

BAB I

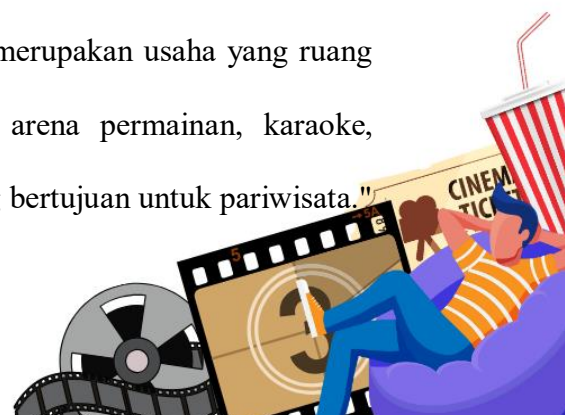
DESKRIPSI BISNIS

A. Latar Belakang

Industri hiburan di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang sangat menjanjikan. Menurut data dari Statista pada tahun 2022, pendapatan sektor hiburan mencapai US\$135,95 juta, dan diproyeksikan terus meningkat dengan tingkat pertumbuhan tahunan gabungan (CAGR) sebesar 14,12% hingga mencapai US\$431,35 juta pada tahun 2029. Hal ini menandakan potensi besar dan tren positif dalam industri hiburan di Indonesia.

Salah satu pendorong pertumbuhan ekonomi nasional pada tahun 2024 adalah sektor pariwisata, yang pulih dengan pesat setelah pandemi COVID-19. Data dari Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa sektor jasa lainnya mengalami pertumbuhan tertinggi, yaitu 11,36% pada kuartal IV-2024 dan 9,8% sepanjang tahun. Peningkatan ini didorong oleh meningkatnya aktivitas rekreasi, dan hiburan. Jumlah wisatawan mancanegara yang datang ke Indonesia mencapai rekor 13,9 juta kunjungan pada tahun 2024, yang menunjukkan keberhasilan strategi pemerintah dalam memperkuat sektor pariwisata (Indonesia.go.id, 2024).

Industri hiburan di Indonesia, yang mencakup bioskop, memiliki potensi besar untuk pertumbuhan dan perkembangan. Hal ini diperkuat oleh Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, Pasal 14 ayat (1) bagian g, yang berbunyi: "Usaha penyelenggaraan kegiatan hiburan dan rekreasi merupakan usaha yang ruang lingkup kegiatannya berupa usaha seni pertunjukan, arena permainan, karaoke, bioskop, serta kegiatan hiburan dan rekreasi lainnya yang bertujuan untuk pariwisata."



Pasal ini secara eksplisit memasukkan bioskop sebagai bagian dari sektor pariwisata. Di era digital ini, meskipun preferensi masyarakat terhadap platform streaming digital semakin meningkat, bioskop tetap menjadi pilihan utama untuk pengalaman menonton film yang imersif dan memuaskan secara emosional (Nayla et al., 2024; Tefertiller, 2017; Frober & Thomaschke, 2019). Hal ini tercermin dari pertumbuhan positif industri film nasional, dimana kemenparekraf mencatat bahwa industri film berhasil menarik 55 juta penonton bioskop pada tahun 2023, dan meningkat menjadi 61,2 juta penonton pada tahun 2024. Peningkatan ini menunjukkan pemulihan signifikan dari tahun 2021, di mana jumlah penonton hanya mencapai 4,5 juta (Kemenparekraf, 2024).

Namun, pertumbuhan jumlah penonton bioskop ini belum diimbangi dengan jumlah bioskop yang memadai. Menurut data dari Badan Perfilman Indonesia (BPI) pada Februari 2024, hanya terdapat sekitar 517 lokasi bioskop dengan 2.145 layar di seluruh Indonesia, yang tersebar di 115 kabupaten dan kota. Jumlah ini terbilang rendah mengingat luasnya wilayah Indonesia yang terdiri dari 349 kabupaten dan 91 kota (Irhamni, 2024).

