

**Perancangan Model Bisnis Ekosistem Korean Culture Berbasis
Platform Digital dan Pop-Up Market Kloverse oleh CV DOA Kreasi**



- 1. Owen Raditya Purnama - 2205413009**
- 2. Dinda Raynisha Syah Putri - 2205413025**
- 3. Zaneta Ananda Rafa – 2205413027**

**PROGRAM STUDI SARJANA TERAPAN USAHA JASA
KONVENSI, PERJALANAN INSENTIF DAN PAMERAN (MICE)
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
DEPOK
2026**



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
PROGRAM STUDI SARJANA TERAPAN MICE

LEMBAR PERSETUJUAN

Nama	: Owen Raditya Purnama
NIM	: 2205413009
Nama	: Dinda Raynisha Syah Putri
NIM	: 2205413025
Nama	: Zaneta Ananda Rafa
NIM	: 2205413027
Program Studi	: Usaha Jasa Konvensi, Perjalanan Insentif, dan Pameran
Judul Laporan Akhir	: Perancangan Model Bisnis Ekosistem <i>Korean Culture</i> Berbasis Platform Digital dan Pop-Up <i>Market</i> Kloverse oleh CV DOA Kreasi

Depok, 8 Juli 2026

Menyetujui,
Kepala Program Studi
Sarjana Terapan Usaha Jasa Konvensi
Perjalanan Insentif dan Pameran

M. Iqbal Katik R.E, S.ST., M.P.Par.
NIP. 198701232020121004

Pembimbing

M. Iqbal Katik R.E, S.ST., M.P.Par.
NIP. 198701232020121004



Mengetahui,
Ketua Jurusan Administrasi Niaga

Dr. Wahyudi Utomo, S.Sos., M.Si.
NIP. 198007112015041001



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

**POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
PROGRAM STUDI SARJANA TERAPAN MICE**

LEMBAR PENGESAHAN

Nama	: Owen Raditya Purnama
NIM	: 2205413009
Nama	: Dinda Raynisha Syah Putri
NIM	: 2205413025
Nama	: Zaneta Ananda Rafa
NIM	: 2205413027
Program Studi	: Usaha Jasa Konvensi, Perjalanan Insentif, dan Pameran (MICE)
Judul Laporan Akhir	: Perancangan Model Bisnis Ekosistem <i>Korean Culture</i> Berbasis Platform Digital dan Pop-Up <i>Market</i> Kloverse oleh CV DOA Kreasi

Telah berhasil dipertahankan dihadapan TIM Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Sains Terapan pada program studi Usaha Jasa Konvensi, Perjalanan Insentif, dan Pameran (MICE) Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta, pada:

hari, tanggal : Rabu, 1 Juli 2026
waktu : 13.00 – 15.00
tempat : Politeknik Negeri Jakarta

TIM PENGUJI

Ketua Sidang	: <u>M. Iqbal Katik R.E., S.ST., M.P.Par.</u> NIP. 198701232020121004
Penguji I	: <u>Fauzi Mubarak, S.ST., M.T</u> NIP. 198804182019031008
Penguji II	: <u>Raden Ayu Trisnayoni , S.Tr.Par., M.Tr.Par.</u> NIP. 199702072024062003



Hak Cipta:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, nikmat, dan hidayah-Nya, sehingga tim penyusun dapat menyelesaikan dokumen *Business Plan* Tugas Akhir yang berjudul “Perancangan Model Bisnis Ekosistem *Korean Culture* Berbasis Platform Digital dan *Pop-Up Market* Kloverse oleh CV DOA Kreasi” dengan baik dan tepat waktu.

Penyusunan *Business Plan* ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dan penyelesaian Tugas Akhir pada Program Studi Sarjana Terapan MICE (*Meetings, Incentives, Conventions, and Exhibitions*), Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Jakarta.

