Tenaga Kerja.....	92
F. Recruitment & Hiring Procedure.....	97
G. Rencana Manajemen.....	99
H. Service Scape / Flow Customer Journey Mapping.....	101
BAB V ASPEK KEUANGAN.....	110

A. Metode Pencatatan Akuntansi.....	110
B. Capital Expenditure (Identifikasi Initial Investment).....	110
C. Time Value of Money (TVM).....	113
DAFTAR PUSTAKA.....	131
LAMPIRAN.....	132

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 : <i>Pop-Up Creative</i> dan <i>Art Market</i>	4
Gambar 2 : Logo Copacco Creative.....	6
Gambar 3 : <i>Event</i> Tomo Land : <i>Art & Illustration Festival</i>	18
Gambar 4 : Pameran Seni sebagai <i>Sub-Event</i> Tomo Land Vol 1.....	21
Gambar 5 : Paket Penawaran Layanan Pameran Seni.....	23
Gambar 6 : Layanan Festival Seni (Tomo Land).....	24
Gambar 7 : Layanan Festival Seni Rupa dan Lukis Copacco Creative.....	27
Gambar 8 : Ilustrasi Layanan Festival Seni Pertunjukan.....	27
Gambar 9 : Layanan Festival <i>Film</i> Copacco Creative.....	28
Gambar 10 : Paket Penawaran Layanan Festival Seni.....	29
Gambar 11 : Detail Layanan Festival Seni.....	30
Gambar 12 : Realisasi Layanan <i>Brand Activation</i> Copacco Creative.....	32
Gambar 13 : Paket Penawaran Layanan <i>Brand Activation</i>	34
Gambar 14 : Detail Layanan <i>Brand Activation</i>	36
Gambar 15 : Analisis <i>Porter's Value Chain</i> dalam Unit Bisnis Copacco Creative.....	44
Gambar 16 : Bagan Alur <i>Supply Chain</i> dalam Unit Bisnis Copacco Creative.....	47
Gambar 17 : Analisa Antusiasme Audiens pada <i>Form</i> Tes Market.....	48
Gambar 18 : Data Pengunjung <i>Event</i> pada Aplikasi Locket.....	49
Gambar 19 : Respon <i>Post-Event Feedback</i>	50
Gambar 20 : Segmentasi Target Pasar.....	51
Gambar 21 : Alasan Target Pasar Datang ke <i>Event</i>	53
Gambar 22 : Saran dan Masukan Target Pasar.....	53
Gambar 23 : Analisis Segmentasi Umur Target Pasar.....	55
Gambar 24 : Produk <i>Tenant Pretty Preserves</i>	56
Gambar 25 : Produk <i>Tenant Sad Cat Club</i>	57
Gambar 26 : <i>Value Proposition Canvas (VPC)</i> Copacco Creative.....	60
Gambar 27 : Konsep <i>Five Product Levels</i> Kotler.....	65
Gambar 28 : Struktur Organisasi Copacco Creative.....	83
Gambar 29 : <i>Toolkit</i> Perencanaan Operasional Copacco Creative.....	104
Gambar 30 : Perencanaan Tahun 1 Copacco Creative.....	107

DAFTAR TABEL

Tabel 1 : SWOT Copacco Creative.....	11
Tabel 2 : Potensi <i>Revenue Event Pop-Up Creative</i> dan <i>Art Market</i>	19
Tabel 3 : Indikator Kesuksesan <i>Event Tomo Land Vol 1</i>	20
Tabel 4 : Keunggulan Layanan Pameran Seni Copacco Creative.....	22
Tabel 5 : Keunggulan Layanan Festival Seni Copacco Creative.....	25
Tabel 6 : Keunggulan Layanan <i>Brand Activation</i> Copacco Creative.....	33
Tabel 7 : Potensial <i>Revenue EO</i> dari Penyelenggaraan <i>Event</i> Klien.....	37
Tabel 8 : Metode Pembayaran Layanan oleh Klien.....	38
Tabel 9 : Kebutuhan <i>Man Power</i> dan Rekrutmen <i>Freelancer</i> dan <i>Volunteer</i> Event.....	41
Tabel 10 : Segmentasi Target Pasar.....	58
Tabel 11 : <i>Competitive Analysis</i>	63
Tabel 12 : <i>Pricing Products</i> pada Penjualan <i>Booth Tenants</i>	69
Tabel 13 : <i>Pricing Products</i> pada Tiket Pengunjung.....	70
Tabel 14 : <i>Promotional Mix Formula</i> Copacco Creative.....	73
Tabel 15 : Proyeksi Penjualan Tahun 1.....	77
Tabel 16 : Proyeksi Penjualan Tahun 2.....	78
Tabel 17 : Proyeksi Penjualan Tahun 3.....	78
Tabel 18 : Proyeksi Penjualan Tahun 4.....	79
Tabel 19 : Proyeksi Penjualan Tahun 5.....	79
Tabel 20 : <i>Job Description Struktur Organisasi</i> Copacco Creative.....	85
Tabel 21 : <i>Manning Budget</i> Tahun 0 (Uji Coba).....	93
Tabel 22 : <i>Manning Budget</i> Tahun 1 - 3.....	93
Tabel 23 : <i>Flow Customer Journey Mapping</i> Copacco Creative.....	101
Tabel 24 : <i>Action Plan</i> 3 Tahun Copacco Creative.....	103
Tabel 25 : <i>Tangible Investment</i>	111
Tabel 26 : <i>Intangible Investment</i>	112
Tabel 27 : <i>Working Capital</i>	112
Tabel 28 : <i>Total Investment</i>	114
Tabel 29 : <i>Loan Installment Schedule</i>	116
Tabel 30 : <i>Revenue Breakdown</i> Tahun 1.....	116
Tabel 31 : <i>Revenue Breakdown</i> Tahun 2.....	117
Tabel 32 : <i>Revenue Breakdown</i> Tahun 3.....	117
Tabel 33 : <i>Revenue Breakdown</i> Tahun 4.....	117
Tabel 34 : <i>Revenue Breakdown</i> Tahun 5.....	117
Tabel 35 : <i>Operating Budget</i>	119
Tabel 36 : <i>Cash Flow Projection</i>	120

