



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 II

LATAR BELAKANG PERUSAHAAN

Sports tourism atau wisata olahraga adalah wisata yang dikombinasikan dengan olahraga. Berdasarkan data yang diperoleh dari *Future Market Insights*, pasar wisata olahraga (*sports tourism*) global menunjukkan pertumbuhan yang sangat pesat. Pada tahun 2024, nilai pasar *sports tourism* diperkirakan mencapai \$838,88 miliar. Pada tahun 2025, nilai ini diperkirakan meningkat menjadi \$991,57 miliar. Kemudian, nilai ekonomi *sports tourism* diperkirakan mencapai lebih dari \$800 miliar pada 2030 (*Market Research Future, 2025*).

Tren ini juga mencakup Indonesia, saat ini *sports tourism* merupakan salah satu pendorong utama dalam peningkatan industri pariwisata Indonesia. Sektor ini semakin berkembang dan diakui sebagai bagian strategis dalam perekonomian nasional. Hal tersebut dibuktikan dengan adanya potensi kontribusi *sports tourism* terhadap ekonomi Indonesia diperkirakan mencapai Rp18,79 triliun pada tahun 2024 (*Tempo.co, 2024*).

Kesuksesan berbagai *sports event* seperti Ironman 70.3 Lombok, Bali Marathon, Jakarta Marathon, Sungailiat Bangka Belitung Triathlon, Trail Tour de Singkarak, MotoGP Mandalika dan lainnya, membuktikan bahwa industri olahraga memiliki potensi besar bagi perekonomian Indonesia. Hal tersebut juga menunjukkan tingginya minat terhadap sektor *sports tourism*, dimana semakin banyak masyarakat yang tertarik pada olahraga endurance seperti triathlon, lari, dan bersepeda. Penyelenggaraan *sports event* ini memberikan dampak yang signifikan, mulai dari peningkatan ekonomi lokal, promosi destinasi wisata, perbaikan infrastruktur, hingga peningkatan daya tarik wisata yang mampu mendorong kedatangan wisatawan baik domestik maupun mancanegara.

Menurut Olympic Council of Asia, Indonesia telah dikenal sebagai salah satu negara dengan basis penggemar olahraga terbesar di dunia. Bahkan, di tengah pandemi, pertumbuhan ekonomi Indonesia mencapai 5,31%, hal ini menunjukkan



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

bahwa sektor ini dapat memperkuat posisi Indonesia sebagai kekuatan olahraga di kawasan Asia. Triathlon telah menjadi salah satu cabang olahraga yang paling banyak diminati oleh masyarakat Indonesia. *Event* triathlon seperti Ironman 70.3 Bintan telah menarik ratusan partisipan dari dalam dan luar negeri. Sebagai contoh, Ironman 70.3 Bintan pada 2023 berhasil menarik 2.000 partisipan dari 48 negara. Hal ini menunjukkan bahwa Indonesia memiliki daya tarik besar bagi para atlet dan wisatawan yang ingin mengikuti *event* triathlon bertaraf internasional.

Triathlon adalah salah satu cabang olahraga yang semakin diminati di Indonesia. Dengan memadukan tiga olahraga (renang, sepeda, dan lari), triathlon menawarkan tantangan fisik yang tinggi, dan sering kali menjadi pilihan bagi atlet maupun pelaku *sports tourism*. *Event* triathlon seperti Ironman Series yang sukses diselenggarakan di Bintan dan Lombok membuktikan bahwa Indonesia memiliki daya tarik besar untuk penyelenggaraan *event* olahraga internasional, dan dapat mendatangkan banyak wisatawan berkualitas.

Dengan meningkatnya minat terhadap olahraga endurance seperti triathlon, serta pertumbuhan pesat pasar wisata olahraga (*sports tourism*) global yang diproyeksikan mencapai \$800 miliar pada 2030, Indonesia memiliki peluang besar untuk mengambil peran penting dalam industri ini. Salah satu keunggulan strategis Indonesia terletak pada keberadaan lima Destinasi Super Prioritas (DSP), yang telah dipilih dan dikembangkan secara khusus oleh pemerintah sebagai motor utama pertumbuhan pariwisata nasional.

Kelima DSP tersebut adalah Danau Toba (Sumatera Utara), Borobudur (Jawa Tengah), Mandalika (Nusa Tenggara Barat), Labuan Bajo (Nusa Tenggara Timur), dan Likupang (Sulawesi Utara). Setiap destinasi memiliki keunikan alam, budaya, dan daya tarik visual yang sangat cocok untuk menjadi tuan rumah penyelenggaraan *event* olahraga berskala nasional maupun internasional seperti triathlon.

Sebagai indikator awal kesiapan destinasi, jumlah kunjungan wisatawan ke lima Destinasi Super Prioritas (DSP) menunjukkan tren yang sangat positif. Data kunjungan berikut mencerminkan daya tarik masing-masing lokasi serta potensi

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



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

yang besar untuk dijadikan tuan rumah *event sports tourism*, termasuk triathlon. Adanya peningkatan angka wisatawan juga memperlihatkan bahwa setiap DSP telah berhasil menarik minat baik dari wisatawan domestik maupun mancanegara, khususnya saat diselenggarakan *event* berskala besar. Berikut adalah Tabel 2.1 mengenai angka kunjungan wisatawan mancanegara dan domestik ke Destinasi Super Prioritas (DSP) tahun 2020-2024.

Tabel 2. 1 Angka Kunjungan Wisatawan ke Destinasi Super Prioritas (DSP) Tahun 2020-2024

Destinasi	2020	2021	2022	2023	2024
Danau Toba	217.178	860.892	1.031.594	2.076.474	7.258.988
Borobudur	997.250	863.857	2.593.175	3.342.341	3.640.199
Mandalika	377.684	338.299	483.022	1.019.617	1.490.740
Labuan Bajo	51.600	60.439	170.352	423.847	743.909
Likupang	24.550	14.895	25.863	63.382	71.794

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2025

Melihat tren kunjungan wisatawan yang meningkat secara signifikan dari tahun ke tahun di seluruh Destinasi Super Prioritas (DSP), terlihat jelas bahwa minat masyarakat terhadap pariwisata domestik maupun internasional terus tumbuh, bahkan setelah masa pandemi. Pertumbuhan ini tidak lepas dari keberhasilan pemerintah dalam meningkatkan kualitas infrastruktur, memperkuat promosi, serta mendukung penyelenggaraan berbagai *event* nasional dan internasional yang menjadi daya tarik utama di tiap DSP.

Perkembangan ini memberikan potensi bahwa DSP telah siap menjadi lokasi penyelenggaraan berbagai jenis *event* pariwisata tematik, termasuk *event* olahraga. Salah satu bentuk *sports tourism* yang sedang naik daun secara global dan mulai diminati di Indonesia adalah triathlon yang menggabungkan olahraga renang, sepeda, dan lari dalam satu kompetisi. Dengan daya tarik alam, keunikan geografis, dan kekuatan budaya lokal masing-masing destinasi, pelaksanaan yang diselenggarakan di Destinasi Super Prioritas (DSP) merupakan peluang strategis.



© 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

Selain menjadi ajang kompetisi bergengsi, triathlon juga dikenal dapat menarik segmen wisatawan aktif yang memiliki pengeluaran tinggi (*high spending tourists*) dan cenderung melakukan perjalanan dalam kelompok atau komunitas, sehingga tidak hanya dapat memperpanjang masa tinggal wisatawan dan meningkatkan belanja mereka, tetapi juga untuk menciptakan *branding* destinasi yang lebih kuat melalui eksposur media, keterlibatan komunitas, dan potensi partisipasi dari partisipan internasional.

Pemerintah Indonesia melalui Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, aktif mendukung pengembangan *sports tourism*, termasuk olahraga triathlon sebagai upaya untuk meningkatkan jumlah wisatawan mancanegara dan mendukung pertumbuhan ekonomi lokal (*Netral News*, 2024). Pada saat ini, tren gaya hidup sehat dan komunitas olahraga yang semakin berkembang di Indonesia, seperti komunitas lari, sepeda, dan triathlon membuktikan adanya permintaan yang nyata terhadap penyelenggaraan kompetisi yang profesional dan konsisten. Banyaknya penyelenggaraan *sports event* triathlon di Indonesia disambut baik dengan antusiasme tinggi oleh masyarakat, atlet, dan penggiat olahraga di Indonesia. Hal ini menunjukkan adanya potensi yang kuat dalam penyelenggaraan *event* tersebut. Berikut adalah Tabel 2.2 mengenai pelaksanaan *event* triathlon di Indonesia pada tahun 2022-2024.

Tabel 2. 2 Event Triathlon di Indonesia 2022-2024

No	Tahun	Jumlah Event	Jumlah partisipan
1.	2022	12 <i>event</i>	2.570 Partisipan
2.	2023	16 <i>event</i>	2.836 Partisipan
3.	2024	18 <i>event</i>	5.047 Partisipan
Total			10.453 Partisipan

Sumber: Data diolah CV Nextgen Creativa Tara, 2025

Adanya beberapa penyelenggaraan *event* triathlon di Indonesia, tentunya menarik antusias bagi para penggemar olahraga. Dari Tabel tersebut dapat dilihat bahwa *event* triathlon ini semakin sering diselenggarakan di Indonesia dari tahun ke tahun dan dapat memberikan dampak ekonomi dan sosial yang signifikan, khususnya bagi



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

daerah penyelenggara. Secara ekonomi, kehadiran partisipan dari berbagai daerah bahkan mancanegara berdampak langsung pada peningkatan okupansi hotel, konsumsi kuliner lokal, penggunaan transportasi, serta mendorong tumbuhnya sektor UMKM. Dari sisi sosial, *event* ini berkontribusi dalam meningkatkan kesadaran akan gaya hidup sehat, mempererat kolaborasi komunitas, serta membangun citra positif destinasi melalui eksposur media dan pengalaman partisipan. Dengan berbagai dampak tersebut, penyelenggaraan triathlon terbukti menjadi strategi efektif dalam mendorong pariwisata berkelanjutan sekaligus memperkuat ekonomi lokal.

Setiap *event* yang telah diselenggarakan tentunya memiliki jenis kelas yang berbeda-beda sehingga lokasi pelaksanaan menjadi faktor utama yang harus diperhatikan dalam penyelenggaraan *sports event* ini untuk menyesuaikan jenis kelas triathlon itu sendiri. Selain itu, penggunaan teknologi terkini seperti *Virtual Reality* (VR) dapat menjadi nilai tambah yang menarik bagi partisipan dan pengunjung. VR bisa digunakan untuk simulasi rute triathlon, memungkinkan partisipan untuk memahami kondisi trek area *race* sebelum *event* berlangsung.

Penggunaan VR dalam *event* ini akan semakin memperkaya pengalaman bagi semua pihak, baik yang berkompetisi maupun yang menonton, serta meningkatkan popularitas beberapa Destinasi Super Prioritas seperti Mandalika, Borobudur, dan Danau Toba sebagai pusat *sports tourism* di Indonesia. Hal ini akan membuka peluang baru untuk menarik wisatawan domestik dan mancanegara, serta menciptakan dampak positif bagi perekonomian lokal. Lahirnya generasi teknologi 4.0 dan *society* 5.0 memunculkan banyaknya inovasi baru seperti *Virtual Reality* (VR), *Augmented Reality* (AR), *Artificial Intelligence* (AI), serta *digital ticketing systems* memiliki banyak manfaat bagi industri pariwisata. Penggunaan teknologi tersebut dapat membantu pemasaran destinasi, menciptakan keterlibatan wisatawan secara interaktif, serta memperluas jangkauan promosi acara olahraga ke pasar global.

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



© 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

Melihat tingginya peminat olahraga triathlon, potensi destinasi, minat pasar, serta dukungan dari pemerintah dan komunitas olahraga, bisnis penyelenggaraan *sports event* triathlon ini menjadi peluang yang layak dijalankan dan memiliki prospek yang baik untuk jangka panjang. Saat ini, meskipun Indonesia memiliki potensi besar, masih ada kesenjangan dalam penyelenggaraan *event* triathlon yang terintegrasi secara berkelanjutan. Kebanyakan *event* triathlon di Indonesia masih berskala kecil dan tidak memiliki kontinuitas tahunan yang terencana dengan baik.

Berdasarkan hal tersebut, maka CV Nextgen Creativa Tara mendirikan usaha jasa penyelenggaraan *sports event* Nusantara Triathlon Series, yang akan menarik lebih banyak atlet internasional, memperkenalkan destinasi wisata secara luas, serta mengintegrasikan pariwisata dengan olahraga secara lebih profesional dan terstruktur dengan inovasi penggunaan teknologi seperti *AI-powered interactive guides*, *AR/VR simulations*, serta sistem tiket digital yang bertujuan untuk memberikan pengalaman wisata yang lebih interaktif, aman, dan nyaman bagi partisipan. Dengan adanya inovasi baru yang dibawa oleh CV Nextgen Creativa Tara, maka hal ini akan mendukung pertumbuhan ekonomi lokal, serta memastikan keberlanjutan industri pariwisata melalui pendekatan berbasis teknologi.

2.1 Data Perusahaan

Suatu perusahaan diharuskan memiliki gambaran berupa data yang dapat dijadikan informasi sebagai profil perusahaan. Berikut adalah data perusahaan CV Nextgen Creativa Tara yang disajikan pada Tabel 2.3 sebagai berikut.

Tabel 2. 3 Data Perusahaan

Nama Perusahaan	CV NEXTGEN CREATIVA TARA
Bidang Usaha	<i>Sports Event Organizer</i>
Jenis Jasa	Penyelenggara kegiatan <i>sports event</i>
Alamat Perusahaan	Infiniti Office Gedung Bursa Efek Indonesia, Jl. Jend. Sudirman Kav 52-53, Kel. Senayan, Kec. Kebayoran Baru, Jakarta Selatan, 12190



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

Nomor Telepon/Fax	021 1030406
Bank Perusahaan	BCA (Bank Central Asia)
Bentuk Badan Hukum	CV (<i>Commanditaire Vennootschap</i>)
Nomor Akta Pendirian	42/AKTA-PER/CV-NCT/VI/2025
NPWP	31.456.789.1-903.000
Rencana Berdiri	2025

Sumber: Data diolah CV Nextgen Creativa Tara, 2025

2.1.1 Logo Perusahaan dan Filosofi

Logo bagi sebuah perusahaan merupakan suatu bentuk gambar atau sekedar sketsa dengan arti tertentu, dan mewakili suatu arti dari perusahaan yang dianggap membutuhkan hal yang singkat dan mudah diingat sebagai pengganti dari nama sebenarnya. Berikut merupakan logo perusahaan dan filosofi dari CV Nextgen Creativa Tara.

Gambar 2. 1 Logo CV Nextgen Creativa Tara



Sumber: Data diolah CV Nextgen Creativa Tara, 2025

Logo ini secara keseluruhan menyampaikan pesan bahwa entitas yang diwakili memiliki komitmen untuk terus berinovasi dengan kreativitas tanpa batas, namun tetap berlandaskan profesionalisme dan stabilitas. Kombinasi ikon yang abstrak dan dinamis dengan tipografi yang kuat serta palet warna yang modern, menciptakan identitas visual yang futuristik dan progresif.



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

CV Nextgen Creativa Tara mengkomunikasikan pesan tentang generasi baru yang kreatif, inovatif, dan berpikiran maju terhadap perkembangan teknologi, dengan pendekatan profesional dalam setiap karyanya. Desainnya yang modern dan dinamis memperkuat identitas sebagai entitas yang berorientasi pada masa depan.

2.1.2 Deskripsi Logo

Sebagai identitas perusahaan setiap bagian dari logo CV Nextgen Crativa Tara memiliki deskripsi sebagai berikut:

- a. Ikon Logo di sebelah kiri terdiri dari bentuk-bentuk melengkung dan elemen geometris yang saling terkait. Bentuk-bentuk ini terlihat seperti gabungan dari inisial nama perusahaan yaitu merupakan singkatan dari nama perusahaan CV Nextgen Creativa Tara yang disingkat menjadi “NCT”, singkatan nama tersebut diharapkan menjadi iconic dan memudahkan pengingat bagi klien terhadap perusahaan.
- b. Di bagian atas ikon terdapat elemen yang menyerupai tanda *infinity* (∞). Simbol ini mengisyaratkan kreativitas tanpa batas dan kesinambungan inovasi, menekankan bahwa ide-ide yang dihasilkan tidak memiliki batasan. Serta lengkungan “C” pada bagian bawah logo memiliki gambaran terhadap gelombang teknologi yang memberikan kesan dinamis dan fluid, menggambarkan aliran ide yang terus berkembang serta kolaborasi yang erat.
- c. Kolaborasi antara warna abu-abu dan *turquoise* (biru toska) melambangkan memberikan kesan profesionalisme, stabilitas, dan modernitas. Warna ini menyeimbangkan energi kreatif dari turquoise dengan pondasi yang kokoh dan melambangkan kreativitas, inovasi, dan semangat baru, serta mencerminkan

keseimbangan antara logika dan emosi, menunjang nuansa futuristik dan visioner.

- d. Tipografi menampilkan huruf-huruf dengan gaya yang tebal dan modern, mencerminkan semangat muda dan energi inovatif, Variasi ukuran dan gaya huruf, terutama pada kata yang mendapatkan sorotan (“NEXTGEN” “CREATIVA” “TARA”), memperkuat identitas merek dan menciptakan kesan yang kuat serta mudah diingat.