Tim penyusun menyadari bahwa keberhasilan penyusunan rencana bisnis ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan, arahan, serta dukungan dari berbagai pihak, baik secara moril maupun materil. Oleh karena itu, pada kesempatan ini kami ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Syamsurizal, S.E., M.M., selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Dr. Wahyudi Utomo, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta.
3. M. Iqbal Katik R.E., S.ST., M.P.Par., selaku Kepala Program Studi D4 MICE Politeknik Negeri Jakarta sekaligus Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang telah meluangkan banyak waktu, memberikan arahan, pandangan bisnis yang luas, serta membimbing kami dengan penuh kesabaran dari awal pengembangan ide hingga penyusunan rencana bisnis ini selesai.
4. Orang tua dan keluarga tercinta dari masing-masing penyusun, yang tiada hentinya memberikan doa, dukungan moral, kasih sayang, serta motivasi terbesar bagi kami dalam menyelesaikan pendidikan ini.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

5. Seluruh dosen dan staf akademik di program studi MICE (Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition) yang telah membekali penulis dengan ilmu dan pengalaman selama masa perkuliahan.
6. Seluruh teman-teman angkatan MICE 2022, khususnya kelas MICE 8A, atas kebersamaan, dukungan, dan semangat solid yang saling menguatkan selama masa perkuliahan hingga tingkat akhir.
7. Seluruh pihak yang tidak dapat kami sebutkan satu per satu, yang telah memberikan bantuan, inspirasi, dan kontribusi baik langsung maupun tidak langsung dalam penyelesaian *Business Plan* ini.

Tim penyusun memahami bahwa rencana bisnis ini masih jauh dari kesempurnaan dan memiliki keterbatasan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat kami harapkan demi penyempurnaan di masa yang akan datang. Akhir kata, semoga *Business Plan* ini dapat memberikan manfaat, wawasan, serta kontribusi positif bagi perkembangan industri MICE, ekosistem industri kreatif, dan komunitas pop kultur di Indonesia.

Depok, Juni 2026

Penulis

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GRAFIK.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I RINGKASAN EKSEKUTIF.....	1
BAB II LATAR BELAKANG PERUSAHAAN.....	4
2.1 Data Perusahaan.....	6
2.1.1 Logo Perusahaan Dan Filosofi.....	7
2.1.2 Deskripsi Logo.....	8
2.1.3 Corporate Culture.....	8
2.2 Biodata Pemilik Perusahaan.....	11
2.2.1 Pemilik Pertama.....	11
2.2.2 Pemilik Kedua.....	12
2.2.3 Pemilik Ketiga.....	13
2.2.4 Pemilik Keempat.....	14
2.3 Struktur Organisasi.....	15
2.3.1 Deskripsi Pekerjaan.....	15
2.4 Susunan Pemilik/Pemegang Saham.....	19
2.5 Jadwal Kegiatan Pra Operasional Perusahaan.....	21
2.5.1 Riset dan Analisa Pasar.....	22
2.5.2 Penyusunan Profil Perusahaan.....	22
2.5.3 Penentuan Lokasi Perusahaan.....	23
2.5.4 Pengurusan Perizinan.....	23
2.5.5 Penentuan Peralatan dan Perlengkapan.....	26
2.5.6 Pengembangan Platform O2O.....	27
2.5.7 Promosi dan Pemasaran.....	27



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB III	ANALISIS PASAR DAN RENCANA PEMASARAN	29
3.1	Produk Yang Dihasilkan	29
3.1.1	Paket dan Spesifikasi Produk	30
3.1.2	Produk Utama	33
3.2	Gambaran Pasar	43
3.2.1	Latar Belakang Penghadiran Produk	43
3.2.2	Posisi Perusahaan	51
3.2.3	<i>Market Share Pop-Up</i>	52
3.3	Segmentasi Pasar yang Dituju	61
3.3.1	Segmenting	61
3.3.2	Targeting	67
3.3.3	Positioning	68
3.4	Trend Perkembangan Pasar	69
3.4.1	Trend Perkembangan Event Pesaing	72
3.4.2	Trend Perkembangan Exhibitor	82
3.4.3	Validasi Kebutuhan dan Preferensi Exhibitor	91
3.4.4	Kesimpulan Trend Perkembangan Pasar	95
3.5	Proyeksi Penjualan	97
3.6	Strategi Pemasaran	121
3.6.1	<i>Product</i>	123
3.6.2	<i>Price</i>	125
3.6.3	<i>Place</i>	131
3.6.4	<i>Promotion</i>	135
3.6.5	<i>People</i>	139
3.6.6	<i>Process</i>	141
3.6.7	<i>Physical Evidence</i>	144
3.6.8	<i>Productivity & Quality</i>	147
3.6.9	<i>Power of Connection</i>	149
3.6.10	<i>Power of Digital Coverage</i>	150
3.6.11	<i>Power of Platform of Community</i>	152