Bioskop di Indonesia sebagian besar tergabung dalam Gabungan Pengusaha Bioskop Seluruh Indonesia (GPBSI), antara lain: XXI, CGV, Cinépolis, Dakota Cinema, Platinum Cineplex, New Star Cineplex (Nirmala, 2020). Berdasarkan riset, bioskop-bioskop tersebut umumnya hanya menawarkan pengalaman menonton film di dalam ruangan dan belum menawarkan aktivitas rekreasi yang lainnya, dan belum memiliki bioskop outdoor. Bioskop outdoor tidak termasuk dalam keanggotaan GPBSI, menunjukkan adanya celah pasar yang belum tergarap. Sementara itu, bioskop luar ruangan (*Outdoor Movie*) yang menawarkan pengalaman berbeda dan unik masih



sangat terbatas di Indonesia, keberadaannya belum sepopuler bioskop konvensional. Berdasarkan riset, terdapat beberapa *Outdoor Movie* di Indonesia yaitu Kejar Durasi, Tangerang; Camping Cinema, Bogor; Bioskop Misbar, Purbalingga; Bali Outdoor Cinema dan Movie by The Beach, Bali dan terdapat 2 *Outdoor Movie* di Bandung yaitu Hafa warehouse dan ManA Bandung, namun keduanya hanya menawarkan pengalaman menonton saja (Tiktok & Google, 2025).

Tren *experiential tourism* menunjukkan bahwa 60% wisatawan global menginginkan pengalaman wisata yang lebih menghargai pengalaman (*Global Growth Agent*, 2017). Namun, bioskop konvensional dan platform streaming saat ini belum menawarkan pengalaman menonton yang dikombinasikan dengan kegiatan rekreasi. Kondisi ini menciptakan peluang bisnis yang unik untuk membuat sebuah *Outdoor Movie* dengan konsep *Experiential Tourism*. Dengan menggabungkan pengalaman menonton film di ruang terbuka dengan kegiatan rekreasi yang beragam, dimana dapat menawarkan nilai tambah yang tidak ditemukan di bioskop konvensional atau platform streaming.

Meskipun industri hiburan dan pariwisata di Indonesia mengalami pertumbuhan signifikan, terdapat kesenjangan antara meningkatnya jumlah penonton film dan keterbatasan jumlah bioskop yang tersedia, terutama di daerah luar kota besar. Selain itu, mayoritas bioskop konvensional hanya menawarkan pengalaman menonton film di dalam ruangan tanpa aktivitas rekreasi tambahan. Sementara itu, tren global menunjukkan pergeseran preferensi wisatawan ke arah *Experiential Tourism* yang mengutamakan pengalaman unik dan bermakna. Kondisi ini menciptakan peluang bisnis yang belum banyak digarap, yaitu penyediaan *Outdoor Movie* dengan konsep



Experiential Tourism, yang tidak hanya menawarkan tontonan, tetapi juga menggabungkannya dengan kegiatan rekreasi. Ide ini muncul sebagai solusi untuk memenuhi kebutuhan hiburan yang imersif, inovatif, dan sejalan dengan gaya hidup modern yang menghargai pengalaman. Oleh karena itu, berdasarkan perkembangan industri hiburan, pariwisata dan perkembangan bioskop menurut penulis peluang bisnis untuk *Outdoor Movie* dengan konsep *Experiential Tourism* di Indonesia khususnya di Bandung dimana memiliki potensi untuk sukses, bisnis ini dapat menarik minat lebih banyak penonton dan memberikan pengalaman yang tak terlupakan dimana dapat memenuhi kebutuhan masyarakat akan hiburan yang inovatif dan sesuai dengan tren pariwisata global.