2.1.3 Corporate Culture Perusahaan

CV Nextgen Creativa Tara mempunyai visi dan misi perusahaan yang menjadi acuan serta pedoman perusahaan untuk menjaga kestabilan dalam menjalankan usaha. Berikut merupakan visi dan misi CV Nextgen Creativa Tara.

a. Visi

Menjadi penyelenggara *sports event* berbasis teknologi industri 5.0 terdepan di Indonesia untuk mewujudkan gaya hidup ramah lingkungan dengan menerapkan *eco event*.

b. Misi

1. Mengintegrasikan teknologi AI, VR, IoT, dan blockchain dalam setiap aspek *sports tourism* untuk menciptakan pengalaman interaktif dan terukur.
2. Menyelenggarakan *sports event* berkualitas tinggi dengan standar global yang meningkatkan daya tarik destinasi wisata olahraga di Indonesia.
3. Mengembangkan ekosistem digital yang memungkinkan partisipasi, pelacakan, dan analisis performa partisipan secara *real time* melalui teknologi berbasis data.
4. Membangun kemitraan strategis dengan komunitas olahraga, pemerintah, dan industri teknologi untuk menciptakan inovasi yang berkelanjutan.



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. Mengutamakan keberlanjutan dengan menerapkan prinsip ramah lingkungan dalam operasional *event* dan penggunaan teknologi hijau.
6. Menjadi pusat edukasi dan inovasi bagi pelaku industri yang ingin mengadopsi teknologi dalam *sports tourism*.

Selain adanya visi dan misi sebagai pedoman perusahaan, CV Nextgen Creativa Tara memiliki *corporate culture* yang akan dibangun dan dikembangkan dari lingkungan internal dan eksternal perusahaan untuk mencapai tujuan-tujuan perusahaan. *Corporate culture* ini yang dapat disingkat menjadi N.E.X.T yaitu terdiri dari:

- a. *Navigating* (Menavigasi Perubahan & Inovasi)
Selalu bergerak maju terhadap visi dan misi perusahaan dan memimpin dengan strategis yang adaptif di era perubahan teknologi yang berkembang begitu pesat sehingga menjadi tantangan sebagai perusahaan untuk melakukan perubahan dan inovasi.
- b. *Excellence* (Keunggulan dalam setiap Aspek)
Menciptakan kreativitas untuk fokus pada kualitas dan mengutamakan dalam kepuasan pelanggan dan mitra bisnis.
- c. *Exploration* (Jelajah Ide & Inovasi Baru)
Sikap yang berani untuk mencoba hal baru dan tidak takut akan kegagalan untuk mencapai suatu inovasi baru dan menumbuhkan budaya eksperimentasi pembelajaran berkelanjutan.
- d. *Teamwork* (Kolaborasi untuk sukses bersama)
Menciptakan budaya kerja yang mengutamakan kesuksesan bersama untuk membangun kerjasama tim yang solid, lingkungan kerja yang inklusif dan suportif, serta menjadikan komunikasi sebagai kunci utama keberhasilan dalam tim.



© 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



© 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

2.2 Biodata Pemilik Perusahaan

2.2.1 Pemilik Pertama



Nama	: Leony Patrichia Cornelia Lopulalan
Jabatan	: Direktur Utama
Tempat dan Tanggal Lahir:	Jakarta, 16 Juni 2003
Alamat Rumah	: Jl. Matraman Jaya No.8, Jakarta Pusat, 13120
Nomor Telepon	: 0882 9498 4550
Alamat Email	: Leonipatrichia@gmail.com
Pendidikan Terakhir	: S1 Terapan Program Studi MICE (<i>Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition</i>) Politeknik Negeri Jakarta

2.2.2 Pemilik Kedua





© 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

Nama	: Rosita Ahmad
Jabatan	: Direktur Pemasaran
Tempat dan Tanggal Lahir:	Jakarta, 14 Maret 2002
Alamat Rumah	: Jl. Tirta IIIA No.34, Jakarta Timur, 13460
Nomor Telepon	: 0822 4861 3868
Alamat Email	: Rositaahmad341@gmail.com
Pendidikan Terakhir	: S1 Terapan Program Studi MICE (<i>Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition</i>) Politeknik Negeri Jakarta

2.2.3 Pemilik Ketiga



Nama	: Lisna Herawati
Jabatan	: Direktur Keuangan
Tempat dan Tanggal Lahir:	Subang, 12 April 2002
Alamat Rumah	: Dasana Indah Blok BD No. 14, Kabupaten Tangerang, 15810
Nomor Telepon	: 0856 9402 5980
Alamat Email	: Lisnaherawati124@gmail.com



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 mengumumkkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Pendidikan Terakhir : S1 Terapan Program Studi MICE (*Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition*)
Politeknik Negeri Jakarta

2.3 Struktur Organisasi

Dalam pembentukannya, CV Nextgen Creativa Tara memiliki tiga posisi utama yaitu Direktur Utama, Direktur Pemasaran, dan Direktur Keuangan yang memiliki peran dan tanggung jawab masing-masing. CV Nextgen Creativa Tara menggunakan bentuk organisasi lini yang sangat sederhana dan mudah dipahami, sehingga memungkinkan koordinasi yang efektif antara atasan dan bawahan serta memiliki tanggung jawab yang jelas. Adapun gambaran struktur organisasi tersaji pada Bagan 2.1 sebagai berikut.

Bagan 2. 1 Struktur Organisasi CV Nextgen Creativa Tara



Sumber: Data diolah CV Nextgen Creativa Tara, 2025

2.3.1 Deskripsi Pekerjaan

Berdasarkan struktur organisasi di atas, berikut adalah penjelasan mengenai deskripsi pekerjaan pada setiap posisi:



© 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 satu 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

a. Direktur Utama

Direktur utama memiliki tugas untuk bertanggung jawab atas penetapan kebijakan dan visi misi untuk mencapai tujuan perusahaan secara strategis. Menjadi pemegang tanggung jawab tertinggi dalam sebuah perusahaan, direktur utama harus melakukan pengawasan, perencanaan, dan pengendalian terhadap aktivitas perusahaan sehingga dapat dipastikan bahwa perusahaan dapat berjalan sesuai dengan rencana dan visi misi yang telah ditetapkan.

1. Bertanggung jawab dalam memimpin seluruh aktivitas perusahaan.
2. Membuat keputusan strategis secara terstruktur sesuai dengan visi misi perusahaan untuk menentukan kebijakan perusahaan dan strategi untuk tujuan perusahaan.
3. Melakukan monitoring dan evaluasi atas kinerja karyawan perusahaan.
4. Membangun relasi dan kerja sama yang baik bersama pemangku kepentingan diluar perusahaan.
5. Mengkoordinasikan dan melakukan monitoring hasil kinerja perusahaan dan keuangan secara berkala bersama Direktur Pemasaran dan Direktur Keuangan.
6. Menyusun dan mengevaluasi kebijakan perusahaan secara berkala agar tetap sesuai dengan perkembangan pasar dan kebutuhan internal perusahaan.
7. Mewakili perusahaan dalam hubungan eksternal, termasuk negosiasi dengan mitra bisnis, pemerintah, dan pihak ketiga.
8. Menjaga stabilitas keuangan perusahaan dengan memastikan pengelolaan anggaran yang efektif dan efisien.



© 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

b. Direktur Keuangan

Direktur Keuangan memiliki peran penting dalam memastikan kondisi keuangan selama operasional perusahaan. Tugas utamanya meliputi perencanaan keuangan, pengelolaan anggaran, dan pelaporan keuangan. Berikut adalah tugas dan tanggung jawab direktur keuangan:

1. Bertanggung jawab dalam memimpin dan menganalisis kinerja keuangan perusahaan dalam jangka panjang.
2. Mengelola arus kas dan investasi untuk memastikan stabilitas keuangan perusahaan dengan mengidentifikasi risiko yang ada dan mengelolanya secara efisien.
3. Melakukan penyusunan dan memastikan penggunaan dana sesuai dengan perencanaan dan kebijakan perusahaan.
4. Bertanggung jawab atas laporan keuangan yang akurat dan sesuai dengan standar akuntansi.
5. Memastikan kepatuhan seluruh kegiatan keuangan terhadap regulasi dan perpajakan yang berlaku.

c. Direktur Pemasaran

Direktur Pemasaran memiliki tanggung jawab atas strategi dan operasional pemasaran perusahaan untuk meningkatkan penjualan dan *brand awareness*. Perannya meliputi perencanaan strategi pemasaran, riset pasar, pengelolaan branding, pengembangan produk, serta membangun hubungan dengan pelanggan. Berikut adalah tugas dan tanggung jawab direktur pemasaran:

1. Bertanggung jawab dalam menyusun dan mengimplementasikan strategi pemasaran untuk mencapai target perusahaan.
2. Menganalisis tren pasar dan perilaku konsumen untuk menyesuaikan strategi pemasaran.
3. Menyusun dan mengawasi konten pemasaran melalui berbagai media.



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 satu 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

4. Mengidentifikasi peluang inovasi agar produk lebih kompetitif dengan menggunakan data dan analisis untuk mengoptimalkan strategi pemasaran di masa depan.
5. Melakukan monitoring dan mengevaluasi efektivitas kinerja pemasaran.

2.4 Susunan Pemilik/Pemegang Saham

Kepemilikan modal awal CV Nextgen Creativa Tara disusun atas sumber dana yang terdiri atas Direktur Utama, Direktur Keuangan, dan Direktur Pemasaran. Perusahaan didirikan dengan modal awal sebesar Rp100.000.000 (seratus juta rupiah). Adapun rincian mengenai susunan pemilik modal tersaji pada Tabel 2.4 sebagai berikut.

Tabel 2. 4 Susunan Pemilik Modal CV Nextgen Creativa Tara

Nama	Jabatan	Jumlah Modal	Persentase Modal
Leony Patrichia	Direktur Utama	Rp40.000.000	40%
Rosita Ahmad	Direktur Pemasaran	Rp30.000.000	30%
Lisna Herawati	Direktur Keuangan	Rp30.000.000	30%
Total Modal Awal		Rp100.000.000	100%

Sumber: Data diolah CV Nextgen Creativa Tara, 2025

Dari tabel susunan pemilik modal tersebut, dapat diketahui bahwa modal awal terbesar berasal dari direktur utama dengan persentase sebesar 40%. Sedangkan, sisa modal awal dengan jumlah 60% berasal dari direktur keuangan dan direktur pemasaran yang masing-masing memberikan sebesar 30% dari total modal awal.

2.5 Jadwal Kegiatan Pra-Operasional

CV Nextgen Creativa memulai kegiatannya dengan membuat jadwal kegiatan pra operasional CV Nextgen Creativa Tara terdiri dari 7 (tujuh) tahap yang



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

direncanakan akan dilaksanakan selama 5 bulan 4 minggu mulai dari minggu kedua bulan Maret hingga minggu keempat bulan Agustus. Adapun tujuh poin kegiatan pra operasional perusahaan tersaji pada Tabel 2.5 sebagai berikut.

Tabel 2. 5 Jadwal Kegiatan Pra-Operasional

Kegiatan	Mar				Apr				Mei				Jun				Jul				Agu			
	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Riset Pasar	■	■	■																					
Analisa Pasar					■	■	■	■																
Penyusunan Profil Perusahaan									■	■	■	■												
Penentuan Lokasi Perusahaan													■	■	■	■								
Pengurusan Perizinan Pendirian Perusahaan																	■	■	■	■				
Pemenuhan Kebutuhan Perlengkapan dan Peralatan																					■	■	■	■
Promosi dan Pembuatan Sosial Media Perusahaan																					■	■	■	■

Sumber: Data diolah CV Nextgen Creativa Tara, 2025

2.5.1 Riset Pasar

Riset pasar menjadi tahap pertama yang dilakukan pada kegiatan pra-operasional untuk melakukan pengumpulan data dan informasi mengenai ketertarikan konsumen dan perkembangan tren terhadap *sports tourism* di pasar. Melalui proses riset pasar, perusahaan dapat



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

melihat gambaran pendapat pasar dengan mengkaji permintaan konsumen, mengidentifikasi peluang bisnis di industri *sports tourism*, dan mendapatkan bahan dalam pembentukan strategi pendekatan yang tepat untuk digunakan dalam memasarkan produk ke pasar.

CV Nextgen Creativa Tara akan melakukan dua metode riset, yaitu metode primer dengan mengumpulkan informasi dan data secara langsung dan metode sekunder dengan mendapatkan informasi dan data pendukung melalui sumber-sumber yang sudah ada atau telah diterbitkan. Tahapan ini membutuhkan waktu selama 6 (enam) minggu dimulai pada minggu kedua bulan Maret hingga minggu ketiga bulan April 2025.

2.5.1 Analisa Pasar

Setelah melakukan riset pasar, maka data dan informasi yang didapat akan dilakukan analisa dan diolah oleh CV Nextgen Creativa Tara untuk mengukur potensi keberhasilan dari produk yang akan ditawarkan dalam sebuah pasar sehingga dapat menghasilkan suatu langkah strategi dan peluang yang tepat. Analisis pasar akan dilakukan selama empat minggu mulai dari minggu ketiga bulan Maret hingga minggu kedua bulan April. Perusahaan melakukan analisis terhadap pasar yang relevan dengan produk yang dimiliki, perilaku pasar, menentukan permintaan potensial, dan mengevaluasi persaingan pasar saat ini.

2.5.2 Penyusunan Profil Perusahaan

Setelah melakukan analisis pasar, maka selanjutnya akan dilakukan penyusunan profil perusahaan yang dilakukan selama 3 (tiga) minggu dimulai dari minggu ketiga bulan Mei hingga minggu pertama bulan Juni. Tahap ini menjadi langkah penting dalam membangun identitas bisnis CV Nextgen Creativa Tara sebagai penyedia layanan *sports tourism* berbasis teknologi industri 5.0.



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

Profil perusahaan mencakup visi dan misi yang berorientasi pada inovasi digital, struktur organisasi yang efisien, *corporate culture* yang mendorong kolaborasi teknologi dan olahraga, serta filosofi logo yang mencerminkan *sports tourism* modern.

2.5.3 Penentuan Lokasi Perusahaan

Tahap keempat pada kegiatan pra operasional perusahaan adalah menentukan lokasi perusahaan dengan mempertimbangan beberapa kriteria penting, yaitu lokasi yang strategis, harga sewa tempat terjangkau serta memiliki fasilitas keamanan yang baik. Proses pencarian lokasi kantor berlangsung selama 2 (dua) minggu, yaitu pada minggu pertama dan minggu kedua di bulan Juni.

Berdasarkan analisis kriteria beberapa lokasi selama pencarian, maka kantor pusat yang dipilih berlokasi di Infinity Office Gedung Bursa Efek Indonesia Tower 1, Level 3 Unit 304, SCBD Senayan Jakarta Selatan DKI Jakarta 12190 Indonesia

2.5.4 Pengurusan Perizinan Pendirian Perusahaan

Setelah penentuan nama dan domisili serta penyusunan anggaran dasar perusahaan yang telah dijelaskan sebelumnya sebagai dasar pendirian badan usaha, tahap selanjutnya adalah proses legalitas dan perizinan resmi melalui sistem dan instansi pemerintah yang berwenang selama 4 (empat) minggu. Proses ini mencakup tahapan-tahapan berikut:

1. Penyusunan Akta Pendirian oleh Notaris

Akta pendirian disusun oleh notaris berdasarkan informasi dan struktur usaha yang telah ditetapkan oleh para pendiri. Akta ini menjadi dokumen hukum utama yang menyatakan berdirinya CV Nextgen Creativa Tara dan wajib ditandatangani oleh seluruh pendiri di hadapan notaris.

2. Pengesahan oleh Kementerian Hukum dan HAM (Kemenkumham)



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

Notaris kemudian mengajukan pengesahan badan hukum ke Kemenkumham melalui Sistem Administrasi Badan Hukum (SABH). Setelah disetujui, perusahaan memperoleh Surat Keputusan (SK) pengesahan yang menandai bahwa perusahaan telah sah secara hukum.

3. Pendaftaran NPWP dan NIB melalui OSS

Dengan SK pengesahan dari Kemenkumham, perusahaan mendaftarkan NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak) dan NIB (Nomor Induk Berusaha). Keduanya didaftarkan melalui sistem *Online Single Submission* (OSS) sebagai dasar legalitas operasional dan identitas perusahaan.

4. Pengumuman dalam BNRI

Sebagai pelengkap legalitas, akta pendirian CV Nextgen Creativa Tara juga diumumkan dalam Berita Negara Republik Indonesia (BNRI). Pengumuman ini memastikan status hukum perusahaan dikenal secara publik dan dapat diakses secara resmi oleh berbagai pihak.

5. Dokumen Pendukung untuk Pengurusan OSS

Beberapa berkas yang diunggah dalam proses perizinan melalui OSS meliputi:

- a. Fotokopi KTP dan NPWP pendiri/pengurus
- b. Pas foto berwarna direktur
- c. Fotokopi bukti perjanjian sewa tempat usaha
- d. Denah kantor

2.5.5 Pemenuhan Peralatan dan Perlengkapan

Untuk mendukung operasional kantor, CV Nextgen Creativa Tara melakukan pemenuhan peralatan dan teknologi berbasis industri 5.0 yang dapat meningkatkan efisiensi kerja dan produktivitas tim selama 7 (tujuh) minggu mulai dari minggu keempat bulan Juni sampai minggu kedua bulan Agustus. Aktivitas ini dimulai dengan mendata peralatan



© 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

dan perlengkapan yang diperlukan untuk menunjang aktivitas operasional, seperti peralatan kantor, perlengkapan, serta kebutuhan lainnya.

Peralatan utama yang dipersiapkan meliputi sistem komputer dengan spesifikasi tinggi untuk pengolahan data dan desain, *server cloud* untuk penyimpanan aman, serta *software* berbasis AI untuk analisis data bisnis. Selain itu, perusahaan juga menyediakan sistem komunikasi berbasis cloud, serta infrastruktur teknologi yang mendukung pengelolaan *event* dan operasional digital.