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

3.6.12	Power of Integration.....	154
3.6.13	Keterkaitan Strategi Pemasaran dengan Proyeksi Penjualan	155
3.7	Analisis Pesaing	156
3.8	Analisis SWOT	161
3.8.1	Matriks SWOT.....	163
3.9	Jejaring Usaha.....	165
BAB IV	ANALISIS SUMBER DAYA MANUSIA.....	167
4.1	Analisis Kompetensi Sumber Daya Manusia	167
4.2	Analisis Kebutuhan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia.....	171
4.3	Rencana Pemenuhan Kebutuhan Sumber Daya Manusia	174
4.4	Alur Rekrutmen Sumber Daya Manusia	177
BAB V	PEMANFAATAN TEKNOLOGI	179
5.1	Analisis dan Perencanaan Pemanfaatan Teknologi.....	179
5.1.1	Teknologi Operasional Event.....	180
5.1.2	Teknologi Operasional Perusahaan.....	182
5.1.3	Teknologi Marketing & Komunitas	184
5.2	Tahapan Pengembangan Teknologi	188
BAB VI	ANALISIS DAN RENCANA KEUANGAN	190
6.1	Rencana Kebutuhan Investasi.....	190
6.2	Anggaran Biaya Produk Penjualan.....	191
6.3	Proyeksi Penjualan.....	192
6.4	Proyeksi Arus Kas.....	198
6.5	Neraca Keuangan.....	199
6.6	Prakiraan Laba/Rugi	201
6.7	Prakiraan Perubahan Modal	202
6.8	Analisis Payback Period	204
6.9	Analisis Net Present Value.....	206
6.10	Analisis Internal Rate of Return.....	208
6.11	Analisis Profitability Index	209
6.12	Analisis Return on Investment	211



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB VII ANALISIS DAMPAK DAN RISIKO USAHA	213
7.1 Aspek Hukum	213
7.1.1 Aspek Hukum Pendirian Perusahaan.....	214
7.1.2 Aspek Hukum Ketenagakerjaan	215
7.1.3 Aspek Hukum Perjanjian Kerjasama.....	216
7.1.4 Aspek Hukum Penyelesaian Sengketa	217
7.1.5 Aspek Hukum Merek Dagang.....	218
7.1.6 Regulasi Platform Digital dan Perlindungan Data Pribadi	219
7.2 Dampak Terhadap Lingkungan	220
7.2.1 Dampak terhadap Lingkungan Hidup.....	220
7.2.2 Dampak terhadap Lingkungan Sosial dan Budaya	221
7.2.3 Dampak terhadap Lingkungan Ekonomi.....	222
7.3 Analisis Risiko Usaha	223
7.3.1 Risiko Pemasaran.....	223
7.3.2 Risiko Operasional	223
7.3.3 Risiko Keuangan	224
7.3.4 <i>Force Majeure</i>	224
7.3.5 Konflik Internal	224
7.3.6 Reputasi.....	225
7.3.7 Politik	225
7.3.8 Risiko Platform Digital dan Keamanan Siber	225
7.4 Antisipasi Risiko Usaha	226
7.4.1 Antisipasi Risiko Pemasaran.....	226
7.4.2 Antisipasi Risiko Operasional	226
7.4.3 Antisipasi Risiko Keuangan	226
7.4.4 Antisipasi <i>Force Majeure</i>	227
7.4.5 Antisipasi Konflik Internal	227
7.4.6 Antisipasi Reputasi.....	227
7.4.7 Antisipasi Politik	227
7.4.8 Antisipasi Risiko Platform Digital dan Keamanan Siber	228



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR PUSTAKA	229
DAFTAR LAMPIRAN	233





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Logo Perusahaan	7
Gambar II.2 Struktur Organisasi Perusahaan	15
Gambar III.1 Logo Kloverse Market	30
Gambar III.2 Creative Space Booth Package	31
Gambar III.3 Food Haven Booth Package	32
Gambar III.4 Sketsa 3D Panggung	37
Gambar III.5 Layout Kloverse Market Vol.1	38
Gambar III.6 Instagram Kloverse Market	134
Gambar III.7 Flowchart Proses Bisnis Exhibitor	142
Gambar IV.1 Alur Rekrutmen SDM CV DOA Kreasi	178