B. Gambaran Umum Bisnis

1. Deskripsi Bisnis

CV. Flicks and Flames adalah sebuah badan usaha yang bergerak di bidang hiburan dan rekreasi, dengan produk utama berupa *Cinema Experiences*. Konsep ini menggabungkan kegiatan menonton film dengan suasana alam terbuka, menciptakan pengalaman yang unik, imersif, dan berbeda dari bioskop konvensional. Tidak hanya menyajikan hiburan visual, tetapi juga menghadirkan nuansa rekreasi yang menyatu dengan alam, sehingga memberikan nilai tambah berupa pengalaman yang lebih berkesan dan menyenangkan bagi pengunjung.

Di tengah pertumbuhan industri bioskop di Indonesia yang cukup signifikan (Statista, 2022), masih terdapat keterbatasan dalam hal ketersediaan lokasi dan variasi pengalaman menonton, yang umumnya terbatas di dalam ruangan (Alifa, 2024). Sementara itu, tren *experiential tourism* terus meningkat, di mana wisatawan modern



cenderung mencari pengalaman yang lebih aktif, mendalam, dan berkesan (*Global Growth Agent*, 2017).

Berdasarkan kebutuhan dan tren tersebut, *CV. Flicks and Flames* hadir sebagai solusi inovatif yang tidak hanya memenuhi kebutuhan hiburan, tetapi juga menawarkan manfaat rekreasi dan pengalaman emosional yang lebih mendalam yang memiliki tujuan dan manfaat sebagai berikut :

Tujuan:

Memenuhi kebutuhan pasar akan hiburan yang inovatif dan sesuai dengan tren pariwisata dan menarik minat lebih banyak dengan memberikan pengalaman yang tak terlupakan.

Manfaat bagi Pasar:

- Memberikan alternatif hiburan yang menarik bagi masyarakat yang ingin menikmati film di ruang terbuka dengan suasana berbeda.
- Meningkatkan pengalaman wisatawan dengan menggabungkan menonton film dan aktivitas rekreasi.
- Memenuhi tren *Experiential Tourism* yang semakin diminati oleh wisatawan.
- Meningkatkan akses terhadap bioskop dimana mengisi celah pasar akibat keterbatasan jumlah bioskop di Indonesia.



2. Deskripsi Logo dan Nama



Gambar 1. 1 Logo Flicks and Flames

Sumber: Olah data, 2025

Flicks merujuk pada film atau tontonan, sedangkan *Flames* menyimbolkan api atau kehangatan dimana dengan aktivitas BBQ dan menerbangkan *sky Lantern*. Nama ini menciptakan kesan bahwa *brand* ini bukan hanya menyediakan film, tetapi menyatukan kegiatan rekreasi dengan pengalaman emosional dan sosial yang hangat.

Bentuk Lingkaran : Melambangkan kesatuan, kehangatan dari pengalaman yang ditawarkan, pengalaman menonton yang tidak hanya selesai ketika film selesai, tapi berkesan dan menyatu dengan alam.

Dome Transparan : Menyimbolkan konsep unik dari bioskop outdoor yang menggunakan dome transparan. Transparansi mencerminkan keterbukaan dengan alam sekitar, menciptakan suasana menyatu antara penonton, film, dan alam.

Api Unggun : Simbol dari "*Flames*" dalam nama usaha. Melambangkan kehangatan, interaksi sosial, dan aktivitas BBQ yang ditawarkan. Ini memperkuat kesan



bahwa tempat ini bukan sekadar untuk menonton, tetapi untuk berkumpul, berbagi cerita, dan menikmati suasana malam.

Lanterns: Melambangkan harapan, keindahan, dan pengalaman yang damai. Aktivitas sky lantern menambah nilai emosional dan memori yang kuat bagi pengunjung.

Pohon Pinus dan Alam : Menggambarkan lokasi alami, dikelilingi oleh alam, memberikan udara segar dan suasana tenang.

More Than Just a Movie: Menggarisbawahi bahwa bisnis ini bukan hanya tentang menonton film, tapi pengalaman keseluruhan: suasana, interaksi sosial, makanan, dan momen spesial bersama orang tersayang.

