

BAB VI

SIMPULAN

A. Pendahuluan

Break The Codes merupakan sebuah wahana rekreasi, yaitu sebuah *Escape Room* yang memiliki lima tema permainan yang bisa dipilih. Selain *Escape Room*, *Break The Codes* juga memiliki *photo box* sebagai sarana foto bagi para pemain sebelum ataupun sesudah bermain untuk mengabadikan momen di *Break The Codes*. Dengan berdirinya *Break The Codes* diharapkan dapat membantu industri pariwisata pasca pandemic COVID-19, meningkatkan pertumbuhan ekonomi DKI Jakarta dan membuka lapangan baru bagi masyarakat. *Break The Codes* berkomitmen akan selalu mengikuti protokol CHSE (*Cleanliness, Health, Safety, dan Environment Sustainability*) serta Standar Operasional Prosedur (SOP) dalam menjalankan bisnis. Dalam lima tahun beroperasi, *Break The Codes* akan selalu meningkatkan kualitas permainan dalam hal alur dan properti permainan seiring berjalannya tren.

B. Aspek Pasar dan Pemasaran

Sebagai awal dari studi kelayakan bisnis, dilakukan analisis untuk mengetahui potensi pasar. Maka dari itu, *Break The Codes* mengambil data primer yang diperoleh dari kuesioner yang disebar kepada target pasar dan mendapatkan 192 orang dan telah diolah. Dengan kepariwisataan Indonesia

yang sedang berkembang pesat, *Break The Codes* memiliki pesaing langsung di DKI Jakarta. Namun, *Break The Codes* memiliki efisiensi layanan dan produk disediakan dalam jumlah besar sehingga pendatang baru akan mengalami kesulitan untuk bersaing. Modal yang besar juga dibutuhkan untuk menjalankan usah *Escape Room* sehingga pendatang baru sulit untuk bersaing. *Break the Codes* menggunakan pendekatan *multi-stage segmentation*, serta menggunakan strategi *Focus Through A Differentiation*. *Break The Codes* juga memiliki baur pemasaran (8P). Ruang permainan *Break The Codes* antara lain *Room 121* (Horror dan misteri), *Alive* (Sejarah), *SOS: Save Our Soul* (petualangan), *Keep Quiet* (paska apokaliptik) dan berdasarkan film, yaitu *Stranger Things*. Meskipun diangkat dari film, pengunjung yang tidak menonton film tersebut masih bisa untuk bermain dalam ruangan ini.

C. Aspek Operasional

Break The Codes berdiri disebuah rukan empat lantai di Jl. Kaji, Petojo Utara, Kecamatan Gambir, Jakarta Pusat dikarenakan lokasi tersebut strategis dan sarana fasilitas sekitarnya memadai. Rukan seluas 550m² dengan empat lantai telah di renovasi menjadi tempat yang memadai. Beroperasi dari jam 09:00 – 21:00 setiap hari termasuk hari libur.

D. Aspek Organisasi dan Sumber Daya Manusia

Manajemen *Break The Codes* terbagi menjadi *back office* dan *front office* dengan total 22 karyawan. *Break The Codes* berada di bawah PT. Wisata Bersama Indonesia, yang memiliki dua pemegang saham yaitu Vidella Thalia sebagai komisaris dan Joanna sebagai direktur yang masing – masing memiliki 50% saham. *Break The Codes* mengikuti peraturan undang – undang terkait gaji, cuti, tunjangan hari raya, asuransi BPJS serta jam kerja, dan juga memenuhi persyaratan yang berlaku mengenai surat – surat legalitas.

E. Aspek Keuangan

Break The Codes memiliki perkiraan biaya investasi sebesar Rp1.706.427.145,- dengan rincian dana 41,02% atau Rp700.000.000,- berasal dari modal pemilik, dan 58,98% atau Rp1.006.427.145,- berasal dari pinjaman bank. Perkiraan modal akan kembali pada periode 5 tahun, 9 bulan dan 12 hari. IRR *Break The Codes* sebesar 28%, NPV sebesar Rp8.847.504.211,- PI sebesar 14, sehingga berdasarkan data – data tersebut bahwa *Break The Codes* layak dijalankan sebagai usaha yang menguntungkan.