**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR TABEL

Table II.1 Susunan Pemilik Saham CV DOA Kreasi	20
Table II.2 Jadwal Pra Operasional Perusahaan	21
Table III.1 Spesifikasi Creator Space Booth Package	32
Table III.2 Spesifikasi Food Haven Booth Package	33
Table III.3 Spesifikasi dan Keuntungan Special Booth Activation Package	40
Table III.4 Fitur Utama Platform Kloverse.id	42
Table III.5 Pesaing Kloverse Market	53
Table III.6 Marketshare Event Kompetitor CV DOA Kreasi	58
Table III.7 Marketshare Tenant Kompetitor CV DOA Kreasi	59
Table III.8 Data Usia & Pekerjaan Visitor	63
Table III.9 Data Domisili Visitor	65
Table III.10 Psikografis Visitor	66
Table III.11 Marketshare Pop-Up Market Korea 2022 - 2025	71
Table III.12 Marketshare P-land Market	74
Table III.13 Marketshare OMO Market	76
Table III.14 Marketshare K-Wonderland	79
Table III.15 Frekuensi Event Perusahaan Pesaing	81
Table III.16 Perhitungan Jumlah Exhibitor P-land Market	83
Table III.17 Jumlah Exhibitor OMO Market	85
Table III.18 Jumlah Exhibitor K-Wonderland	87
Table III.19 Proyeksi Jumlah Exhibitor Pesaing 2026 - 2030	89
Table III.20 Marketshare Pop-up Market	99
Table III.21 Mitigasi Risiko Terhadap Bisnis	112
Table III.22 Perkiraan Total Bisnis 2026 - 2030	117
Table III.23 Kalender Kloverse Market 2027	118
Table III.24 Kalender Kloverse Market 2028	119
Table III.25 Kalender Kloverse Market 2029	119
Table III.26 Kalender Kloverse Market 2030	120
Table III.27 Analisis Pesaing	158
Table III.28 Matriks SWOT	163
Table III.29 Jejaring Usaha CV DOA Kreasi	165
Table IV.1 Kompetensi SDM CV DOA Kreasi	168
Table IV.2 Kualifikasi SDM CV DOA Kreasi	173
Table IV.3 Rencana Pemenuhan SDM CV DOA Kreasi	175
Table V.1 Kebutuhan Perangkat Keras CV DOA Kreasi	185
Table V.2 Tabel Kebutuhan Perangkat Lunak	187
Table V.3 Tabel Tahapan Pengembangan Teknologi	188
Table VI.1 Rencana Investasi	190



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Table VI.2 Anggaran Biaya Produk Penjualan	192
Table VI.3 Proyeksi Penjualan	193
Table VI.4 Proyeksi Arus Kas	199
Table VI.5 Neraca Keuangan	200
Table VI.6 Prakiraan Laba Rugi	201
Table VI.7 Prakiraan Perubahan Modal	203
Table VI.8 Analisis Payback Periode	205
Table VI.9 Analisis Net Present Value (NPV)	207
Table VI.10 Analisis Internal Rate of Return	208
Table VI.11 Analisis Profitability Index	210
Table VI.12 Return Of Investment	211

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR GRAFIK

Grafik III.1 Survei Ketertarikan Calon Visitor	47
Grafik III.2 Frekuensi Kedatangan Visitor ke Event Serupa	48
Grafik III.3 Anggaran Calon Visitor Kloverse Market	48
Grafik III.4 Ketertarikan Calon Visitor Terhadap Kloverse Market	49
Grafik III.5 Usia & Pekerjaan Visitor	64
Grafik III.6 Geografis Visitor	65
Grafik III.7 Psikografis Visitor	66
Grafik III.8 Trend Market Share 2022 - 2025	71
Grafik III.9 Jenis Event Yang Pernah Diikuti Calon Tenant	92
Grafik III.10 Marketshare Exhibitor & Event 2026 – 2030	99
Grafik III.11 Marketshare Event & Exhibitor 2027	100
Grafik III.12 Marketshare Event & Exhibitor 2028	101
Grafik III.13 Marketshare Event & Exhibitor 2029	102
Grafik III.14 Marketshare Event & Exhibitor 2030	104
Grafik III.15 Trend Market 2026 – 2030	121