3. Identitas Bisnis

DATA PEMILIK

Nama Pemilik : Yemima Meyrista Sinaga
Alamat : Taman Cikas, Pakayon Jaya, Bekasi, Jawa Barat, 17148
Email : yemimameyristasinaga@gmail.com

DATA PERUSAHAAN

Nama Perusahaan : CV. *Flicks and Flames*
Alamat : Jl. Kolonel Masturi No.KM. 11, Kec. Cisarua,
Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat 40551
Jenis Produk : Rekreasi dan Hiburan
Kontak : (+62) 822 1628 4996
Alamat Email : flicksandflames@gmail.com
Instragram : @flicksandflames
Webstite : www.flicksandflames.com



C. Visi dan Misi

Visi :

Mewujudkan *Flicks and Flames* sebagai destinasi hiburan luar ruang terdepan yang menggabungkan menonton film dan aktivitas rekreasi menjadi pengalaman wisata yang hangat, berkesan, dan tak terlupakan.

Misi :

1. Menghadirkan pengalaman menonton film di alam terbuka yang menyenangkan, estetik, dan penuh suasana dengan pemilihan film yang sesuai minat.
2. Mendukung tren *Experiential Tourism* dengan menghadirkan konsep aktivitas rekreasi yang membangun kenangan.
3. Menggabungkan kegiatan rekreasi yang mendukung interaksi sosial.
4. Menyediakan layanan yang ramah dan personal demi menciptakan kenyamanan dan kepuasan dengan setiap pengunjung.

D. Industry Analysis

Bioskop konvensional seperti XXI, CGV, dan Cinépolis memiliki jaringan luas dan fasilitas lengkap, tetapi umumnya tidak menawarkan kegiatan rekreasi tambahan. Dengan hanya 517 lokasi bioskop di seluruh Indonesia, terdapat peluang signifikan untuk memperluas pengalaman menonton di luar ruangan (Nirmala, 2020;Irhamni, 2024). Sementara itu, platform streaming seperti Netflix dan Disney+ semakin populer dimana penonton mencari pengalaman yang lebih imersif dan sosial, yang tidak dapat dipenuhi oleh layanan streaming (Nayla et al., 2024). Ini menciptakan celah bagi



Outdoor Movie untuk menarik audiens yang menginginkan pengalaman menonton yang berbeda.

Saat ini, hanya ada beberapa lokasi *Outdoor Movie* di Indonesia yaitu yaitu Kejar Durasi, Tangerang; Camping Cinema, Bogor; Bioskop Misbar, Purbalingga; Bali Outdoor Cinema dan Movie by The Beach, Bali dan di Bandung terdapat *Outdoor Movie* yaitu Hafa Warehouse dan ManA Bandung, yang fokus pada penayangan film tanpa kegiatan rekreasi tambahan (Tiktok & Google, 2025). Dengan 60% wisatawan global menginginkan pengalaman wisata yang lebih menghargai pengalaman (Global Growth Agent, 2017), *Outdoor Movie* dapat memenuhi kebutuhan ini dengan menggabungkan film dan aktivitas rekreasi, menciptakan konsep yang lebih menarik dan komprehensif.

Dalam menganalisis daya saing industri di Indonesia, pendekatan *Porter's Five Forces* dapat digunakan untuk memahami dinamika persaingan dan faktor-faktor yang mempengaruhi peluang bisnis. Model ini mencakup lima kekuatan utama yang menentukan tingkat kompetisi dalam suatu industri, yaitu ancaman pendatang baru (*Threat of New Entrants*), daya tawar pemasok (*Bargaining Power of Suppliers*), daya tawar pembeli (*Bargaining Power of Buyers*), ancaman produk substitusi (*Threat of Substitutes*), dan intensitas persaingan di antara pelaku industri (*Rivalry of Competitors*) (Peter Gratton, 2024).