2.5.6 Promosi dan Pembuatan Media Sosial Pemasaran Perusahaan

Tahap terakhir dari kegiatan pra-operasional perusahaan adalah melakukan promosi dan pembuatan media sosial untuk pemasaran. Untuk memperkenalkan CV Nextgen Creativa Tara sebagai perusahaan inovatif di bidang *sports tourism* berbasis teknologi industri 5.0, maka strategi pemasaran digital menjadi fokus utama. Perusahaan mengembangkan website resmi, platform digital untuk *event organizer*, serta kampanye pemasaran di media sosial, seperti Instagram, TikTok, dan LinkedIn.

Selain itu dilakukan kerja sama dengan influencer olahraga, atlet profesional, dan komunitas untuk memperluas jangkauan pemasaran. Perusahaan juga mengadakan *event preview* berbasis VR, yang memungkinkan calon pelanggan dan mitra bisnis untuk merasakan pengalaman digital dari layanan yang ditawarkan.



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

ANALISA PASAR DAN RENCANA PEMASARAN

3.1 Produk/Jasa yang Digunakan

Adapun produk dari CV Nextgen Creativa Tara adalah Nusantara Triathlon Series (NTS), yaitu sebuah *sports event* yang menggabungkan kompetisi triathlon dengan adopsi teknologi digital dalam satu paket pengalaman yang menarik. Kegiatan ini dirancang untuk mendukung pengembangan pariwisata di Indonesia dengan cara diselenggarakan secara bergilir di berbagai Destinasi Super Prioritas (DSP) setiap tahunnya.

Dengan demikian, setiap tahun Nusantara Triathlon Series akan diadakan di DSP yang berbeda-beda, seperti Danau Toba, Borobudur, Mandalika yang memiliki infrastruktur memadai untuk pelaksanaan triathlon di Indonesia sehingga diharapkan dapat memberikan dampak positif terhadap promosi pariwisata, peningkatan kunjungan wisatawan, serta mendorong pertumbuhan ekonomi di daerah tujuan.

Sebagai inti dari produk ini, Nusantara Triathlon Series menghadirkan tantangan fisik melalui tiga cabang olahraga, renang yang dirancang untuk menjadi media transformasi pengalaman olahraga. Selain itu, Nusantara Triathlon Series akan memadukan kompetisi olahraga dengan promosi pariwisata melalui pendekatan *sports tourism*, yang menjadikan kegiatan ini tidak hanya menarik bagi atlet dan komunitas olahraga, tetapi juga wisatawan aktif yang mengutamakan gaya hidup sehat dan petualangan.

CV Nextgen Creativa Tara menawarkan tiga kategori pada produk utama yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan klien dengan berbagai pilihan dan fasilitas produk yang menarik. Adapun kategori pada produk tersebut adalah Basic Xperience, Premium Xperience, dan Team Xperience.

Paket Basic Xperience ditujukan bagi klien yang membutuhkan layanan dasar dengan harga terjangkau namun tetap profesional. Sementara itu, paket



© 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

Premium Xperience menawarkan layanan yang lebih lengkap dan personalisasi tinggi, cocok untuk klien yang membutuhkan perhatian detail dan kualitas lebih tinggi. Adapun Team Xperience merupakan produk unggulan yang mengedepankan kegiatan berbasis kolaborasi dan pembentukan tim, sangat ideal untuk komunitas yang ingin meningkatkan kekompakan dan komunikasi antar anggota tim melalui kegiatan yang interaktif dan menyenangkan.

Untuk menambah *memorable* perjalanan partisipan, CV Nextgen Creativa Tara menghadirkan dua *event* pendukung unggulan sebagai *pre-event* untuk meningkatkan *awareness* dan keterlibatan partisipan yaitu, Xperience Fun Run dan Xperience Fun Ride. Tidak hanya menghadirkan *pre-event* yang dirancang oleh perusahaan, produk pendukung lainnya adalah dengan menghadirkan NTS Dual Coaching Program untuk mempersiapkan Nusantara Triathlon Series.

Adanya produk unggulan ini, diharapkan dapat membangun antusiasme partisipan, memperluas promosi, serta menciptakan pengalaman awal yang menyenangkan. Selain dengan adanya produk pendukung Dengan *positioning* sebagai pelopor penyelenggaraan *sports event*, CV Nextgen Creativa Tara menetapkan standar baru bagi pengalaman wisata berbasis olahraga di Indonesia.

3.1.1 Paket dan Spesifikasi Produk

CV Nextgen Creativa Tara menghadirkan tiga jenis kategori paket layanan pada produk utama yang disesuaikan dengan kebutuhan dan preferensi klien, yaitu Basic Xperience, Premium Xperience, dan Team Xperience. Masing-masing paket memiliki spesifikasi dan cakupan layanan yang berbeda, berikut merupakan rincian produk utama dan pendukung yang ditawarkan oleh perusahaan pada Tabel 3.1.

Tabel 3. 1 Rincian Produk CV Nextgen Creativa Tara

Nama <i>Event</i>	Jenis Paket	Fasilitas	Harga
PRODUK UTAMA			
	Basic Xperience	1. 1 <i>pax race slot</i> 2. <i>Race Pack:</i> - <i>BIB</i> - <i>Jersey Event</i> - <i>Refreshment</i> 3. <i>Medali finisher</i> 4. <i>E-certificate</i>	Rp3.305.000
Nusantara Triathlon Series	Premium Xperience	1. 1 <i>pax race slot</i> 2. <i>Race Pack:</i> - <i>BIB</i> - <i>Jersey Event</i> - <i>Refreshment</i> 3. <i>Medali finisher</i> 4. <i>E-certificate</i> 5. <i>Virtual Reality (VR) Experience Simulation</i> 6. <i>Post-Race Recovery Massage</i> 7. <i>Priority Access</i> 8. <i>Exclusive 1 Day City Tour</i>	Rp4.200.000
	Team Xperience	1. 5 <i>pax race slot</i> 2. <i>Race Pack:</i> - <i>BIB</i> - <i>Jersey Event</i> - <i>Refreshment</i> 3. <i>Medali finisher</i> 4. <i>E-certificate</i>	Rp18.250.000

© 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





© 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

		5. <i>Team Lounge & Priority Access</i> 6. <i>Free Shuttle Service</i>	
<i>Additional Package</i>	Recover Treatment	1. 2 Jam Spa treatment 2. <i>Premium Spa kit</i> - <i>Body & Skin Care Products</i> - <i>Aromatherapy & Relaxation</i>	Rp555.000
	City Tour	1. Wisata Edukatif Tour 2. Desa Wisata Tour 3. Wisata Alam Tour 4. Lunch, 5. Sunset Dinner	Rp310.000
PRODUK PENDUKUNG			
Xperience Fun Run	5K	<i>Race Kit</i> - BIB - Jersey Event - Refreshment	Rp280.000
Xperience Fun Ride	10 KM	<i>Race Kit</i> - BIB - Jersey Event - Refreshment	Rp290.000



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

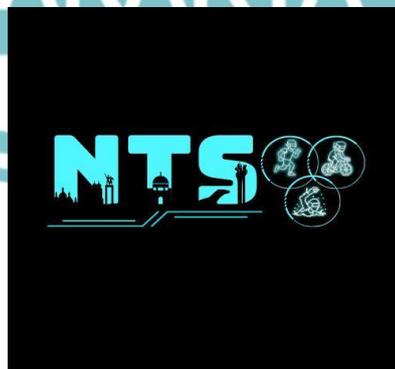
NTS Dual Coaching Program	Class (Regular)	1. 4x Pertemuan 2. Coach 3. File Material 4. Snack Box	Rp370.000
	Private	1. <i>4x Pertemuan</i> 2. <i>Personal Coach</i> 3. <i>File Material</i> 4. <i>Snack Box</i> 5. <i>Lunch</i>	Rp1.370.000

Sumber: Data diolah CV Nextgen Creativa Tara, 2025

3.1.2 Produk Utama

CV Nextgen Creativa memiliki produk utama yang bernama Nusantara Triathlon Series. Pemberian nama ini sesuai dengan konsep yang dikemas oleh perusahaan yaitu Perencanaan Penyelenggaraan event triathlon yang akan diselenggarakan di Destinasi Super Prioritas (DSP) yang meliputi Borobudur, Mandalika, Likupang, Labuan Bajo, dan Danau Toba. Perusahaan juga mengemas event dengan mengkolaborasi kemajuan teknologi 5.0 sehingga dalam penyelenggaraan ini akan ada unsur teknologi di dalamnya. Berikut adalah Logo dari produk utama pada Gambar 3.1

Gambar 3. 1 Logo Nusantara Triathlon Series



Sumber: Data diolah CV Nextgen Creativa Tara, 2025

Nusantara Triathlon Series dibentuk sebagai sebuah produk utama dari CV Nextgen Creativa Tara yang menonjolkan kompetisi



© 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

triathlon berstandar nasional dengan kategori *Sprint Distance*. Kegiatan ini dirancang dan dijalankan oleh CV Nextgen Creativa Tara sebagai respons terhadap kebutuhan pasar akan pengalaman olahraga yang berintegrasi dengan potensi wisata daerah.

Komponen perlombaan mencakup tiga olahraga berkelanjutan yang diantaranya, renang sepanjang 750 m di perairan tenang, bersepeda sejauh 20 km serta lari sejauh 5 km di lintasan wisata yang menghubungkan elemen budaya lokal dan pemandangan menarik.

Format *Sprint Distance* dipilih untuk mengakomodasi segmen partisipan dengan dedikasi tinggi terhadap performa dan tantangan fisik, baik dari kalangan atlet profesional maupun komunitas olahraga aktif. Produk utama pada Nusantara Triathlon Series memiliki 3 paket produk yang ditawarkan di antaranya:

a. Basic Xperience

Basic Xperience ini dibuat sebagai salah satu paket produk utama untuk partisipan yang ingin merasakan pengalaman triathlon dengan fasilitas umum yang sudah mencakup kebutuhan utama selama acara dengan harga terjangkau. Paket ini cocok untuk partisipan yang baru pertama kali mencoba triathlon atau mereka yang ingin mengikuti acara tanpa terlalu banyak komponen tambahan yang mungkin tidak diperlukan. Dengan harga yang lebih terjangkau, paket ini tetap bisa menawarkan pengalaman yang memadai untuk memotivasi partisipan dan memberi mereka rasa pencapaian melalui berbagai fasilitas utama.

Setiap partisipan dalam paket ini akan mendapatkan 1 *race slot* untuk berpartisipasi dalam *event*. Selain itu, partisipan juga akan menerima *Race Pack* yang berisi *BIB Number* sebagai tanda partisipan, *event jersey* yang nyaman untuk digunakan selama lomba, serta akses ke *refreshment* yang tersedia di titik-titik

hidrasi sepanjang jalur lomba dan setelah menyelesaikan *race*. partisipan yang berhasil menyelesaikan lomba akan menerima *medali finisher* sebagai simbol pencapaian mereka, dan mereka juga akan mendapatkan *e-Certificate* yang bisa diunduh sebagai kenang-kenangan dari pengalaman mereka mengikuti acara ini.

b. Premium Xperience

Paket Premium Xperience ini dibuat untuk memberikan fasilitas yang memberikan kenyamanan bagi partisipan yang menginginkan adanya kebutuhan secara eksklusif yang tidak ditawarkan pada Basic Xperience. Paket ini dibuat untuk menarik partisipan yang menginginkan pengalaman yang menyeluruh, termasuk relaksasi pasca-lomba, teknologi terkini, dan kesempatan untuk mengeksplorasi destinasi wisata lokal. Paket ini menawarkan penggabungan antara kompetisi olahraga dan pengalaman menarik sehingga menjadi pilihan utama bagi partisipan yang ingin menikmati acara secara eksklusif.

Setiap partisipan yang memilih paket ini akan mendapatkan seluruh fasilitas di Basic Xperience, yaitu 1 *race slot*, *race pack*, medali, dan *e-certificate*. Namun, yang membedakan dengan Basic Xperience adalah paket ini memiliki fasilitas premium yang di antaranya, *Virtual Reality (VR) Experience Simulation*, yang memungkinkan mereka untuk merasakan simulasi jalur lomba dalam bentuk virtual sebelum acara berlangsung. Setelah lomba, partisipan akan mendapatkan fasilitas *Post-Race Recovery Massage* yang membantu relaksasi dan pemulihan tubuh setelah usaha keras selama kompetisi.

Partisipan juga mendapatkan *Priority Access* yang memungkinkan mereka untuk lebih mudah mengakses area acara, seperti *check-in* dan *start line*, tanpa antrian panjang. Sebagai



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

bagian dari pengalaman eksklusif, partisipan juga akan mengikuti *1 day city tour* di destinasi tersebut setelah *race day* yang memberi kesempatan untuk menjelajahi keindahan beberapa destinasi ikonik dan menarik di daerah tersebut. Dengan menggabungkan pengalaman olahraga, budaya, dan teknologi paket *Premium Experience* akan menciptakan pengalaman yang lebih kaya dan bernilai bagi partisipan.

Dengan harga yang lebih tinggi dibandingkan Basic Xperience, paket *Premium Experience* menawarkan lebih banyak keuntungan bagi partisipan sehingga dapat menjadi pilihan utama bagi partisipan yang menginginkan banyak pengalaman menarik.

c. Team Xperience

Paket Team Xperience dirancang sebagai paket produk yang memberikan fasilitas dalam menunjang kebutuhan tim. Paket ini cocok untuk tim atau komunitas yang ingin berpartisipasi bersama dalam acara triathlon dengan harga yang lebih terjangkau melalui bundling pembelian. Produk ini dirancang untuk memenuhi kebutuhan kelompok yang ingin merasakan keseruan *event* secara kolektif, baik untuk teman-teman, keluarga, maupun komunitas. Paket ini menawarkan fasilitas yang menyesuaikan kebutuhan dan kenyamanan tim selama *event* berlangsung.

Paket Team Xperience dirancang khusus untuk partisipan yang ingin berpartisipasi bersama dengan rekan, komunitas, atau bahkan keluarganya dalam acara triathlon dengan harga lebih hemat melalui pembelian bundling untuk 5 pax *race slot*. Setiap anggota tim akan menerima *Race Pack*, *Medali Finisher*, dan *e-Certificate* yang juga terdapat pada dua paket lainnya. Namun, yang membedakan fasilitas paket ini dengan yang lainnya adalah,



© 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 kritikan atau tinjauan satu 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

paket ini menawarkan kenyamanan ekstra dengan *Team Lounge*, sebuah area khusus bagi tim untuk beristirahat dan berkumpul selama acara. Di dalam *Team Lounge*, tim dapat menikmati suasana santai, snack, dan minuman sehat untuk memulihkan energi setelah lomba. Selain itu, untuk memastikan kenyamanan transportasi, setiap tim mendapatkan *Free Shuttle Service*, yang menyediakan transportasi antar venue atau ke lokasi-lokasi utama di sekitar area acara.

Keunggulan pada paket *Team Experience* memberikan lebih banyak nilai dan kenyamanan untuk peserta ingin berpartisipasi dalam acara triathlon, dengan harga yang lebih hemat dibandingkan jika mendaftar secara individual. Ini memberikan keuntungan bagi partisipan komunitas atau tim yang ingin ikut bersama tanpa harus membayar harga penuh untuk setiap partisipan secara terpisah.

Secara keseluruhan, produk utama CV Nextgen Creativa Tara, yaitu Nusantara Triathlon Series tidak hanya memposisikan diri sebagai ajang kompetisi, melainkan sebagai ruang atau wadah yang menggabungkan ketahanan fisik, eksplorasi emosional, dan pengalaman langsung pada budaya Mandalika. Kurasi rute dan pengalaman partisipan dirancang untuk memberikan dimensi lebih dari sekadar kompetisi, menjadikannya ikon destinasi *sports tourism* yang bernilai tinggi.

Dengan dukungan infrastruktur di Destinasi Super Prioritas dan sistem teknologi pelacakan berbasis AI, Nusantara Triathlon Series menampilkan wajah baru penyelenggaraan lomba triathlon di Indonesia. Integrasi antara olahraga, pariwisata, dan teknologi diposisikan sebagai diferensiasi utama yang memperkaya kualitas



© 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

pengalaman partisipan sekaligus memperluas daya tarik wisata kawasan.

3.1.3 Produk Pendukung

CV Nextgen Creativa membuat dua produk pendukung yang dibentuk sebagai bagian dari Nusantara Triathlon Series dengan tujuan memperluas dimensi pengalaman partisipan sekaligus membuka peluang nilai tambah secara fungsional dan emosional. Meski bukan bagian dari paket utama, kehadiran produk-produk ini mampu menciptakan nuansa partisipasi yang lebih personal, interaktif, dan menyenangkan.

Xperience Fun Race dan Xperience Fun Ride adalah dua produk acara yang diselenggarakan oleh CV Nextgen Creativa Tara untuk mendukung kegiatan utama dalam Nusantara Triathlon Series. Kedua acara ini dirancang untuk memberikan pengalaman seru dan berbeda kepada partisipan, sekaligus menjadi wadah bagi partisipan untuk meningkatkan kemampuan dalam bidang lari dan bersepeda, serta meningkatkan antusiasme dan keterlibatan komunitas.

a. Xperience Fun Run

Xperience Fun Race merupakan *mini event* yang dibuat untuk olahraga lari berjarak 5K yang dirancang untuk memberikan pengalaman menyenangkan bagi partisipan dari berbagai level. Acara ini akan mengambil rute mengelilingi kawasan Monas, tempat yang berada di pusat kota dan strategis sehingga dapat mempermudah aksesibilitas partisipan yang ingin mengikuti *event* ini.