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Akta Pendirian Perusahaan	233
Lampiran 2 NIB (Nomor Induk Berusaha)	249
Lampiran 3 Surat Izin Usaha	251
Lampiran 4 NPWP	253
Lampiran 5 Sertifikat Merek / HKI	254
Lampiran 6 Company Profile	255
Lampiran 7 Roadmap Pengembangan Bisnis	262
Lampiran 8 Mockup Product	263
Lampiran 9 Prototype Website	264
Lampiran 10 Blueprint Website	266
Lampiran 11 User Flow / Alur Pengguna Kloverse.id	267
Lampiran 12 Layout Office & Event	268
Lampiran 13 DECK KLOVERSE MARKET	271
Lampiran 14 Instagram KLOVERSE MARKET	277
Lampiran 15 Tiktok Kloverse Market	278
Lampiran 16 LinkedIn CV DOA Kreasi	279
Lampiran 17 Bukti Kuisioner Tenant	280
Lampiran 18 Bukti Kuisioner Pengunjung	281
Lampiran 19 SPK Exhibitor / Tenant Agreement	282
Lampiran 20 SPK Pekerja Kontrak	285
Lampiran 21 SPK Vendor	288
Lampiran 22 SPK Media Partner / Sponsor	291
Lampiran 23 RAB KLOVERSE Market	293
Lampiran 24 Harga Jual & Break Even Point (BEP)	316
Lampiran 25 Proyeksi Penjualan KLOVERSE MARKET	319
Lampiran 26 RAB Platform Website	322
Lampiran 27 Proyeksi Arus Kas	323
Lampiran 28 Neraca Lajur	330
Lampiran 29 Laporan Perubahan Modal	338
Lampiran 30 Beban Gaji	339
Lampiran 31 Beban Peralatan	341
Lampiran 32 Beban Perlengkapan	343
Lampiran 33 Beban Operasional Kantor	344
Lampiran 34 RAB Special Booth Activation Package	345



Hak Cipta:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB I

RINGKASAN EKSEKUTIF

CV DOA Kreasi merupakan perusahaan startup kreatif berbasis di Tangerang Selatan yang bergerak di bidang penyelenggaraan event bertema budaya populer melalui integrasi industri MICE (Meetings, Incentives, Conferences, and Exhibitions) dan platform digital. Perusahaan berbentuk Persekutuan Komanditer (CV) ini direncanakan mulai beroperasi pada November 2026 dengan visi membangun ekosistem Korean Culture yang berkelanjutan melalui sinergi antara pengalaman luring (*offline*) dan layanan digital. Operasional perusahaan didukung oleh struktur organisasi yang ramping dengan pendekatan *flat structure*, sehingga mampu meningkatkan kecepatan pengambilan keputusan, kolaborasi tim, dan efisiensi pada fase awal pengembangan usaha.

Peluang bisnis CV DOA Kreasi didorong oleh pertumbuhan industri ekonomi kreatif serta meningkatnya minat masyarakat Indonesia terhadap *Korean Wave* (Hallyu). Meskipun penyelenggaraan event bertema Korea terus berkembang, sebagian besar masih berfokus pada pelaksanaan event sebagai kegiatan sesaat tanpa membangun hubungan jangka panjang dengan pengunjung, komunitas, maupun tenant. Akibatnya, interaksi komunitas belum berkelanjutan, promosi tenant terbatas pada hari pelaksanaan event, serta data pengunjung belum dimanfaatkan secara optimal sebagai dasar pengembangan bisnis.

Sebagai solusi atas kondisi tersebut, CV DOA Kreasi menghadirkan KLOVERSE MARKET, sebuah ekosistem *Online-to-Offline (O2O)* yang mengintegrasikan tiga pilar utama, yaitu *Experience*, *Content*, dan *Community*. Selain menghadirkan festival budaya Korea yang mempertemukan pengunjung, tenant, komunitas, dan pelaku industri kreatif, perusahaan juga mengembangkan Kloverse.id sebagai pusat ekosistem digital. Platform ini menyediakan informasi event, registrasi dan penjualan tiket secara



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

daring, promosi tenant melalui *featured tenant* dan direktori exhibitor, berita seputar *Korean Culture*, forum komunitas, fitur polling untuk meningkatkan partisipasi pengguna, serta pengelolaan basis data pengunjung dan exhibitor. Integrasi tersebut memungkinkan hubungan dengan pelanggan tetap terjaga sebelum, selama, dan setelah penyelenggaraan event.