Tabel 37 : <i>Variable Cost</i> Tahun 1.....	121
Tabel 38 : <i>Variable Cost</i> Tahun 2.....	121
Tabel 39 : <i>Variable Cost</i> Tahun 3.....	121
Tabel 40 : <i>Variable Cost</i> Tahun 4.....	122
Tabel 41 : <i>Variable Cost</i> Tahun 5.....	122
Tabel 42 : <i>Fixed Cost</i> Tahun 1.....	123
Tabel 43 : <i>Fixed Cost</i> Tahun 2.....	123
Tabel 44 : <i>Fixed Cost</i> Tahun 3.....	124
Tabel 45 : <i>Fixed Cost</i> Tahun 4.....	124
Tabel 46 : <i>Fixed Cost</i> Tahun 5.....	125
Tabel 52 : <i>Net Present Value</i> (NPV).....	128
Tabel 53 : <i>Internal Rate of Return</i> (IRR).....	128
Tabel 54 : <i>Discounted Payback Period</i>	129

EXECUTIVE SUMMARY

Perkembangan dunia seni, diikuti frekuensi belanja yang tinggi di Indonesia, khususnya bagi gen z dan milenial menyebabkan alasan EO mulai berkiprah pada industri *pop-up creative dan art market*. Event pasar seni ini menjadi *platform* bagi seniman lokal, komunitas, dan UMKM untuk memamerkan karya, serta pengunjung untuk membeli karya seni dan mendalami dunia seni.

Inisiasi perencanaan bisnis EO Copacco Creative hadir untuk menjawab permintaan pasar, dimana rancangan bisnis juga mencakup beberapa layanan jasa yang ditawarkan kepada klien dengan spesialisasi *event* yang kreatif dan *artsy* dan mengutamakan *service excellence*.

Sebelum mendirikan bisnis EO dengan spesialisasi *pop-up creative dan art market organizer*, penulis melakukan uji coba produk dan pasar *event* dengan nama Tomo Land yang didalamnya juga terdapat berbagai program *sub-event* seperti pameran seni dalam Tomoseum, festival seni (film) dalam Cinema Tomo, aktivasi *brand* melalui penyediaan *booth* retail, hingga *workshop* yang kemudian menjadi sub-layanan yang ditawarkan Copacco Creative.

Peluang pada pangsa pasar *pop-up creative dan art market* yang besar terbukti melalui kesuksesan *event* pertama ini berupa penjualan hingga lebih dari 100 *booth*, perputaran uang hingga lebih dari 200 juta rupiah, dan visitor lebih dari 5000 yang diberlakukan *entry fees*.

Dalam analisis kelayakan bisnis, penulis menggunakan metode SWOT *Analysis* dan *Investment Analysis* pada perencanaan keuangan 5 tahun operasi, dengan kesimpulan perusahaan layak dijalankan melalui analisis aspek sebagai berikut :

1. Surplus = Rp365,296,198,- (149.36% dari investasi awal)

2. *NPV (Net Present Value)* = Rp402,323,807,- ($NPV > 0$)

Kesimpulan : Proyek secara finansial layak dijalankan.

3. *IRR (Internal Rate of Return)* = IRR 26.51% ($IRR > 11%$)

Kesimpulan : Investasi menarik karena proyek memberi return lebih tinggi dari rata-rata jenis investasi lain seperti obligasi.

DAFTAR PUSTAKA

- David, F. (2017). *Strategic Management A Competitive Advantage Approach Concepts and Cases*.
- Fahmi, I. (2015). *MANAJEMEN INVESTASI: Teori Dan Soal Jawab* (2nd ed.). Salemba Empat.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2023). *Principles of Marketing* (19th ed.). Pearson Higher Ed.
- Kotler, P., Keller, K., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson.
- Lampiran II Salinan PP Nomor 5 Tahun 2021 Sektor Pariwisata. (2021). https://jdih.pom.go.id/download/file/1307/29._Lampiran_II_Salinan_PP_Nomor_5_Tahun_2021_Sektor_Pariwisata_.pdf
- Porter, M. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. The Free Press.
- Pratama, Y. (2024). Value Proposition Canvas: Memahami dan Memenuhi Kebutuhan Pelanggan. *Product Innovation Management*. <https://binus.ac.id/entrepreneur/2024/07/26/value-proposition-canvas-memahami-dan-memenuhi-kebutuhan-pelanggan/>
- Yanita, R. (2023). *Dirjen IKMA Kemenperin: Industri Kreatif Salah Satu Tulang Punggung Perekonomian Indonesia*. <https://indonesia.go.id/kategori/editorial/7859/industri-kreatif-terus-moncer?lang=1>
- Riyono, B. (2006). Konsep Dasar dalam Mendesain Organisasi. *Buletin Psikologi*, 14.
- Rutherford, J. (2015). *Professional Event Coordination* (J. Goldbalt, Ed.; 2nd ed.). The Wiley Event Management Series.
- Stevenson, W. (2020). *Operations Management* (14th ed.). McGraw-Hill Education.