Event ini terbuka untuk umum, memungkinkan partisipan berlari dalam suasana yang menyegarkan dan bertujuan untuk mempromosikan dan memberikan edukasi tentang triathlon, serta membangkitkan antusiasme para olahragawan yang memiliki



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 satu 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

hobi berlari. Adapun spesifikasi dari Xperience Fun Run adalah sebagai berikut.

Harga Tiket:	Rp280.000
Fasilitas :	<i>Race Kit</i> - BIB - Jersey - <i>Refreshment</i>
Hadiah :	Medali + <i>Free</i> Paket Basic Xperience Mandalika Triathlon Xperience untuk 3 <i>finisher</i> pertama.

Adapun untuk rangkaian kegiatan dari *event* Xperience Fun Run tersaji pada Tabel 3.2 berikut ini.

Tabel 3. 2 Detail Rangkaian *Event* Xperience Fun Run

Lokasi Kegiatan: Kawasan Monas, Jakarta Pusat		
Waktu Kegiatan: 05.30 - 09.00 WIB		
Waktu	Kegiatan	Detail
05.30 - 06.30	Pengambilan <i>Race Kit</i>	Re-registrasi dan menerima race kit
06.30 - 06.45	<i>Opening Ceremony</i>	Sambutan dan Pengenalan <i>event</i> Mandalika Nusantara Triathlon Series sebagai <i>event</i> utama
06.45 - 08.00	<i>Start</i> Fun Race 5K	partisipan berlari mengikuti rute 5K yang mengelilingi kawasan Monas
08.00 - 08.30	<i>Free Activity</i>	
08.30 - 08.45	Pengumuman Pemenang dan Pembagian Hadiah	Pembagian medali dan hadiah utama



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

08.45 - 09.00	<i>Closing Ceremony</i>	Ucapan terima kasih, sesi foto bersama, dan pemberitahuan terkait event Nusantara Triathlon Series.
---------------	-------------------------	---

Sumber: Data diolah CV Nextgen Creativa Tara, 2025

b. Xperience Fun Ride

Xperience Fun Ride adalah sebuah *mini event* dengan konsep bersepeda santai sejauh ± 10 km yang dilakukan secara bertim, di mana 1 tim terdiri dari 3 orang. Adapun rute yang diambil untuk *mini event* ini adalah Kawasan CFD Sudirman–Senayan–SCBD, Jakarta yang dipilih karena strategis, mudah dijangkau, serta suasananya yang sudah familiar dengan komunitas sepeda setiap minggunya.

Acara ini bertujuan untuk membangun semangat kerja sama, kebersamaan, dan memperkenalkan elemen bersepeda dalam triathlon dengan cara yang menyenangkan. partisipan akan menyusuri rute yang telah ditentukan dengan semangat sportif dan kolaboratif. *Event* ini akan menjadi wadah untuk menguji kekompakan, kecepatan, dan strategi tim secara ringan namun menantang. Adapun spesifikasi dari Xperience Fun Ride adalah sebagai berikut.

Harga Tiket: Rp290.000

Fasilitas : *Race Kit*

- BIB (*Team*)
- Jersey (3 pcs)
- *Refreshment* (3 pcs)

Hadiah : Medali + *Free* Paket Team Xperience Mandalika Triathlon Xperience untuk 3 tim pemenang.

Adapun untuk rangkaian kegiatan dari *event* Xperience Fun Ride tersaji pada Tabel 3.3 berikut ini.



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

Tabel 3. 3 Detail Rangkaian *Event Xperience Fun Ride*

Lokasi Kegiatan: Kawasan Monas, Jakarta Pusat		
Waktu Kegiatan: 05.30 - 09.00 WIB		
Waktu	Kegiatan	Detail
05.30 - 06.30	Pengambilan <i>Race Kit</i>	Re-registrasi dan menerima race kit
06.30 - 06.45	<i>Opening Ceremony</i>	Sambutan, Briefing rute, Peraturan lomba, <i>Safety guideline</i> , Pengenalan <i>event</i> Nusantara Triathlon Series sebagai <i>event</i> utama
06.45 - 07.00	Pemanasan Bersama	Dipandu oleh instruktur
07.00 - 08.00	<i>Start Fun Ride</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Start dilakukan secara batch/gelombang untuk menghindari penumpukan. - partisipan gowes menyusuri rute dari GBK menuju kawasan SCBD lalu looping kembali. - Tim wajib finish bersama (selisih max. 10 detik antar anggota)
08.00 - 08.30	<i>Finish & Refreshment Time</i>	Istirahat di area finish sambil menunggu hasil lomba.
08.30 - 08.45	Pengumuman Pemenang & Penyerahan Hadiah	Pembagian medali dan hadiah utama

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

08.45 - 09.00	<i>Closing Ceremony</i>	Ucapan terima kasih, sesi foto bersama, dan informasi <i>event</i> Nusantara Triathlon Series.
---------------	-------------------------	--

Sumber: Data diolah CV Nextgen Creativa Tara, 2025

c. NTS Dual Coaching Private Program

NTS Dual Coaching Program merupakan salah satu produk pendukung strategis yang dirancang secara khusus oleh CV Nextgen Creativa Tara untuk mempersiapkan para partisipan sebelum mereka mengikuti *event* utama, yaitu Nusantara Triathlon Series (NTS). Program ini berfungsi sebagai wadah pelatihan intensif yang bertujuan untuk membantu partisipan dalam membangun kekuatan fisik, meningkatkan stamina, serta memperkuat teknik dan strategi yang diperlukan dalam menghadapi tantangan triathlon, khususnya dalam dua disiplin utama, yakni berlari dan bersepeda.

Dalam pelaksanaannya, NTS Dual Coaching Program melibatkan personal trainer profesional yang telah memiliki sertifikasi dan lisensi resmi dari Asosiasi Pelatih Kebugaran Indonesia (APKI). Hal ini menjamin bahwa setiap sesi latihan dilakukan secara aman, terarah, dan sesuai dengan standar kebugaran nasional yang berlaku.

Terdapat dua jenis layanan dalam program ini, dan salah satunya adalah NTS Dual Coaching Private Program. Program privat ini secara khusus diperuntukkan bagi partisipan yang menginginkan pendekatan pelatihan personal dan eksklusif, dengan pendampingan dari pelatih profesional secara intens dan dilakukan selama 4 kali pertemuan. Dalam sesi privat ini, pelatih akan menyusun program latihan yang disesuaikan dengan kondisi fisik, tujuan pribadi, serta jadwal partisipan. Pendekatan ini



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

sangat efektif bagi mereka yang menginginkan hasil optimal dalam waktu yang lebih singkat dan dengan pengawasan langsung dari pelatih berpengalaman.

NTS Dual Coaching Program juga menjadi sarana edukasi dan pembinaan mental, dimana partisipan akan digital dibekali dengan pengetahuan dasar seputar nutrisi, manajemen waktu, pemulihan tubuh, serta strategi kompetisi yang relevan. Hal ini bertujuan untuk membentuk partisipan yang tidak hanya siap secara fisik, tetapi juga memiliki mental dan pemahaman holistik dalam menghadapi kompetisi sesungguhnya.

Dengan mengikuti NTS Dual Coaching Program, partisipan akan mendapatkan bekal yang menyeluruh untuk meningkatkan performa mereka, meminimalisir risiko cedera, serta memaksimalkan potensi mereka dalam menghadapi Nusantara Triathlon Series. Program ini merupakan investasi penting bagi siapa saja yang ingin serius menekuni olahraga triathlon dan mencapai pencapaian pribadi terbaiknya. Berikut adalah materi yang difokuskan pada NTS Dual Coaching Private Program yang tersaji pada Tabel 3.4

Tabel 3. 4 Materi Mingguan NTS Dual Coaching Private Program

Pertemuan	Materi
Pertemuan ke-1 (Day 1)	Materi <i>Private</i> Sepeda 1. <i>Digital bike fitting</i> & analisis posisi optimal 2. Latihan dengan kecepatan 3. Evaluasi teknik bersepeda 4. Simulasi tanjakan 5. Review hasil + strategi peningkatan performa
Pertemuan ke-2 (Day 2)	Materi <i>Private</i> Lari 1. Perekaman dan analisis video lari



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 satu 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

	<ol style="list-style-type: none"> 2. Latihan teknik dengan <i>feedback real-time</i> dari data pace 3. Penggunaan <i>metronome running app</i> 4. Simulasi <i>race pacing</i> berdasarkan data 5. Diskusi data & <i>personal training plan via TrainingPeaks</i>
Pertemuan ke-3 (Day 3)	<p>Materi <i>Private Renang</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Perekaman dan analisis <i>stroke</i> renang 2. Latihan drills dengan <i>feedback</i> dari pelatih via tayangan ulang 3. Penggunaan <i>swim tracker (real-time pace, distance)</i> 4. Strategi <i>open water</i> (navigasi via <i>smartwatch</i>) 5. <i>Review & insight</i> dari data performa
Pertemuan ke-4 (Day 4)	<p>Materi <i>Private Triathlon</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Setup data device</i> untuk <i>race simulation</i> 2. <i>Brick simulation</i> (sepeda-lari) dengan pemantauan <i>heart rate, cadence, pace</i> 3. Review performa transisi (video + waktu transisi) 4. <i>Coaching race plan</i> berdasarkan <i>data performa & mental readiness</i>

Sumber: Data diolah CV Nextgen Creativa Tara, 2025

d. NTS Dual Coaching Class Program

NTS Dual Coaching Class merupakan salah satu produk pendukung utama yang dirancang secara khusus untuk membantu para partisipan mempersiapkan diri menghadapi ajang Nusantara Triathlon Series (NTS). Sesi ini difokuskan pada pelatihan dua cabang olahraga utama dalam triathlon, yaitu lari dan bersepeda. Sesi kelas ini ditujukan untuk kelompok besar dengan jumlah partisipan lebih dari 20 orang dalam satu sesi dan terdapat 4 kali pertemuan. Tujuan dari program ini adalah untuk menciptakan suasana latihan yang kolaboratif, edukatif, dan memotivasi, di mana para partisipan dapat berinteraksi, bertukar pengalaman, dan tumbuh bersama dalam komunitas olahraga yang suportif.



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

Seluruh sesi dalam program ini dipandu oleh pelatih profesional yang memiliki sertifikasi resmi dari Asosiasi Pelatih Kebugaran Indonesia (APKI) dan berpengalaman dalam olahraga ketahanan, khususnya triathlon. Meski dilaksanakan dalam format kelompok, pendekatan pelatihan tetap memperhatikan kebutuhan individual dengan menyisipkan evaluasi berkala dan *feedback* dari pelatih.

Dengan mengikuti program ini, partisipan diharapkan tidak hanya meningkatkan kemampuan fisik dan teknik, tetapi juga mendapatkan pondasi mental dan sosial yang kuat sebagai bekal mengikuti tahapan pelatihan lanjutan atau langsung berkompetisi dalam Nusantara Triathlon Series. Program ini sangat ideal bagi pemula maupun partisipan berpengalaman yang ingin merasakan atmosfer latihan yang terstruktur, aman, dan menyenangkan bersama komunitas yang sejalan. Adapun susunan acara sesi dalam NTS Dual Coaching Class Program yang terdapat pada Tabel 3.5.

Tabel 3.5 Detail Rangkaian NTS Dual Coaching Class Program

Lokasi Kegiatan: DKI Jakarta		
Waktu Kegiatan: 08.00 -11.00		
Pertemuan	Waktu	Kegiatan
Pertemuan ke-1 (Day 1)	08.00 – 08.10	Registrasi & <i>Briefing</i>
	08.10 – 08.20	<i>Opening by MC</i>
	08.20 – 08.50	<i>Dynamic Warm-Up</i> & Pengenalan dasar sepeda dan alat keselamatan
	08.50 – 09.20	Teknik dasar (<i>gear shifting, posisi badan, handling</i>)
	09.20 – 09.35	<i>Break Time #1</i>



© 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



© 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

	09.35 – 10.20	Latihan kelompok di lintasan
	10.20 – 10.35	Tips nutrisi dan hidrasi saat bersepeda
	10.15 – 10.30	<i>Cool Down</i>
	10.30 – 10.55	<i>Mini Talk & Sharing Session</i>
	10.55 – 11.00	<i>Closing by MC</i>
Pertemuan ke-2 (Day 2)	08.00 – 08.10	Registrasi & <i>Briefing</i>
	08.10 – 08.20	<i>Opening by MC</i>
	08.20 – 08.50	<i>Dynamic Warm-Up & mobilitas</i>
	08.50 – 09.20	Teknik dasar lari jarak menengah-panjang
	09.20 – 09.35	<i>Break Time #1</i>
	09.35 – 10.20	Latihan lapangan (interval dan tempo run)
	10.20 – 10.35	Strategi transisi dari sepeda ke lari (<i>brick session</i> ringan)
	10.15 – 10.30	<i>Cool Down</i>
	10.30 – 10.55	<i>Mini Talk & Sharing Session</i>
	10.55 – 11.00	<i>Closing by MC</i>
Pertemuan ke-3 (Day 3)	08.00 – 08.10	Registrasi & <i>Briefing</i>
	08.10 – 08.20	<i>Opening by MC</i>
	08.20 – 08.50	<i>Dynamic Warm-Up & Teknik pernapasan dan orientasi air</i>
	08.50 – 09.20	Teknik <i>freestyle</i> untuk triathlon
	09.20 – 09.35	<i>Break Time #1</i>
	09.35 – 10.20	Latihan kelompok di kolam / <i>open water</i> simulasi
	10.20 – 10.35	Navigasi <i>dan sighting</i>
10.15 – 10.30	<i>Cool Down</i>	

	10.30 – 10.55	<i>Mini Talk & Sharing Session</i>
	10.55 – 11.00	<i>Closing by MC</i>
Pertemuan ke-4 (Day 4)	08.00 – 08.10	Registrasi & <i>Briefing</i>
	08.10 – 08.20	<i>Opening by MC</i>
	08.20 – 08.50	<i>Dynamic Warm-Up</i> & Pengenalan format lomba & aturan
	08.50 – 09.20	Transisi T1 & T2: konsep dan simulasi
	09.20 – 09.35	<i>Break Time #1</i>
	09.35 – 10.20	Strategi pacing seluruh disiplin
	10.20 – 10.35	Simulasi <i>mini-triathlon (brick practice</i> ringan)
	10.15 – 10.30	<i>Cool Down</i>
	10.30 – 10.55	<i>Mini Talk & Sharing Session</i>
	10.55 – 11.00	<i>Closing by MC</i>

Sumber: Data diolah CV Nextgen Creativa Tara, 2025

3.2 Gambaran Pasar

Olahraga adalah kegiatan yang melibatkan aktivitas fisik yang tidak hanya bermanfaat bagi kebugaran dan kesehatan jasmani, tetapi juga rohani. Olahraga telah ada sejak zaman prasejarah yang mana pada masa itu kegiatan ini bertujuan untuk melindungi diri dan bertahan hidup (*koni-asahan.or.id*, 2023). Hal tersebut juga oleh kesadaran akan hidup sehat itu secara tidak langsung juga akan mengubah pola makan, pola tidur, sehingga membuat orang lebih sehat. Salah satu olahraga yang diminati oleh kaum pecinta olahraga yaitu cabang program olahraga yang meliputi olahraga lari, berenang dan bersepeda (Triathlon).

Menurut survei Populix, 90 persen responden mengaku berolahraga di luar lapangan. Apabila diurutkan sesuai popularitasnya, paling banyak memilih olahraga lari sebanyak 44%. Kemudian dilanjutkan bersepeda sebanyak 32%, berenang 27%, dan gym 26% (*Media Asuransi News*, 2025). Dengan



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



© 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 satu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

demikian bahwa peminatan terhadap olahraga terutama pada olahraga lari, bersepeda, dan berenang mempunyai angka yang cukup tinggi, sehingga hal tersebut menjadi penunjang perusahaan dalam perkembangan tren olahraga.

Tren olahraga yang terdiri dari 3 cabang olahraga ini, banyak diminati oleh masyarakat Indonesia karena memiliki manfaat meningkatkan kekuatan otot, daya tahan, dan kesehatan jantung, serta membantu menurunkan berat badan. Secara mental, triathlon meningkatkan kepercayaan diri, rasa pencapaian, dan motivasi untuk berolahraga.

Perusahaan mengambil langkah untuk mengembangkan tren olahraga yang diminati oleh masyarakat mendapatkan inovasi baru yang diharapkan bahwa dengan inovasi yang dibuat oleh masyarakat dapat meningkatkan minat pasar terhadap *event* olahraga triathlon yang ada di Indonesia. Melihat dengan adanya peluang dari minatnya masyarakat terhadap olahraga meyakinkan CV Nextgen Creativa Tara untuk memasuki pasar tersebut setelah melakukan analisis dari pesaing. Perbedaan antara CV Nextgen Creativa Tara dengan pesaing lainnya yaitu penggunaan teknologi yang dimodifikasi sesuai dengan perkembangan sehingga membantu dalam proses *event* berlangsung. Konsep ini memiliki potensi besar untuk menjadi pelopor dalam industri *event organizer* yang mengusung tema *sports tourism*.

Melihat tren yang terus meningkat terhadap minat masyarakat Indonesia terhadap olahraga triathlon sebuah cabang olahraga yang menggabungkan renang, bersepeda, dan lari. CV Nextgen Creativa Tara berinisiatif untuk melakukan riset pasar guna mengetahui potensi dan ketertarikan masyarakat terhadap penyelenggaraan *event sports tourism* berbasis triathlon di Tanah Air. Riset ini dilakukan sebagai langkah awal yang strategis dalam mengembangkan produk dan layanan perusahaan agar dapat menjawab kebutuhan serta ekspektasi pasar secara tepat.