Gambar 1. 2 Porter five Force
 Sumber: one step head, 2025

a. *Threat of New Entrants*

Meskipun industri hiburan di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang menjanjikan, ancaman pendatang baru dalam industri bioskop luar ruangan dengan konsep *experiential tourism* tergolong **medium**. Hal ini disebabkan oleh bisnis *Outdoor Movie* ini memiliki keunikan tersendiri dimana menawarkan pengalaman menonton di dataran tinggi berbasis alam dengan menawarkan menonton dengan mengusung konsep *Experiential tourism* dimana dipadukan dengan kegiatan rekreasi lainnya. Selain itu, terdapat tantangan dalam memperoleh lisensi film dimana hal ini menjadi salah satu hal yang terpenting dalam bisnis ini (Shaifer, 2024). Keseluruhan hal tersebut menjadi keunikan dari bisnis *Outdoor Movie* ini yang sulit untuk ditiru pesaing.

b. *Bargaining Power of Supplier*

Daya tawar pemasok dalam bidang bisnis ini cenderung **rendah**. Pemasok utama mencakup penyedia proyektor dan layar seperti Epson, Sony, BenQ, dll dan system audio, seperti JBL, Bose, Yamaha, dll. Karena banyaknya pilihan pemasok di



pasar, dimana *Outdoor Movie* memiliki kemampuan untuk menegosiasikan harga dan layanan yang kompetitif.

c. *Bargaining Power of Buyers*

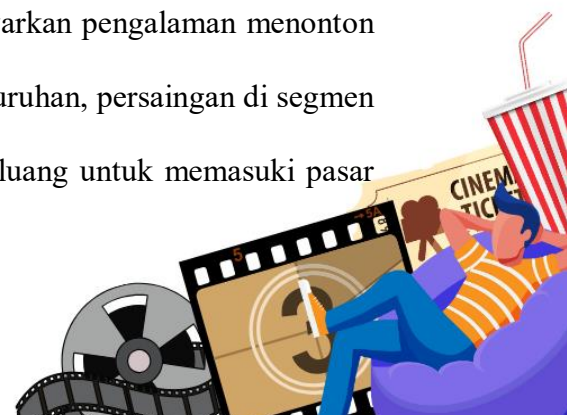
Kekuatan pembeli tergolong **medium** dalam bidang bisnis ini. Konsumen memiliki berbagai alternatif hiburan, termasuk bioskop konvensional, platform streaming digital, dan acara hiburan lainnya. Oleh karena itu, perlu menawarkan nilai tambah yang unik, seperti pengalaman menonton yang berbeda, suasana yang menarik, atau layanan tambahan, untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Maka dari itu, bisnis ini mengusung konsep *Experiential Tourism*, sehingga memiliki value tersendiri dibanding dengan yang lainnya.

d. *Threat of Substitutes*

Tergolong **medium**, karena penyedia produk pengganti yang sejenis dengan bisnis ini di Indonesia masih jarang di temukan tidak sepopuler bioskop konvensional dan di Bandung terdapat 2 yaitu Warehouse dan ManA Bandung dimana keduanya hanya menawarkan pengalaman menonton saja. Berbeda dengan bisnis ini, yang menawarkan menonton dengan beberapa kegiatan rekreasi. Hal ini yang membedakan bisnis ini dengan *Outdoor Movie* lainnya Hal ini dapat menarik perhatian pelanggan serta memperkuat loyalitas mereka, sehingga mereka tidak mudah beralih ke produk pengganti (Pratiwi, 2022).

e. *Rivalry of Competitors*

Saat ini, jumlah bioskop luar ruangan di Indonesia masih terbatas. Terdapat berapa seperti Warehouse Dago Pakar, Bandung, menawarkan pengalaman menonton di luar ruangan (@hafawarehouse). Namun, secara keseluruhan, persaingan di segmen ini belum terlalu ketat/**medium** dimana memberikan peluang untuk memasuki pasar



dengan konsep yang inovatif dan diferensiasi produk dan layanan yang kuat (proxsis cosulting, 2023).