Keunggulan kompetitif KLOVERSE MARKET dibangun melalui pengembangan komunitas yang berkelanjutan, kurasi tenant yang sesuai dengan karakter pasar, serta pemanfaatan platform digital sebagai media promosi dan interaksi sepanjang tahun. Pendekatan ini menghasilkan *network effect* yang memperkuat nilai ekosistem, meningkatkan loyalitas pelanggan melalui *customer switching cost*, serta memberikan eksposur yang lebih panjang bagi tenant dibandingkan penyelenggara event konvensional.

Target pasar perusahaan berfokus pada Generasi Z dan Milenial yang memiliki ketertarikan terhadap budaya Korea, serta pelaku UMKM, kreator lokal, dan komunitas yang relevan. Hasil validasi pasar menunjukkan bahwa 79,4% responden menyatakan tertarik atau sangat tertarik menghadiri KLOVERSE MARKET. Dari sisi exhibitor, survei menunjukkan tingkat ketertarikan bergabung sebesar 4,2 dari skala 5, dengan proyeksi kebutuhan tenant yang meningkat secara bertahap seiring pertumbuhan penyelenggaraan event.

Model bisnis perusahaan menerapkan diversifikasi pendapatan yang berasal dari penyewaan Creator Space Booth Package bagi tenant non-kuliner, Food Haven Booth Package bagi tenant kuliner, Special Booth Activation Package sebagai layanan promosi premium, penjualan tiket pengunjung, serta pengembangan monetisasi platform digital pada tahap pertumbuhan berikutnya. Strategi ini dirancang untuk menciptakan sumber pendapatan yang saling mendukung dan mengurangi ketergantungan pada satu jenis layanan.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Pada tahap awal, perusahaan menerapkan konsep *lean operation* dengan memanfaatkan tenaga *freelance* dan *volunteer* berbasis proyek agar biaya operasional tetap efisien. Event perdana direncanakan diselenggarakan di Chillax Sudirman sebagai langkah awal membangun reputasi merek sebelum memasuki fase ekspansi melalui peningkatan kapasitas venue, frekuensi penyelenggaraan, serta penguatan sumber daya manusia. Operasional perusahaan juga didukung oleh sistem registrasi digital, *QR attendance*, pembayaran berbasis QRIS, perangkat kolaborasi internal, serta Kloverse.id sebagai pusat pengelolaan informasi dan aktivitas digital perusahaan.

Rencana keuangan disusun menggunakan skenario moderat dengan kebutuhan modal awal sebesar Rp350.000.000 yang berasal dari penyertaan modal empat pendiri. Dengan asumsi pertumbuhan bisnis yang bertahap, pendapatan kotor diproyeksikan meningkat dari Rp857.466.000 pada tahun 2027 menjadi Rp11.982.964.000 pada tahun 2030. Analisis kelayakan menunjukkan hasil yang layak, dengan Payback Period selama 2 tahun 7 bulan 2 hari, Net Present Value (NPV) sebesar Rp1.579.440.990 pada tingkat diskonto 5,5%, *Internal Rate of Return* (IRR) sebesar 61,53%, serta *Profitability Index* (PI) sebesar 5,51.

Untuk menjaga keberlanjutan usaha, perusahaan menerapkan strategi mitigasi risiko melalui sistem daftar tunggu tenant, pendekatan *direct selling*, diversifikasi promosi digital, serta pengendalian biaya operasional apabila realisasi penjualan berada di bawah target. Melalui strategi tersebut, CV DOA Kreasi menargetkan KLOVERSE MARKET berkembang menjadi ekosistem Korean Culture yang terintegrasi, berkelanjutan, dan mampu memberikan nilai ekonomi bagi perusahaan sekaligus nilai sosial bagi komunitas, tenant, dan seluruh pemangku kepentingan.