Sebagai bagian dari upaya pengumpulan data yang bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai minat dan



© 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

preferensi terhadap penyelenggaraan *event* olahraga, khususnya triathlon, CV Nextgen Creativa Tara telah melaksanakan survei dengan menyebarkan kuesioner bertajuk “Riset Ketertarikan Penyelenggaraan *sports event* Triathlon di Indonesia.” Survei ini dirancang dengan pendekatan kuantitatif deskriptif dan disebarluaskan kepada masyarakat luas yang berasal dari berbagai kalangan, termasuk individu aktif dalam komunitas olahraga, pegiat *sports tourism*, generasi muda pecinta olahraga lari, sepeda, dan berenang, serta pihak-pihak yang tertarik pada inovasi *event* berbasis teknologi.

Dalam proses pelaksanaan survei yang kami lakukan di sosial media dan kami sebarkan kepada komunitas atau individu melalui platform sosial media berupa instagram, survei ini berhasil menghimpun data dari 120 responden, yang masing-masing memberikan pandangannya mengenai potensi, daya tarik, dan faktor-faktor yang mempengaruhi ketertarikan mereka terhadap partisipasi dalam *event* triathlon di Indonesia. Jumlah responden ini cukup representatif untuk memberikan gambaran awal mengenai minat pasar dan menjadi cerminan dari segmen audiens yang potensial untuk dijangkau oleh produk dan layanan CV Nextgen Creativa Tara di masa mendatang.

Informasi yang diperoleh melalui survei ini mencakup berbagai aspek penting, antara lain tingkat ketertarikan terhadap penyelenggaraan *event* triathlon, preferensi terhadap lokasi *event*, daya tarik integrasi teknologi seperti AI dan VR dalam pelaksanaan acara, serta motivasi individu dalam mengikuti *event* olahraga. Survei ini juga mengungkapkan data demografis yang mencerminkan profil pasar utama, termasuk usia, kewarganegaraan, dan latar belakang responden, yang akan sangat berguna dalam proses segmentasi dan penargetan pasar. Berikut adalah penjelasan ketertarikan responden untuk mengikuti *sports event* Triathlon di Indonesia dijelaskan pada Grafik 3.1 berikut.



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

Grafik 3. 1 Ketertarikan Responden untuk Mengikuti *Sports Event* Triathlon di Indonesia



Sumber: Data diolah CV Nextgen Creativa Tara, 2025

Berdasarkan data yang diperoleh melalui riset yang dilakukan oleh CV Nextgen Creativa Tara, diketahui bahwa potensi ketertarikan masyarakat terhadap penyelenggaraan *event sports tourism*, khususnya triathlon, cukup tinggi. Dalam riset tersebut, salah satu fokus utama yang dikaji adalah respons terhadap rencana penyelenggaraan *event* bertajuk Nusantara Triathlon Series, sebuah ajang olahraga multi-cabang yang menggabungkan unsur kompetisi dan pariwisata dalam satu rangkaian acara. Hasil survei menunjukkan bahwa dari total 120 responden, sebanyak 114 orang atau sekitar 95% menyatakan bahwa mereka sangat tertarik untuk mengikuti *event* Nusantara Triathlon Series. Sementara itu, Hanya 6 responden, atau sebesar 5%, yang mengungkapkan bahwa mereka tidak tertarik terhadap *event* tersebut.

Persentase yang signifikan pada kategori "Ya/Yes" menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan tanggapan positif terhadap penyelenggaraan *event* ini. Data ini menjadi indikator kuat bahwa Nusantara Triathlon Series memiliki daya tarik yang besar, baik bagi individu yang memiliki minat pribadi dalam olahraga maupun komunitas-komunitas olahraga yang tersebar di berbagai daerah. Antusiasme yang tinggi ini mengindikasikan adanya peluang besar untuk menjadikan Nusantara



© 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

Triathlon Series sebagai *event* unggulan yang dapat diselenggarakan secara berkelanjutan dan berskala nasional, bahkan internasional.

Adapun konsep yang menjadi pembeda utama antara penyelenggaraan *event* oleh CV Nextgen Creativa Tara dengan *event* olahraga serupa lainnya adalah pendekatan inovatif yang menggabungkan unsur *sports tourism* dengan kemajuan teknologi. Dalam hal ini, perusahaan kami menghadirkan sebuah pengalaman baru yang modern dan interaktif melalui penyelenggaraan Nusantara Triathlon Series yang melibatkan pemanfaatan teknologi canggih seperti *Virtual Reality* (VR) dan *Artificial Intelligence* (AI).

Salah satu terobosan yang diusung adalah fitur *Triathlon Web Xperience*, sebuah platform digital berbasis AI yang dirancang untuk memberikan pengalaman virtual kepada partisipan maupun calon partisipan. Platform ini memungkinkan pengguna untuk mengeksplorasi rute lomba, memahami medan kompetisi secara lebih detail, memantau progres latihan secara *real time*, bahkan merasakan atmosfer lomba melalui VR. Inovasi ini bertujuan untuk meningkatkan keterlibatan partisipan dan memberikan nilai tambah yang berbeda dari penyelenggaraan *event* olahraga konvensional.

Berdasarkan hasil riset yang dilakukan, terlihat bahwa inovasi ini mendapat sambutan yang sangat baik dari masyarakat, khususnya dari individu maupun komunitas olahraga. Tercatat sebanyak 107 responden atau sekitar 89,2% menyatakan bahwa mereka tertarik dengan adanya integrasi teknologi AI dalam penyelenggaraan Nusantara Triathlon Series. Sementara itu, hanya 13 responden atau 10,8% yang menyatakan tidak tertarik.

Dari data tersebut, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyambut baik adanya pemanfaatan teknologi AI dan VR dalam *event* ini. Hal ini menjadi sinyal positif bahwa inovasi digital yang dihadirkan CV Nextgen Creativa Tara berhasil menjawab kebutuhan pasar yang semakin melek teknologi dan menginginkan pengalaman olahraga yang lebih dinamis, modern, dan terhubung secara digital. Rincian tanggapan responden terkait



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

tingkat ketertarikan mereka terhadap penggunaan teknologi AI dalam *event* ini dapat dilihat secara visual pada Grafik 3.2 berikut, yang menggambarkan distribusi ketertarikan secara lebih terperinci.

Grafik 3. 2 Ketertarikan Responden adanya Penggunaan Teknologi AI dalam Penyelenggaraan Nusantara Triathlon Series



Sumber: Data diolah CV Nextgen Creativa Tara, 2025

CV Nextgen Creativa Tara tidak hanya berfokus pada aspek inovasi dan teknologi dalam penyelenggaraan *event*, tetapi juga secara aktif mendukung program pemerintah dalam mengembangkan sektor pariwisata nasional, khususnya melalui promosi Destinasi Super Prioritas (DSP). Selaras dengan semangat pengembangan *sports tourism* yang terintegrasi dengan destinasi unggulan, Nusantara Triathlon Series dirancang untuk berlangsung di kelima lokasi tersebut sebagai bentuk sinergi antara olahraga, pariwisata, dan pembangunan daerah.

Untuk mengetahui minat partisipan terhadap lokasi penyelenggaraan, CV Nextgen Creativa Tara melakukan riset lebih lanjut dengan menyertakan pertanyaan terkait destinasi pilihan yang paling diminati responden untuk mengikuti Nusantara Triathlon Series. Hasil riset menunjukkan bahwa sebanyak 37 responden atau sekitar 30,8% memilih Borobudur sebagai destinasi utama yang paling mereka minati. Selanjutnya, Mandalika dipilih



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 satu 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

oleh 30 responden atau 25%, diikuti oleh Danau Toba yang menarik minat 29 responden atau sebesar 24,2%. Sementara itu, Labuan Bajo dipilih oleh 13 responden (10,8%) dan Likupang oleh 11 responden (9,2%).

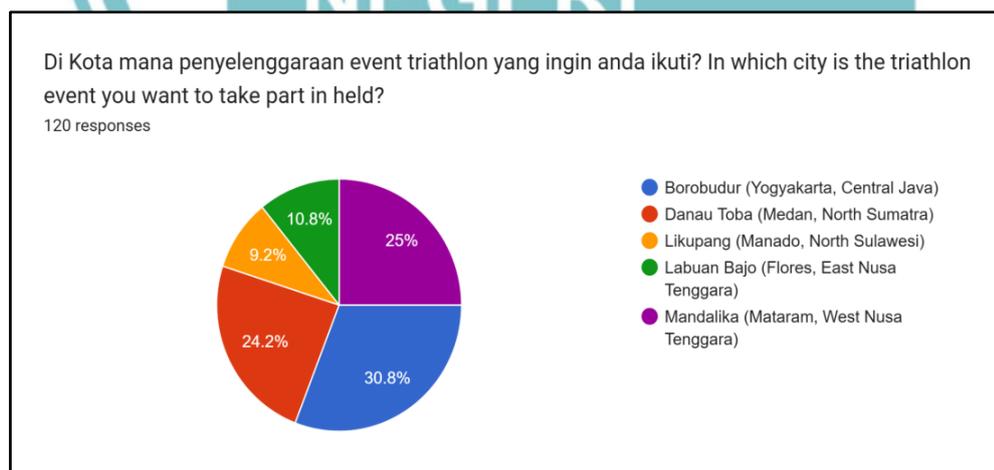
Dengan hasil riset ini, CV Nextgen Creativa Tara akan menyesuaikan strategi pelaksanaan dan perencanaan lokasi *event* agar selaras dengan preferensi pasar, sekaligus mendukung tujuan pembangunan destinasi wisata unggulan di Indonesia. Visualisasi pemilihan destinasi oleh responden akan ditampilkan secara detail dalam Tabel 3.6 dan Grafik 3.3 yang memuat distribusi data terkait minat destinasi penyelenggaraan.

Tabel 3. 6 Kota Penyelenggaraan yang Diminati oleh Peminat

Kota Penyelenggaraan	Jumlah Responden
Borobudur	37 Responden
Mandalika	30 Responden
Danau Toba	29 Responden
Likupang	11 Responden
Labuan Bajo	13 Responden

Sumber: Data diolah CV Nextgen Creativa Tara

Grafik 3. 3 Minat Kota Penyelenggaraan *Event* yang diinginkan Responden



Sumber: Data diolah CV Nextgen Creativa Tara, 2025

Berdasarkan grafik tersebut, lokasi penyelenggaraan *event* sangat berpengaruh terhadap minat partisipasi, dapat disimpulkan bahwa pemilihan



© 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

destinasi yang sesuai dengan preferensi responden mampu mendorong ketertarikan audiens untuk hadir secara langsung. Lokasi yang menarik, terutama yang termasuk dalam kategori Destinasi Super Prioritas (DSP), mampu meningkatkan antusiasme dan ekspektasi calon partisipan terhadap keseluruhan pengalaman yang ditawarkan oleh Nusantara Triathlon Series.

Hal ini dibuktikan melalui data yang diperoleh dari survei lanjutan, di mana responden diberikan pertanyaan mengenai sejauh mana ketertarikan mereka untuk menghadiri *event* secara langsung jika *event* tersebut dilaksanakan di destinasi pilihan mereka. Hasilnya menunjukkan bahwa sebanyak 118 responden atau 98,3% menyatakan tertarik untuk menghadiri langsung *event* Nusantara Triathlon Series. Sementara itu, hanya 2 responden atau sebesar 1,7% yang menyatakan tidak tertarik untuk menghadiri *event* secara langsung. Persentase ini sangat kecil dan menunjukkan bahwa secara umum, sebagian besar responden sangat terbuka untuk terlibat langsung dalam rangkaian acara, terutama bila *event* tersebut diselenggarakan di lokasi yang sesuai dengan preferensi dan ekspektasi mereka.

Rincian tingkat ketertarikan responden terhadap kehadiran langsung dalam *event* dapat dilihat pada Grafik 3.4, yang menyajikan distribusi data secara terstruktur dan komprehensif untuk mendukung analisis yang lebih mendalam terkait preferensi dan perilaku calon partisipan.

Grafik 3. 4 Ketertarikan Responden untuk menghadiri Nusantara Triathlon Series di Indonesia



Sumber: Data diolah Nextgen Creativa Tara, 2025

CV Nextgen Creativa Tara melihat potensi besar dalam bidang ini dan berkomitmen penuh untuk mendukung pencapaian visi perusahaan, yakni menjadi penyelenggara *event* yang memberikan kontribusi positif bagi perkembangan wisata olahraga (*sports tourism*) di Indonesia terutama peminatan terhadap penyelenggaraan *event* Nusantara Triathlon Series dan dilihat dari respon kuesioner yang disebarkan oleh perusahaan bahwa individu maupun komunitas sangat bertanggung positif terhadap *event* tersebut hal ini akan berdampak pada untuk perkembangan masa depan *sports tourism* di Indonesia. Oleh karena itu, hal tersebut membuktikan juga bahwa *event* Nusantara Triathlon Series ini memiliki pasar yang luas dan diminati oleh banyak orang.

3.2.1 Pelaku Usaha Jasa Penyelenggaraan *Event* Triathlon di Indonesia

Berdasarkan survei yang dilakukan Perusahaan terhadap Perusahaan pesaing yang memiliki produk yang serupa. Perusahaan - perusahaan pesaing merupakan pihak pertama yang melakukan penyelenggaraan *event* triathlon di Indonesia.

Perusahaan tersebut dapat disebut market leader yang merupakan perusahaan yang menguasai sebagian besar pasar untuk suatu produk, produk yang dimaksud adalah penyelenggaraan *event* triathlon.



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 kritikan atau tinjauan satu 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



Berikut adalah beberapa perusahaan pesaing yang salah satunya merupakan *market leader* di Indonesia. Data Pesaing dengan produk sejenis pada Tabel 3.7 sebagai berikut.

Tabel 3. 7 Data Perusahaan Pesaing

No	Nama Perusahaan	Lokasi	Event yang diselenggarakan
1	Indorace	Jl. Bintaro Raya No.31, RT.2/RW.10, Kby. Lama Utara, Kec. Kby. Lama, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12240	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sari Ater Jambore Trail Run 2. Banua Triathlon 3. Beta Indonesia Triathlon 4. Sungailiat Triathlon 2024
2	Trisports event / Tribuddies	Jakarta, Indonesia	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sentul Ultra Triathlon 2022 2. Triathlon Buddies Anniversary 2022 3. Bekasi Triathlon 2023 4. Sentul Ultra Triathlon 2023 5. Triathlon Buddies Anniversary 2023 6. Triathlon Buddies Anniversary 2024 7. Sentul Ultra Triathlon 2024 8. Bekasi Triathlon 2024
3	Federasi Triathlon Indonesia	Jl. Raya Munjul No. 4E, Cilangkap, Cipayung, Jakarta 13850	<ol style="list-style-type: none"> 1. Belitung Triathlon Challenge 2. Jepara International Triathlon 3. Sungailiat Triathlon 2022 4. Palembang Triathlon 2022 5. Specta Sindoro-

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



© 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

			Sumbing Triathlon 2023 6. Bintang Triathlon 2023 7. Sungailiat Triathlon 2023 8. Pelatnas Triathlon Indonesia 9. Kejurnas Piala Kapolres Situbondo 10. Sportsel Bali Triathlon 2024 11. Specta Sindoro-Sumbing Triathlon 12. Festival Beta Indonesia Triathlon 2024 13. International Triathlon Open Tournament Piala TNI
4	Event Triathlon Lainnya	Seluruh Indonesia	Penyelenggara event oleh dinas/instansi maupun <i>corporate</i> dengan merencanakan sendiri

Sumber: Data diolah CV Nextgen Creativa Tara, 2025

Berdasarkan Tabel 3.7 yang diolah oleh perusahaan, dapat diketahui bahwa terdapat 4 pesaing dalam bisnis penyelenggaraan *event* triathlon yang tersebar di seluruh Indonesia. Dari riset yang dilakukan perusahaan 4 pesaing bisnis tersebut yaitu Indorace, Trisports/Tribuddies, Federasi Triathlon Indonesia (FTI), dan *Event* lainnya adalah penyelenggaraan *event* yang dilakukan oleh dinas ataupun instansi maupun *corporate* (perusahaan yang direncanakan sendiri tanpa menggunakan penyedia jasa). Perusahaan melihat adanya peluang untuk dapat masuk ke dalam pasar penyelenggaraan *event* triathlon dengan menarik calon pelanggan dari pesaing.



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

3.2.2 Penyelenggaraan Triathlon di Indonesia

Berdasarkan data sekunder sebagai jumlah penyelenggaraan *event* triathlon di Indonesia oleh perusahaan pesaing yang menunjukkan bahwa pada tahun 2022-2024 terjadi peningkatan jumlah penyelenggaraan *event* triathlon di Indonesia.

Data ini diambil dari pengumpulan data sekunder dari berbagai sumber, mulai dari akun sosial media perusahaan pesaing, website resmi perusahaan, berita yang dipublikasikan oleh media online, dan dokumentasi - dokumentasi acara oleh perusahaan. Berikut Tabel 3.8 adalah data mengenai frekuensi oleh Perusahaan di Indonesia tahun 2022-2024.

Tabel 3. 8 Jumlah Penyelenggaraan *Event* Triathlon oleh Pesaing di Indonesia Tahun 2022-2024

Tahun	Frekuensi
2022	12 <i>event</i>
2023	16 <i>event</i>
2024	18 <i>event</i>
Total	46 <i>event</i>

Sumber: Data diolah Nextgen Creativva Tara, 2025

Peningkatan jumlah *event* Triathlon dari tahun ke tahun menunjukkan bahwa minat dan antusiasme terhadap olahraga triathlon di Indonesia semakin berkembang. Hal ini juga mencerminkan adanya peluang pasar yang cukup besar dan terus bertumbuh, yang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan penyelenggara *event* baru atau yang sedang berkembang untuk masuk dan bersaing di industri ini.