Secara keseluruhan, meskipun terdapat tantangan ataupun ancaman, peluang untuk *Outdoor Movie* dengan konsep *experiential tourism* ini cukup menjanjikan. Keberhasilan akan bergantung pada kemampuan untuk menawarkan pengalaman unik yang membedakan diri dari alternatif hiburan lainnya dan memenuhi kebutuhan serta preferensi konsumen (proxsis cosulting, 2023).

E. Gambaran Umum Produk dan Jasa

Flicks and Flames merupakan sebuah rencana bisnis yang bergerak di bidang hiburan dan rekreasi dengan mengusung konsep *Outdoor Movie* berbasis *Experiential Tourism* dengan memanfaatkan lahan kosong yang berada di Dusun Bambu, Lembang yang akan menjadi lokasinya. Konsep ini dirancang untuk menjawab kebutuhan konsumen terhadap hiburan yang tidak hanya menghibur secara visual, tetapi juga mampu memberikan pengalaman yang berkesan dan bermakna, sesuai dengan tren wisata berbasis pengalaman yang semakin diminati oleh generasi saat ini.

Produk utama yang ditawarkan oleh *Flicks and Flames* adalah kegiatan menonton film di area semi - *outdoor*, yang dipadukan dengan suasana alam terbuka yang nyaman dan estetik. Selain menonton film, pengunjung juga dapat menikmati berbagai aktivitas tambahan seperti *barbecue* bersama (BBQ-an) dan menerbangkan *sky lantern*, yang dirancang untuk menambah nilai emosional dan menciptakan momen kebersamaan yang hangat.



Tidak hanya itu, *Flicks and Flames* juga menyediakan layanan penyewaan tempat (*rent venue*) yang dapat digunakan untuk berbagai kegiatan seperti gathering komunitas, acara perusahaan, ulang tahun, hingga acara sosial lainnya.

Dari sisi pelayanan, *Flicks and Flames* menempatkan kenyamanan dan kepuasan pelanggan sebagai prioritas utama. Setiap aspek pelayanan dirancang dengan mempertimbangkan kebutuhan dan harapan konsumen, mulai dari pemilihan film yang sesuai minat *customer*, hingga sikap ramah dan profesional dari staf.

Dengan demikian, *Flicks and Flames* berkomitmen untuk memberikan layanan yang tidak hanya memuaskan secara fungsional, tetapi juga menciptakan pengalaman yang menyenangkan dan tak terlupakan bagi setiap pengunjung.

F. Jenis/Badan Usaha

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, Pasal 14 *Flicks and Flames* termasuk dalam klasifikasi usaha pariwisata di bidang penyelenggaraan kegiatan hiburan dan rekreasi. Selain itu, mengacu pada Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI), *Flicks and Flames* tergolong dalam kategori Aktivitas Pemutaran Film – 59141; Aktivitas Hiburan Lainnya – 56301 dan Penyediaan Makanan dan Minuman / BBQ – 56301.



G. Aspek Legalitas

Bentuk kepemilikan *Flicks and Flames* adalah CV (*commanditaire vennootschap*) dengan beberapa rencana aspek legalitas sebagai berikut :

Tabel 1. 1 Aspek Legalitas *Flicks and Flames*

NO	DOKUMEN	KETERANGAN
1	Akta CV dan pengesahan	Notaris & Pengadilan
2	NIB (Nomor Induk Berusaha)	OSS (Online Single Submission)
3	Izin Usaha KBLI : <ul style="list-style-type: none">• Aktivitas Pemutaran Film – 59141• Penyediaan Makanan dan Minuman / BBQ – 56301• Aktivitas Hiburan Lainnya – 56301	OSS (Online Single Submission)
4	Tanda Izin Usaha Pariwisata	OSS (Online Single Submission)
5	Setifikasi Usaha Pariwisata (SUP)	Lembaga Sertifikasi Usaha (LSU) bidang pariwisata
6	Pajak & Retribusi	Bapenda

Sumber: Olah Data, 2025