Hak Cipta:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR PUSTAKA

- Arriyuka, O. V., & Yumitro, G. (2024). *K-pop and consumerism culture: A bibliometric analysis review*. *Ganaya*.
<https://doi.org/10.37329/ganaya.v7i4.3387>
- Badan Pusat Statistik. (2021). *Usia muda dominasi penduduk Indonesia*. Indonesia Baik. <https://indonesiabaik.id/index.php/infografis/usia-muda-dominasi-penduduk-indonesia>
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120. <https://doi.org/10.1177/014920639101700108>
- Bollmer, G., & Tillerson, B. (2025). Platform fandom: Weverse and the technological domestication of fan community. *Social Media + Society*, 11(1).
<https://doi.org/10.1177/20563051251326689>
- GMI Research. (2025). *Indonesia cosmetic market size, share & forecast report 2032*.
<https://www.gmiresearch.com/report/indonesia-cosmetic-market/>
- Indonesia. (1847). *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (Burgerlijk Wetboek voor Indonesië)*.
- Indonesia. (1848). *Kitab Undang-Undang Hukum Dagang (KUHD)*.
- Indonesia. (1970). *Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1970 tentang Keselamatan Kerja*. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1970 Nomor 1.
- Indonesia. (1999). *Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa*. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 138.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Indonesia. (2000). *Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang*. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2000 Nomor 242.

Indonesia. (2003). *Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan*. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2003 Nomor 39.

Indonesia. (2014). *Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta*. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 266.

Indonesia. (2016). *Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis*. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2016 Nomor 252.

Indonesia. (2018). *Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2018 tentang Pendaftaran Persekutuan Komanditer, Persekutuan Firma, dan Persekutuan Perdata*. Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2018 Nomor 998.

Indonesia. (2019). *Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik*. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 185.

Indonesia. (2020). *Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 2020 tentang Penyelenggara Sistem Elektronik Lingkup Privat*. Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2020 Nomor 261.

Indonesia. (2021a). *Peraturan Pemerintah Nomor 5 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Perizinan Berusaha Berbasis Risiko*. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2021 Nomor 15.

Indonesia. (2021b). *Peraturan Pemerintah Nomor 35 Tahun 2021 tentang Perjanjian Kerja Waktu Tertentu, Alih Daya, Waktu Kerja dan Waktu Istirahat, dan*



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Pemutusan Hubungan Kerja. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2021 Nomor 45.

Indonesia. (2022). *Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Pelindungan Data Pribadi*. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 196.

Indonesia. (2023). *Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang*. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2023 Nomor 41.

Korea Foundation. (2024). *Analysis of the global status of the Korean Wave and future strategies*. *KF Newsletter* (March/April 2024).
<https://kf.or.kr/kfNewsletter/mgzinSubViewPage.do?mgzinSubSn=27283&langTy=ENG>

Korean Foundation for International Cultural Exchange. (2026). *2026 Overseas Hallyu Survey (2025 data)*. <https://www.kofice.or.kr/eng/conts/view.do?mnucd=315>

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for humanity*. Wiley.

Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing management* (16th Global ed.). Pearson.

Kumar, V., & Reinartz, W. (2018). *Customer relationship management: Concept, strategy, and tools* (3rd ed.). Springer.

Lovelock, C., & Wirtz, J. (2022). *Services marketing: People, technology, strategy* (9th ed.). World Scientific.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Ministry of Culture, Sports and Tourism. (2024). *Global Hallyu Survey reveals growing popularity of Korean culture worldwide.*

<https://www.mcst.go.kr/english/policy/pressView.jsp?pSeq=511>

Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1999). *The experience economy: Work is theatre and every business a stage.* Harvard Business School Press.

Pragiyasti, Y. R., & Kusuma, A. S. (2025). *Analisis fluktuasi partisipasi penggemar K-pop melalui platform digital: Studi kasus penggunaan aplikasi Weverse.*

Rialti, R., Zollo, L., Kim, K., & Yoon, S. (2024). *Mega-influencers and brand dynamics: Shaping attitudes toward leading and challenger brands through electronic word of mouth.*

Sapitri, S. D., Sujarwo, & Safitri, D. (2025). *Peran merchandise K-pop dalam mendorong aktivitas ekonomi kreatif.*

Schmitt, B. H. (1999). *Experiential marketing: How to get customers to sense, feel, think, act, and relate to your company and brands.* Free Press.

Yoon, K., & Labarta Garcia, C. A. (2024). *Evolving yet contentious transcultural fanscapes: Peruvian fans' accounts of K-pop and its fandoms.*