Kondisi ini juga menunjukkan bahwa industri triathlon di Indonesia memiliki daya tarik yang tinggi bagi para penyelenggara, baik lokal maupun internasional. Oleh karena itu, dibutuhkan inovasi dalam konsep acara, strategi pemasaran yang tepat, serta pengelolaan yang profesional agar dapat bersaing dan menarik lebih banyak partisipan

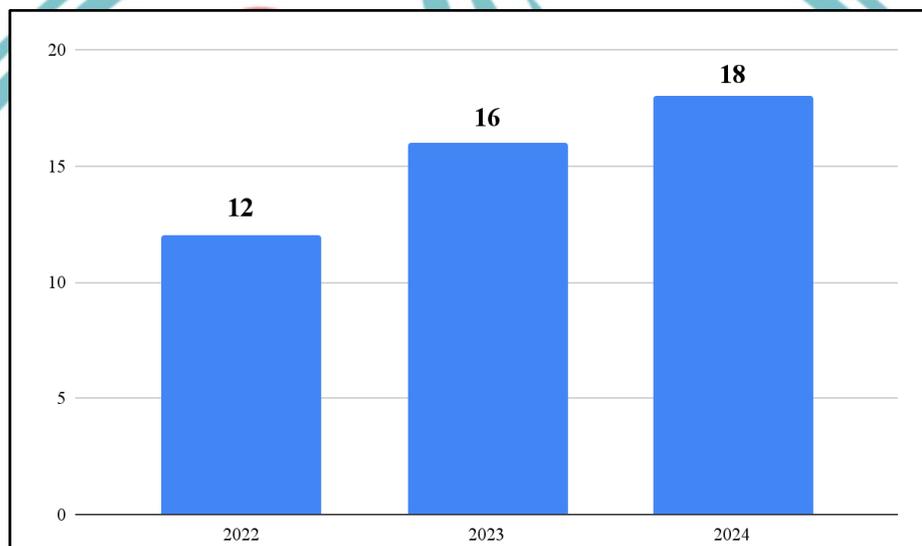


Hak Cipta :

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

maupun sponsor. Potensi ini dapat dimanfaatkan sebagai peluang strategis bagi pelaku baru untuk masuk ke pasar dengan menawarkan pengalaman yang berbeda dan bernilai tambah. Berikut Grafik 3.5 menunjukkan perkembangan jumlah penyelenggaraan triathlon di Indonesia oleh tahun 2022-2024.

Grafik 3.5 Penyelenggaraan *Event* Triathlon di Indonesia Tahun 2022 - 2024



Sumber: Data diolah CV Nextgen Creativa Tara, 2025

Berdasarkan grafik di atas tahun 2022-2024, jumlah penyelenggaraan *event* triathlon di Indonesia mengalami kenaikan dikarenakan peminat terhadap *event* triathlon di Indonesia juga cenderung meningkat.

3.2.3 Perkembangan Jumlah Partisipan *Event* Triathlon oleh Pesaing

Perkembangan industri olahraga, khususnya triathlon, di Indonesia tidak hanya terlihat dari meningkatnya jumlah penyelenggaraan *event*, tetapi juga dari tingginya animo masyarakat untuk berpartisipasi. Data berikut menampilkan jumlah partisipan yang mengikuti *event* triathlon dari tahun ke tahun, yang mencerminkan pertumbuhan minat dan keterlibatan publik dalam olahraga ini.



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

Peningkatan jumlah partisipan menjadi indikator penting bagi potensi pasar dan keberhasilan penyelenggaraan event. Tabel 3.9 dan grafik 3.6 di bawah ini menyajikan perkembangan jumlah partisipan *event* triathlon di Indonesia selama tahun 2022 hingga 2024.

Tabel 3. 9 Jumlah Partisipan *Event* Triathlon oleh Pesaing Tahun 2022 - 2024

No	Nama Perusahaan	2022	2023	2024
1	Indorace	120	151	338
2	Trisports event / Tribuddies	290	490	250
3	Federasi Triathlon Indonesia	1.126	980	1.808
4	Event Triathlon Lainnya	1.371	1.505	1.516
Total		2.907	3.126	3.912

Sumber: Data diolah CV Nextgen Creativa Tara, 2025

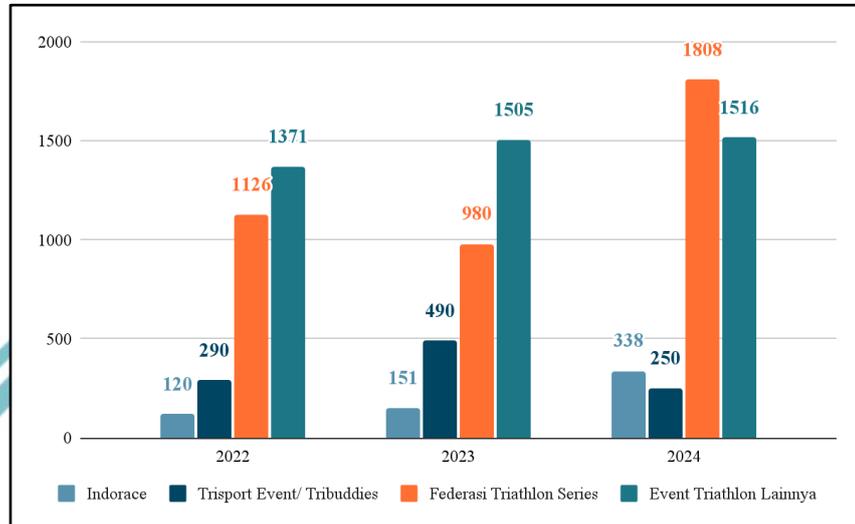
Dari data pada Tabel 3.9 dilihat dalam 3 tahun kebelakang jumlah partisipan mengalami kenaikan pada *event* triathlon yang ada di Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa minat masyarakat terhadap olahraga triathlon semakin tinggi, yang membuka peluang besar bagi pelaku industri *sports event*, khususnya dalam segmentasi *endurance sports* seperti triathlon. Berikut adalah grafik 3.6 terhadap partisipan dalam *event* triathlon yang ada di Indonesia pada tahun 2022 - 2024.



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 satu 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

Grafik 3. 6 Partisipan *Event Triathlon* di Indonesia oleh Pesaing Tahun 2022 - 2024



Sumber: data diolah CV Nextgen Creativa Tara, 2025

3.3 Segmentasi Pasar yang Dituju

Menurut Kotler et al. (2018:873), ada tiga elemen dalam strategi pemasaran yaitu segmenting, targeting, dan positioning. Dalam mengembangkan bisnis ini, CV Nextgen Creativa Tara menerapkan strategi Segmenting, Targeting, dan Positioning (STP) untuk menentukan target pasar yang paling potensial. Melalui pendekatan ini, perusahaan dapat lebih efektif dalam merancang produk, strategi pemasaran, serta inovasi layanan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.

3.3.1 *Segmentation*

CV Nextgen Creativa Tara secara strategis menetapkan target pasar utama untuk Nusantara Triathlon Series, yaitu individu maupun komunitas olahraga yang memiliki minat tinggi dalam tiga cabang olahraga utama: lari, bersepeda, dan berenang. Sasaran ini tidak hanya terbatas pada partisipan domestik dari berbagai wilayah di Indonesia, tetapi juga diperluas hingga ke tingkat internasional.

Sebagai dasar perencanaan strategi pemasaran dan pengembangan program, CV Nextgen Creativa Tara melakukan riset pasar yang melibatkan penyebaran kuesioner kepada calon partisipan potensial.



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

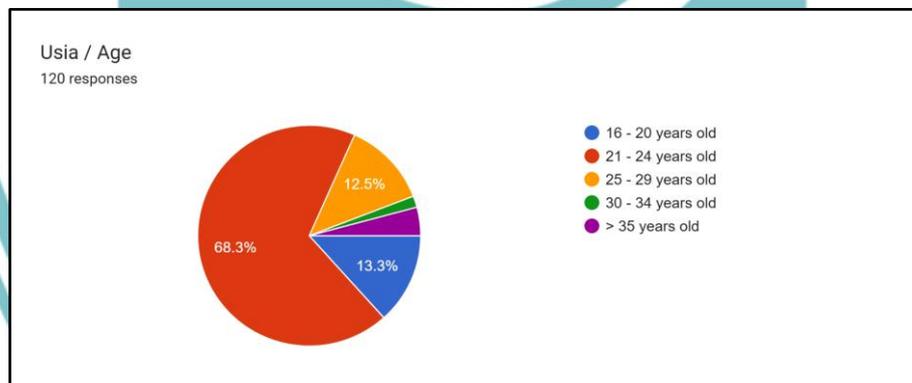
Hasil dari pengumpulan data menunjukkan bahwa mayoritas responden berasal dari kalangan usia muda. Data terkait minat berdasarkan usia tersaji dalam Tabel 3.10 dan Grafik 3.7, yang menggambarkan distribusi responden berdasarkan kelompok umur dan tingkat ketertarikan mereka terhadap *event* ini.

Tabel 3. 10 Usia Peminat Riset Ketertarikan Penyelenggaraan Sports Event Triathlon di Indonesia

Kategori Usia	Jumlah Responden
16 - 20 Tahun	16 Responden
21 - 24 Tahun	82 Responden
25 - 29 Tahun	15 Responden
30 - 34 Tahun	2 Responden
> 35 Tahun	5 Responden

Sumber: Data diolah CV Nextgen Creativa Tara

Grafik 3. 7 Kategori Usia Responden



Sumber: Data diolah CV Nextgen Creativa Tara

Dari total responden, sebanyak 68,3% merupakan individu dengan rentang usia 21–24 tahun, yang menunjukkan bahwa kelompok usia ini menjadi segmen paling dominan dalam hal minat dan potensi partisipasi. Kemudian diikuti oleh 13,3% responden berusia 16–20 tahun, serta 12,5% responden berusia 25–29 tahun. Sementara itu, kelompok usia yang lebih senior juga turut ambil bagian, meskipun dalam jumlah yang lebih kecil: 4,2% responden berusia lebih dari 35 tahun, dan 1,7% berada dalam kelompok usia 30–34 tahun.



© 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 satu 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

Dari distribusi usia ini dapat disimpulkan bahwa kalangan Generasi Z (Gen-Z) merupakan segmen pasar yang paling dominan dalam hal ketertarikan terhadap Nusantara Triathlon Series, disusul oleh kelompok Milenial muda. Kalangan Generasi dan Milenial Muda ini dikategorikan merupakan kategori atlet muda. Dominasi usia muda ini menunjukkan adanya antusiasme besar dari generasi yang dikenal dinamis, adaptif terhadap teknologi, dan aktif dalam mengikuti tren gaya hidup sehat, serta cenderung mencari pengalaman baru yang menyenangkan dan menantang.

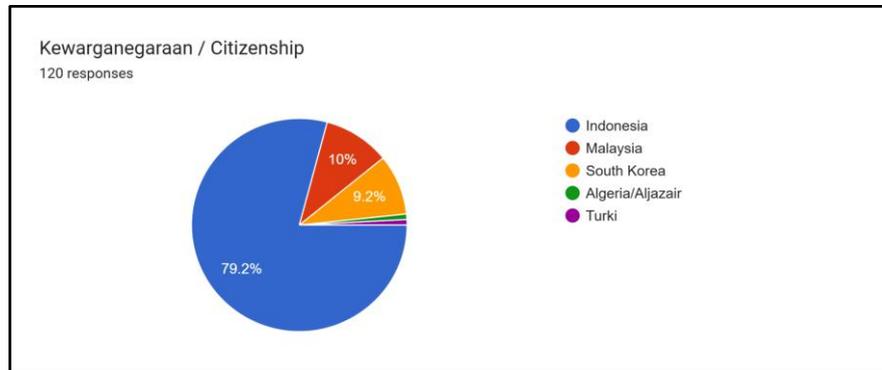
Selain meninjau dari aspek demografi usia, CV Nextgen Creativa Tara juga melakukan pemetaan minat partisipasi berdasarkan asal kewarganegaraan responden. Hal ini dilakukan sebagai bagian dari strategi pengembangan Nusantara Triathlon Series yang tidak hanya menyasar partisipan dalam negeri, tetapi juga membuka peluang partisipasi dari mancanegara. Adapun data terkait minat berdasarkan kewarganegaraan tersaji dalam Tabel 3.11 dan Grafik 3.8.

Tabel 3. 11 Negara Asal Peminat Riset Ketertarikan Penyelenggaraan *Sports Event* Triathlon di Indonesia

Negara	Jumlah Responden
Indonesia	95 Responden
Korea Selatan	11 Responden
Malaysia	12 Responden
Algeria/Aljazair	1 Responden
Turki	1 Responden

Sumber: Data diolah CV Nextgen Creativa Tara

Grafik 3. 8 Minat Partisipan dari Negara Asal



Sumber: Data diolah CV Nextgen Creativa Tara, 2025

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan, mayoritas responden atau sebanyak 79,2% berasal dari Indonesia, menunjukkan bahwa partisipan domestik tetap menjadi pangsa pasar utama yang memiliki minat tinggi terhadap penyelenggaraan event ini. Hal ini menjadi indikasi kuat bahwa masyarakat Indonesia, khususnya komunitas olahraga, telah memiliki antusiasme dan kesiapan untuk terlibat dalam *event* berskala nasional dengan konsep sports tourism yang inovatif.

Di posisi kedua, terdapat 10% responden yang berasal dari Malaysia, menunjukkan adanya minat dari negara tetangga yang memiliki kedekatan geografis dan budaya dengan Indonesia. Sementara itu, 9,2% responden berasal dari Korea Selatan, sebuah angka yang cukup signifikan dan menunjukkan bahwa minat terhadap Nusantara Triathlon Series tidak hanya terbatas di kawasan Asia Tenggara, tetapi juga mulai menjangkau kawasan Asia Timur.

Menariknya, terdapat juga partisipasi meskipun dalam jumlah kecil dari negara-negara lain seperti Aljazair dan Turki, masing-masing dengan kontribusi 0,8% dari total responden. Kehadiran mereka dalam data ini menunjukkan bahwa daya tarik penyelenggaraan *event*



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



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

ini mulai menjangkau audiens di luar Asia, khususnya dari wilayah Afrika Utara dan Eropa.

Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa meskipun mayoritas partisipan masih didominasi oleh warga negara Indonesia, peluang untuk memperluas cakupan partisipasi ke tingkat internasional sangat terbuka lebar.

Hal ini menjadi dorongan positif bagi CV Nextgen Creativa Tara untuk meningkatkan strategi promosi global, memperkuat jaringan internasional, serta menjalin kerja sama dengan komunitas olahraga luar negeri guna menjadikan Nusantara Triathlon Series sebagai agenda *sports tourism* yang bersifat lintas negara.

Dalam merancang dan mengembangkan sebuah *event*, memahami motivasi atau alasan utama partisipan untuk berpartisipasi menjadi aspek penting yang tidak dapat diabaikan. Oleh karena itu, CV Nextgen Creativa Tara turut menggali tujuan dan latar belakang ketertarikan calon partisipan terhadap penyelenggaraan Nusantara Triathlon Series untuk menyelaraskan konsep *event* dengan ekspektasi audiens, serta memperkuat pendekatan pemasaran yang lebih personal dan relevan. Adapun grafik mengenai alasan partisipasi ini tersaji pada Tabel 3.12 dan Grafik 3.9.

Tabel 3. 12 Alasan Peminat dalam Riset Ketertarikan Penyelenggaraan *Sports Event* Triathlon di Indonesia

Negara	Jumlah Responden
Olahraganya Menarik	44 Responden
Lokasinya Indah	16 Responden
Penyaluran Hobi	19 Responden
Hiburan	33 Responden
Bergabung dengan komunitas Triathlon	8 Responden



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

Sumber: Data diolah CV Nextgen Creativa Tara

Grafik 3. 9 Minat Responden dilihat dari Alasan Berpartisipasi



Sumber: Data diolah CV Nextgen Creativa Tara, 2025

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan terhadap 120 responden, diperoleh data yang menggambarkan keragaman alasan partisipasi dalam *event* ini. Sebanyak 36,7% responden menyatakan bahwa alasan utama mereka mengikuti Nusantara Triathlon Series adalah karena jenis olahraga yang ditawarkan dinilai menarik dan menantang. Kombinasi antara lari, bersepeda, dan berenang merupakan bentuk olahraga yang tidak hanya menguji fisik, tetapi juga memberikan kepuasan tersendiri bagi para penggemar olahraga ekstrim dan endurance.

Selanjutnya, 27,5% responden menyebutkan bahwa mereka tertarik mengikuti *event* ini sebagai bentuk hiburan yang positif dan bermanfaat untuk mengisi waktu luang. Hal ini menegaskan bahwa Nusantara Triathlon Series tidak hanya dinilai sebagai ajang kompetitif, tetapi juga sebagai sarana rekreasi aktif yang memberikan pengalaman menyenangkan dan bernilai secara personal.

Sebesar 15,8% responden mengungkapkan bahwa mereka mengikuti *event* ini karena merupakan ajang untuk menyalurkan hobi, terutama bagi mereka yang memang telah aktif dalam dunia triathlon atau



© 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

olahraga serupa. Sementara itu, 13,3% responden tertarik mengikuti *event* ini karena lokasi penyelenggaraan yang indah dan menarik secara visual, yang selaras dengan konsep *sports tourism* yang memadukan olahraga dan keindahan alam serta budaya lokal. Terakhir, terdapat 6,7% responden yang menyatakan bahwa mereka mengikuti *event* ini karena ingin bergabung dan berinteraksi dengan komunitas olahraga, baik sebagai bentuk jejaring sosial maupun motivasi kolektif dalam menjalankan gaya hidup sehat.

Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa alasan mengikuti Nusantara Triathlon Series sangat beragam, mulai dari faktor olahraga itu sendiri, hiburan, hobi, keindahan destinasi, hingga aspek komunitas. Variasi motivasi ini menjadi indikator bahwa *event* ini memiliki potensi luas untuk menjangkau berbagai segmen pasar dengan kebutuhan dan tujuan yang berbeda.

Berdasarkan hasil dari analisis menyeluruh yang dilakukan terhadap berbagai aspek seperti usia, kewarganegaraan, motivasi partisipasi, serta ketertarikan terhadap integrasi teknologi dan pemilihan destinasi, CV Nextgen Creativa Tara merumuskan strategi segmentasi pasar lebih terarah dan terukur untuk mendukung keberhasilan penyelenggaraan Nusantara Triathlon Series.

Segmentasi pasar ini disusun dengan mempertimbangkan karakteristik responden yang telah dianalisis sebelumnya melalui survei, yang mencakup data demografis, geografis, psikografis, serta perilaku konsumen.

Dalam hal segmentasi demografis, CV Nextgen Creativa Tara menargetkan individu dalam rentang usia 16 hingga 29 tahun, yang terbukti paling dominan dalam menunjukkan minat terhadap *event*. Sebagian besar dari kelompok usia ini berasal dari generasi Gen Z dan Milenial muda, yang dikenal aktif dalam kegiatan fisik, memiliki



© 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

semangat eksplorasi tinggi, serta responsif terhadap konsep-konsep inovatif seperti *sports tourism* berbasis teknologi.

Dari sisi segmentasi geografis, fokus utama tetap pada pasar domestik, yaitu partisipan dari berbagai wilayah di Indonesia yang menyumbang lebih dari 79% dari total responden. Namun, perusahaan juga membuka peluang besar untuk ekspansi ke pasar internasional, terutama negara-negara tetangga seperti Malaysia dan Korea Selatan, serta secara strategis menjangkau kawasan Eropa dan Afrika Utara, sebagaimana tercermin dari partisipasi responden asal Turki dan Aljazair.

Dalam segmentasi psikografis, target pasar mencakup individu yang memiliki gaya hidup aktif, gemar berolahraga, serta memiliki ketertarikan terhadap aktivitas luar ruang yang menantang dan menyenangkan. Mereka cenderung menjadikan olahraga sebagai bagian dari identitas dan rutinitas hidup sehat. Kelompok ini juga menunjukkan ketertarikan tinggi terhadap pengalaman baru yang menggabungkan unsur olahraga, hiburan, dan keindahan alam, terutama dalam *sports tourism*.

Sedangkan dari aspek perilaku konsumen, responden yang menjadi target utama adalah mereka yang termotivasi untuk berpartisipasi karena alasan olahraga menarik (36,7%), hiburan bermanfaat (27,5%), serta sebagai ajang menyalurkan hobi (15,8%). Selain itu, responden juga menunjukkan minat terhadap aspek estetika dan sosial dari event, seperti lokasi yang indah (13,3%) dan kesempatan untuk bergabung dengan komunitas olahraga (6,7%). Dari penjabaran diatas berikut adalah ringkasan dari segmentasi untuk target pasar perusahaan kami pada tabel 3.13.



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

Tabel 3. 13 Segmentasi Target Pasar

Jenis Segmentasi	Klasifikasi Segmentasi
<i>Geographic</i>	Indonesia
<i>Demographic</i>	Usia : 16 - 35 tahun Jenis Kelamin : Pria dan Wanita Pendapatan : <i>Middle to Upper</i>
<i>Psychographic</i>	Individu yang memiliki gaya hidup aktif, gemar berolahraga, serta memiliki ketertarikan terhadap aktivitas luar ruang yang menantang dan menyenangkan.

Sumber: Data diolah oleh CV Nextgen Creativa Tara, 2025

3.3.2 Targeting

Produk yang ditawarkan oleh CV Nextgen Creativa Tara membidik target market kepada individu dan komunitas yang memiliki ketertarikan terhadap olahraga lari, sepeda, dan renang, khususnya yang tertarik dengan tantangan olahraga kombinasi seperti triathlon. Meskipun berdasarkan hasil kuesioner mayoritas responden berasal dari kalangan mahasiswa berusia 16–20 tahun, segmentasi utama yang ditargetkan adalah individu dengan penghasilan menengah ke atas (*middle to upper class*).

Event Nusantara Triathlon Series secara khusus membidik segmen pasar yang lebih mengerucut dari olahraga umum menjadi kalangan yang memiliki ketertarikan terhadap olahraga ketahanan gabungan seperti triathlon. Target utama adalah individu berusia 25–45 tahun dengan gaya hidup aktif, disiplin, dan memiliki motivasi untuk menguji kemampuan diri dalam olahraga endurance yang berasal dari



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

atlet profesional maupun atlet muda, karyawan swasta, pengusaha, maupun atlet amatir dengan latar belakang sosial ekonomi menengah ke atas.

Secara psikografis, target pasar adalah mereka yang menjadikan olahraga sebagai bagian dari gaya hidup, memiliki minat terhadap tantangan, serta terlibat dalam komunitas lari, sepeda, atau renang. Selain itu, segmen ini juga memiliki kecenderungan mencari pengalaman sport tourism dan ajang kompetisi non-formal yang bergengsi.

Meskipun berdasarkan hasil kuesioner mayoritas responden berasal dari kalangan mahasiswa berusia 16–20 tahun, hal ini menunjukkan bahwa minat terhadap olahraga triathlon mulai tumbuh di kalangan generasi muda, khususnya Gen Z. Mereka memiliki ketertarikan awal terhadap gaya hidup aktif dan kegiatan olahraga outdoor, sehingga berpotensi menjadi peserta masa depan. Oleh karena itu, CV Nextgen Creativa Tara juga menjadikan mahasiswa dan pemula sebagai target sekunder melalui pendekatan edukatif dan partisipatif dalam kegiatan pre-event seperti fun run, fun ride, dan coaching clinic. Strategi ini tidak hanya memungkinkan perluasan pasar, tetapi juga berperan dalam membentuk loyalitas jangka panjang terhadap event triathlon di Indonesia.

3.3.3 Positioning

Arif (2012:100) menyatakan bahwa *positioning* adalah tindakan merancang produk dan citra perusahaan agar dapat tercipta kesan atau tempat khusus dan unik dalam benak pasar sasaran sedemikian rupa, sehingga dipersepsikan lebih unggul dibandingkan para pesaingnya.

CV Nextgen Creativa Tara memosisikan sebagai perusahaan penyelenggara wisata olahraga (*sports tourism*) yang mengusung konsep smart *sports tourism* berbasis Industri 5.0, dengan



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

memanfaatkan kemajuan teknologi sebagai alat utama dalam penyelenggaraan kegiatannya yang dikemas dalam Nusantara Triathlon Series sebuah rangkaian acara *sports tourism* yang memadukan kompetisi dengan inovasi teknologi digital, serta berkomitmen menghadirkan pengalaman event yang imersif melalui penggunaan teknologi Virtual Reality (VR) untuk simulasi rute dan kecerdasan buatan (AI) untuk analisis performa peserta.

Dari hal tersebut, produk unggulan dari CV Nextgen Creativa Tara adalah produk yang berisikan kompetisi triathlon sekaligus memberikan pengetahuan yang mengedepankan teknologi yang dikemas dalam kegiatan Nusantara Triathlon Series (NTS).

3.4 Tren Perkembangan Pasar

CV Nextgen Creativa Tara telah melakukan analisis trend perkembangan pasar terhadap penyelenggaraan *event* dan terhadap partisipan *event* triathlon di Indonesia dari tahun 2022 - 2024.

3.4.1 Tren Perkembangan Penyelenggaraan *Event* Triathlon di Indonesia

Tren perkembangan pasar bisnis penyelenggaraan *event* triathlon dapat dikatakan mengalami perkembangan apabila frekuensi atau jumlah penyelenggaraan selalu mengalami perkembangan setiap tahunnya. Berdasarkan hasil analisis pasar, terdapat beberapa penyelenggara *event* triathlon di Indonesia yang mendominasi pasar dengan pangsa pasar yang bervariasi setiap tahunnya. Data berikut memperlihatkan perbandingan pangsa pasar (*market share*) dari masing-masing penyelenggara *event* triathlon di Indonesia selama tiga tahun terakhir, yaitu tahun 2022, 2023, dan 2024. Informasi ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi CV Nextgen Creativa Tara dalam menentukan strategi pemasaran dan *positioning* di pasar olahraga triathlon di Indonesia. Berikut adalah *market share*



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

penyelenggaraan *event* Triathlon dari pesaing yang tertera pada Tabel 3.13.

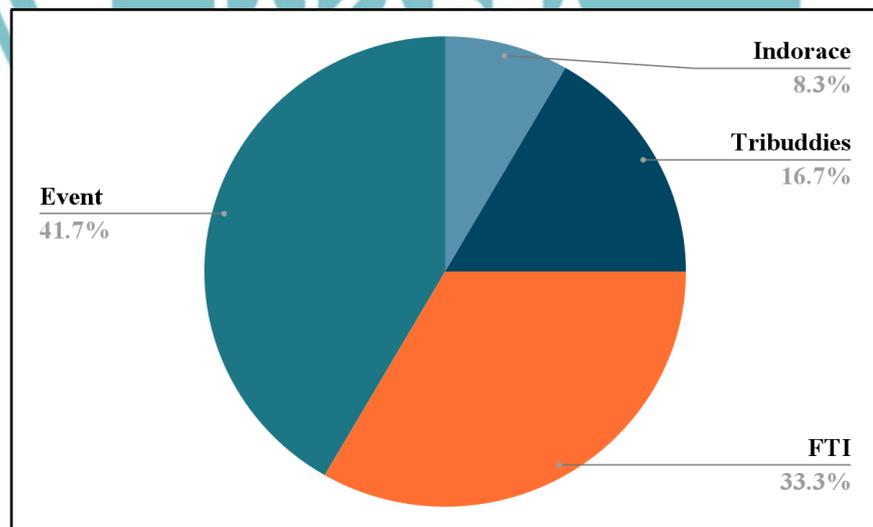
Tabel 3. 14 Market Share Event Triathlon di Indonesia Oleh Pesaing tahun 2022 - 2024

No	Nama Perusahaan	2022		2023		2024	
		F	%	F	%	F	%
1	Indorace	1	8,3	1	6,3	2	11,1
2	Trisports event / Tribuddies	2	16,7	3	18,7	3	16,7
3	Federasi Triathlon Indonesia	4	33,3	4	25	5	27,8
4	Event Triathlon Lainnya	5	41,7	8	50	8	44,4
Total		12	100	16	100	18	100

Sumber: Data diolah oleh CV Nextgen Creativa Tara, 2025

Analisis jumlah penyelenggaraan *event* triathlon oleh keempat pesaing dilakukan dari tahun 2022-2024. Data frekuensi penyelenggaraan event akan diolah untuk dilihat persentase total penyelenggaraan setiap tahunnya dari pesaing. *Market share* dari penyelenggaraan *event* triathlon tahun 2022 - 2024 pada Grafik 3.10 hingga Grafik 3.12.

Grafik 3. 10 Market Share Penyelenggaraan Event Triathlon Tahun 2022



Sumber: Data diolah CV Nextgen Creativa Tara, 2025



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

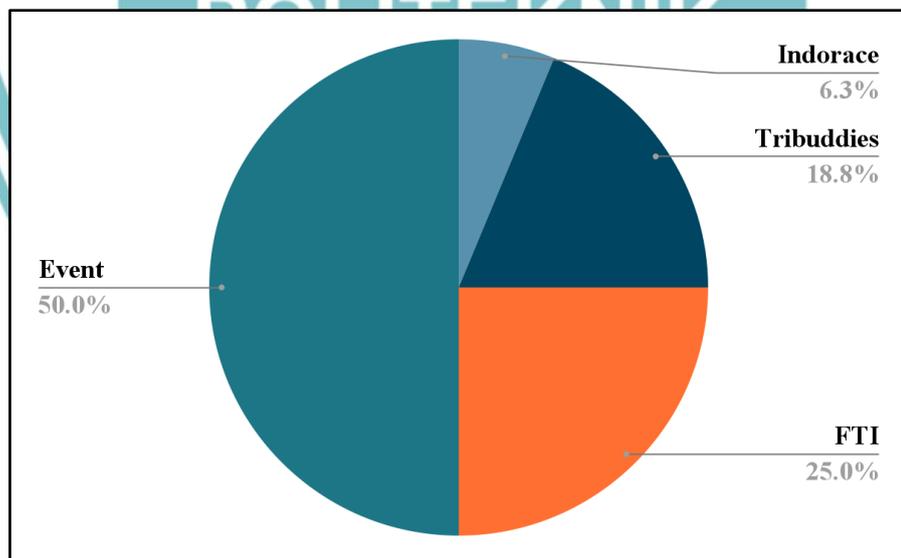
Hak Cipta :

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

Berdasarkan Grafik 3.10 dapat diketahui tahun 2022, dapat diketahui bahwa pada tahun 2022 terdapat 4 perusahaan yang menguasai pasar penyelenggaraan *event* triathlon di Indonesia, yaitu Indorace, Tribuddies, Federasi Triathlon Indonesia (FTI), dan *Event* Triathlon lainnya.

Pesaing dengan penyelenggaraan *event* triathlon terbanyak menyelenggarakan *event* triathlon adalah *Event* Triathlon Lainnya dengan persentase 41,7% dan jumlah penyelenggaraan *event* triathlon sebanyak 5 *event*, posisi kedua terdapat Federasi Triathlon Indonesia (FTI) yang memiliki persentase 33,3% dan jumlah penyelenggara *event* triathlon sebanyak 4 *event*. Sementara di posisi ketiga terdapat Tribuddies dengan persentase 16,7% dan jumlah penyelenggara 2 *event*, untuk posisi keempat terdapat Indorace dengan persentase 8,3% dan jumlah penyelenggara *event* sebanyak 1 *event*.

Grafik 3. 11 Market Share Penyelenggaraan Event Triathlon Tahun 2023



Sumber: Data diolah oleh CV Nextgen Creativa Tara, 2025

Berdasarkan Grafik 3.11, dapat diketahui bahwa pada tahun 2023 keempat perusahaan pesaing masih bertahan pada posisinya. *Event* Triathlon Lainnya pada tahun 2023 masih unggul menjadi market



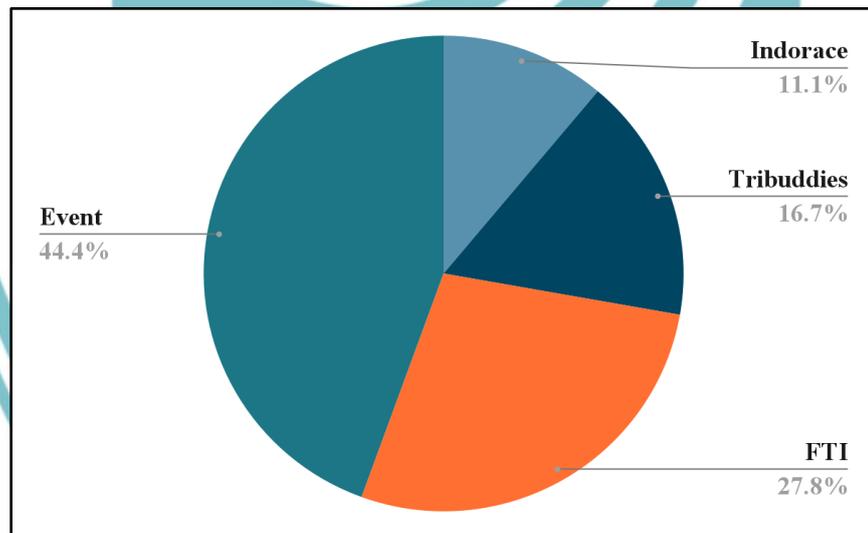
Hak Cipta :

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

leader dengan persentase 50% dan jumlah penyelenggaraan *event* triathlon sebanyak 8 *event*. Posisi kedua terdapat Federasi Triathlon Indonesia (FTI) dengan persentase 25% dan jumlah penyelenggaraan *event* triathlon sebanyak 4 *event*. Posisi ketiga diisi oleh Tribuddies dengan peningkatan *event* dari tahun sebelumnya dengan persentase 18,7% dan jumlah penyelenggaraan *event* triathlon sebanyak 3 *event*. Sedangkan di posisi terakhir ada Indorace yang memiliki persentase yaitu 6,3% dan jumlah penyelenggaraan *event* yaitu 1 *event*.

Kondisi ini menunjukkan bahwa persaingan di industri penyelenggaraan *event* triathlon di Indonesia masih terbuka lebar dan memiliki peluang pertumbuhan yang signifikan di masa mendatang.

Grafik 3. 12 Market Share Penyelenggaraan Event Triathlon Tahun 2024



Sumber: Data diolah CV Nextgen Creativa Tara, 2025

Berdasarkan Grafik 3.12 dapat diketahui bahwa pada tahun 2024, *Event Triathlon* Lainnya tetap mendominasi *market share* penyelenggaraan *event* triathlon dengan persentase 44,4% dan jumlah penyelenggaraan *event* triathlon sebanyak 8 *event*. Untuk posisi kedua Federasi Triathlon Indonesia masih unggul setelah *Event*



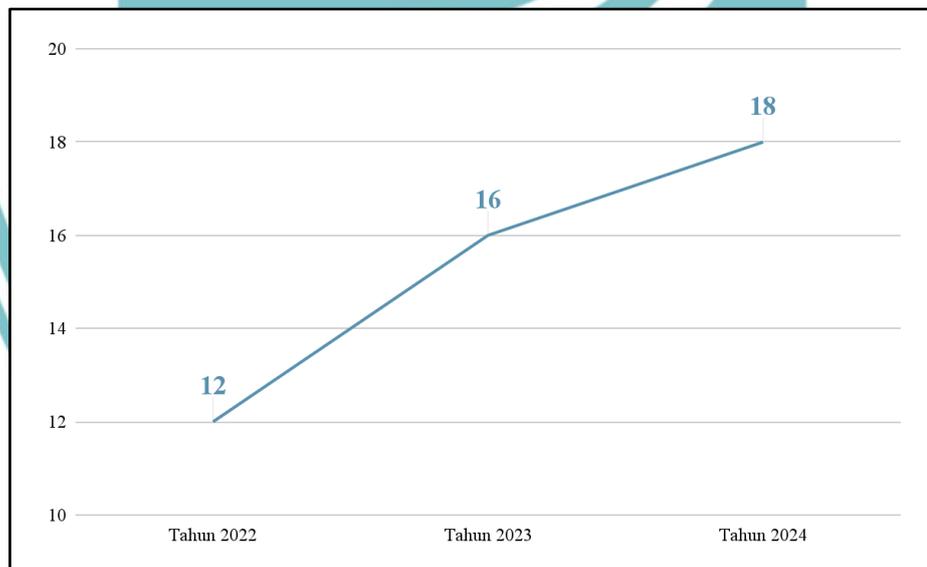
Hak Cipta :

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

Triathlon Lainnya yang mana dengan persentase 27,8% dan jumlah penyelenggaraan *event* triathlon sebanyak 5 *event*.

Untuk posisi ketiga disusul oleh Tribuddies dengan persentase 16,7% dan mengalami peningkatan jumlah penyelenggara *event* triathlon sebanyak 3 *event*. Untuk posisi keempat yaitu Indorace dengan persentase 11,1% dan jumlah penyelenggara *event* sebanyak 2 *event*. Dapat disimpulkan bahwa pengembangan *event* triathlon di Indonesia sangat meningkat pesat dilihat dari perkembangan pesaing yang menyelenggarakan *event* tersebut, Grafik 3.13 akan menerangkan terkait *trend Event Triathlon* yang oleh pesaing dari tahun 2022 - 2024.

Grafik 3. 13 Tren Pengembangan Penyelenggaraan *Event* Triathlon di Indonesia tahun 2022 - 2024



Sumber: Data diolah CV Nextgen Creativa Tara,2025

Berdasarkan Grafik 3.13, terlihat peningkatan yang stabil dari tahun 2022, 2023, dan 2024 dapat disimpulkan bahwa penyelenggaraan *event* triathlon menawarkan potensi bisnis yang menjanjikan. Karena setiap tahun, perusahaan-perusahaan dalam industri ini mengalami peningkatan yang *signifikan*.



© 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

Selanjutnya CV Nextgen Creativa Tara menghitung pengembangan tren pasar dapat diprediksi untuk 3 tahun setelahnya yaitu pada tahun 2026, 2027, dan 2028, perusahaan memprediksi dan melakukan analisis dari data - data *event* untuk menjadi tolak ukur dalam hasil perkiraan dengan menggunakan perhitungan metode *trend moment* untuk mengetahui persentase pertumbuhan rata-rata *event* di setiap tahunnya.

$$Y = a + bX$$

Diketahui:

Y = nilai trend periode tertentu

a = konstanta nilai Y jika X = 0

b = koefisien X (kemiringan garis trend/slope)

n = jumlah unit tahun yang dihitung dari tahun dasar

Adapun untuk menentukan nilai a dan b dapat dicari dengan persamaan berikut:

$$\sum Y_i = n \cdot a + b \cdot \sum X_i \quad (1)$$

$$\sum X_i Y_i = a \cdot \sum X_i + b \cdot \sum X_i^2 \quad (2)$$

Diketahui:

$\sum Y_i$ = jumlah penjualan aktual

n = jumlah tahun dalam data

$\sum X_i$ = jumlah variabel X

$\sum X_i Y_i$ = jumlah perkalian variabel X dan Y

$\sum X_i^2$ = jumlah kuadrat dari variabel X

Perhitungan metode *trend moment* Penyelenggaraan Event Triathlon di Indonesia ini menggunakan data penjualan yang terjadi (Y) pada lima tahun yaitu 2022-2024 dengan menjadikan tahun 2022 sebagai tahun dasar. Dengan demikian, variabel X yang digunakan yaitu 0,1,2,3,4 dengan angka 0 diletakkan pada tahun 2022. Berikut merupakan perhitungan *trend* perkembangan pasar penyelenggaraan



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

triathlon di Indonesia pada tahun 2026-2028 oleh perusahaan pesaing yaitu Indorace, Tribuddies, Federasi Triathlon Indonesia, dan Event Triathlon Lainnya.

a. Indorace

Perhitungan trend perkembangan pasar pada Indorace dapat dilihat pada tabel 3.15 sebagai berikut:

**Tabel 3. 15 Perhitungan Trend Perkembangan Pasar
Indorace Tahun 2022 - 2024**

Tahun	X_i	Y_i	$X_i \cdot Y_i$	X_i^2
2022	0	1	0	0
2023	1	1	1	1
2024	2	2	4	4
Total	3	4	5	5

Sumber: Data diolah CV Nextgen Creativa Tara, 2025

Berdasarkan pada tabel 3.15 dapat diketahui bahwa perkembangan *trend* untuk tahun-tahun berikutnya oleh Indorace bisa didapatkan melalui perhitungan dengan rumus $Y = a + bX$ yang diaplikasikan dalam perhitungan berikut:

$$\sum Y_i = n \cdot a + b \cdot \sum X_i$$

$$4 = 3a + 3b \quad (1)$$

$$\sum X_i Y_i = a \cdot \sum X_i + b \sum X_i^2$$

$$5 = 3a + 5b \quad (2)$$

$3a + 3b = 4$	x1	$3a + 3b = 4$
$3a + 5b = 5$	x1	$3a + 5b = 5 \quad (-)$
		$-2b = -1$ $b = 0,5$ $3a + 3b = 4$ $3a + 3(0,5) = 4$



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

	$3a + 1,5 = 4$ $3a = 4 - 1,5$ $3a = 2,5$ $a = 2,5/3$ $= 0,83$
--	---

Hasil dari perhitungan di atas menghasilkan nilai $a = 0,83$ dan $b = 0,5$. Nilai tersebut bisa dimasukkan ke dalam rumus $Y = a + bX$ sebagaimana perhitungan berikut:

Tahun 2025

$$Y = a + bX$$

$$Y = 0,83 + 0,5(3)$$

$$Y = 2,33 \text{ dibulatkan menjadi } 2$$

Tahun 2026

$$Y = a + bX$$

$$Y = 0,83 + 0,5(4)$$

$$Y = 2,83 \text{ dibulatkan menjadi } 3$$

Tahun 2027

$$Y = a + bX$$

$$Y = 0,83 + 0,5(5)$$

$$Y = 3,33 \text{ dibulatkan menjadi } 3$$

Tahun 2028

$$Y = a + bX$$

$$Y = 0,83 + 0,5(6)$$

$$Y = 3,83 \text{ dibulatkan menjadi } 4$$

Berdasarkan perhitungan diatas didapatkan hasil trend penyelenggaraan triathlon di Indonesia oleh Indorace yaitu pada tahun 2026 sebanyak 3 *event*, tahun 2027 sebanyak 3 *event*, dan tahun 2028 4 *event*.

b. Tribuddies

Perhitungan trend perkembangan pasar pada Tribuddies dapat dilihat pada tabel 3.16 sebagai berikut:

Tabel 3. 16 Perhitungan Trend Perkembangan Pasar Tribuddies Tahun 2022 - 2024

Tahun	X_i	Y_i	$X_i \cdot Y_i$	X_i^2
2022	0	2	0	0
2023	1	3	3	1
2024	2	3	6	4
Total	3	8	9	5

Sumber: Data diolah CV Nextgen Creativa Tara, 2025

Berdasarkan pada tabel 3.16 dapat diketahui bahwa perkembangan *trend* untuk tahun-tahun berikutnya oleh Indorace bisa didapatkan melalui perhitungan dengan rumus $Y = a + bX$ yang diaplikasikan dalam perhitungan berikut:

$$\sum Y_i = n \cdot a + b \cdot \sum X_i$$

$$8 = 3a + 3b \quad (1)$$

$$\sum X_i Y_i = a \cdot \sum X_i + b \sum X_i^2$$

$$9 = 3a + 5b \quad (2)$$

$3a + 3b = 8$	$\times 1$	$3a + 3b = 8$
$3a + 5b = 9$	$\times 1$	$3a + 5b = 9 \quad (-)$
		$-2b = -1$ $b = 0,5$
		$3a + 3b = 8$ $3a + 3(0,5) = 8$ $3a + 1,5 = 8$ $3a = 8 - 1,5$ $3a = 6,5$ $a = 6,5/3$ $= 2,16$

Hasil dari perhitungan di atas menghasilkan nilai $a = 2,16$ dan $b = 0,5$. Nilai tersebut bisa dimasukkan ke dalam rumus $Y = a + bX$ sebagaimana perhitungan berikut:

Tahun 2025



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 satu 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



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 satu 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

$$Y = a + bX$$

$$Y = 2,16 + 0,5(3)$$

$$Y = 3,66 \text{ dibulatkan menjadi } 4$$

Tahun 2026

$$Y = a + bX$$

$$Y = 2,16 + 0,5(4)$$

$$Y = 4,16 \text{ dibulatkan menjadi } 4$$

Tahun 2027

$$Y = a + bX$$

$$Y = 2,16 + 0,5(5)$$

$$Y = 4,66 \text{ dibulatkan menjadi } 5$$

Tahun 2028

$$Y = a + bX$$

$$Y = 2,16 + 0,5(6)$$

$$Y = 5,16 \text{ dibulatkan menjadi } 5$$

Berdasarkan perhitungan diatas didapatkan hasil trend penyelenggaraan triathlon di Indonesia oleh Tribuddies yaitu pada tahun 2026 sebanyak 4 *event*, tahun 2027 sebanyak 5 *event*, dan tahun 2028 5 *event*.

c. Federasi Triathlon Indonesia

Perhitungan trend perkembangan pasar pada FTI dapat dilihat pada tabel 3.17 sebagai berikut:

Tabel 3. 17 Perhitungan Trend Perkembangan Pasar Indorace Tahun 2022 - 2024

Tahun	X_i	Y_i	$X_i \cdot Y_i$	X_i^2
2022	0	4	0	0
2023	1	4	4	1
2024	2	5	10	4
Total	3	13	14	5

Sumber: Data diolah CV Nextgen Creativa Tara, 2025



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

Berdasarkan pada tabel 3.17 dapat diketahui bahwa perkembangan *trend* untuk tahun-tahun berikutnya oleh Indorace bisa didapatkan melalui perhitungan dengan rumus $Y = a + bX$ yang diaplikasikan dalam perhitungan berikut:

$$\Sigma Yi = n.a + b.\Sigma Xi$$

$$13 = 3a + 3b \quad (1)$$

$$\Sigma XiYi = a.\Sigma Xi + b \Sigma Xi^2$$

$$14 = 3a + 5b \quad (2)$$

$3a + 3b = 13$	x1	$3a + 3b = 13$
$3a + 5b = 14$	x1	$3a + 5b = 14 \quad (-)$
		$-2b = -1$ $b = 0,5$ $3a + 3b = 13$ $3a + 3(0,5) = 13$ $3a + 1,5 = 13$ $3a = 13 - 1,5$ $3a = 11,5$ $a = 11,5/3$ $= 3,83$

Hasil dari perhitungan di atas menghasilkan nilai $a = 3,83$ dan $b = 0,5$. Nilai tersebut bisa dimasukkan ke dalam rumus $Y = a + bX$ sebagaimana perhitungan berikut:

Tahun 2025

$$Y = a + bX$$

$$Y = 3,83 + 0,5(3)$$

$$Y = 5,33 \text{ dibulatkan menjadi } 5$$

Tahun 2026

$$Y = a + bX$$

$$Y = 3,83 + 0,5(4)$$

$$Y = 5,83 \text{ dibulatkan menjadi } 6$$

Tahun 2027



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

$$Y = a + bX$$

$$Y = 3,83 + 0,5(5)$$

$$Y = 6,33 \text{ dibulatkan menjadi } 6$$

Tahun 2028

$$Y = a + bX$$

$$Y = 3,83 + 0,5(6)$$

$$Y = 6,83 \text{ dibulatkan menjadi } 7$$

Berdasarkan perhitungan diatas didapatkan hasil trend penyelenggaraan triathlon di Indonesia oleh Tribuddies yaitu pada tahun 2026 sebanyak 6 *event*, tahun 2027 sebanyak 6 *event*, dan tahun 2028 7 *event*.

d. Event Triathlon Lainnya

Perhitungan trend perkembangan pasar pada Event Triathlon Lainnya dapat dilihat pada tabel 3.18 sebagai berikut:

**Tabel 3. 18 Perhitungan Trend Perkembangan Pasar
Indorace Tahun 2022 - 2024**

Tahun	X_i	Y_i	$X_i \cdot Y_i$	X_i^2
2022	0	5	0	0
2023	1	8	8	1
2024	2	8	16	4
Total	3	21	24	5

Sumber: Data diolah CV Nextgen Creativa Tara, 2025

Berdasarkan pada tabel 3.18 dapat diketahui bahwa perkembangan *trend* untuk tahun-tahun berikutnya oleh Indorace bisa didapatkan melalui perhitungan dengan rumus $Y = a + bX$ yang diaplikasikan dalam perhitungan berikut:

$$\Sigma Y_i = n \cdot a + b \cdot \Sigma X_i$$

$$21 = 3a + 3b \quad (1)$$



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

$$\Sigma X_i Y_i = a \cdot \Sigma X_i + b \Sigma X_i^2$$

$$24 = 3a + 5b \quad (2)$$

$3a + 3b = 21$	x1	$3a + 3b = 21$
$3a + 5b = 24$	x1	$3a + 5b = 24 \quad (-)$
		$-2b = -3$ $b = 1,5$ $3a + 3b = 21$ $3a + 3(1,5) = 21$ $3a + 4,5 = 13$ $3a = 21 - 4,5$ $3a = 16,5$ $a = 16,5/3$ $= 5,5$

Hasil dari perhitungan di atas menghasilkan nilai $a = 5,5$ dan $b = 1,5$. Nilai tersebut bisa dimasukkan ke dalam rumus $Y = a + bX$ sebagaimana perhitungan berikut:

Tahun 2025

$$Y = a + bX$$

$$Y = 5,5 + 1,5(3)$$

$$Y = 10$$

Tahun 2026

$$Y = a + bX$$

$$Y = 5,5 + 1,5(4)$$

$$Y = 11,5 \text{ dibulatkan menjadi } 12$$

Tahun 2027

$$Y = a + bX$$

$$Y = 5,5 + 1,5(5)$$

$$Y = 13$$

Tahun 2028

$$Y = a + bX$$

$$Y = 5,5 + 1,5(6)$$

$$Y = 14,5 \text{ dibulatkan menjadi } 15$$

Berdasarkan perhitungan diatas didapatkan hasil trend penyelenggaraan triathlon di Indonesia oleh Event Triathlon Lainnya yaitu pada tahun 2026 sebanyak 12 *event*, tahun 2027 sebanyak 13 *event*, dan tahun 2028 15 *event*.

3.4.2 Tren Perkembangan Partisipan Pada Event Triathlon di Indonesia

CV Nextgen Creativa Tara melakukan analisis *trend* perkembangan pasar terhadap partisipan *event* triathlon di Indonesia yang dilakukan dengan rumus *mean growth* atau pertumbuhan rata - rata dengan Tabel 3.19 Menerangkan tentang *market share* jumlah partisipan terhadap pesaing untuk *event* triathlon di Indonesia pada tahun 2022 - 2024 sebagai berikut.

Tabel 3. 19 Market Share Jumlah Partisipan Event Triathlon di Indonesia Oleh Pesaing Pada tahun 2022 - 2024

No	Nama Perusahaan	2022		2023		2024	
		F	%	F	%	F	%
1	Indorace	120	4.1	131	4.6	338	6.7
2	Trisports event / Tribuddies	216	8.4	254	9	381	7.5
3	Federasi Triathlon Indonesia	863	33.6	946	33,4	1.214	24.1
4	Event Triathlon Lainnya	1.371	53.3	1.505	53.1	3.114	61.7
Total		2.570	100	2.836	100	5.047	100

Sumber: Data diolah CV Nextgen Creativa Tara, 2025

$$\text{Mean Growth} = \frac{(\text{Present Value} - \text{Past Value})}{\text{Past alue}} \times 100$$

Berikut ini pertumbuhan pasar dalam jumlah partisipan dalam event triathlon:

$$\begin{aligned} \text{Tahun 2022} - \text{2023} &= \frac{2.836 - 2.570}{2.570} \\ &= \frac{266}{2.570} \end{aligned}$$



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



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

$$= 0,10$$

$$\text{Tahun 2023} - 2024 = \frac{5.047 - 2.836}{2.836}$$

$$= \frac{2.211}{2.836}$$

$$= 0,78$$

$$\text{Mean Growth} = \frac{0,10 + 0,78}{2} \times 100$$

$$= 44\%$$

Diketahui bahwa persentase pertumbuhan rata - rata jumlah partisipan dari penyelenggara *event* triathlon 2022 - 2024 yaitu 44%. Selanjutnya adalah perhitungan dilakukan perhitungan penyelenggaraan pertahun yang dilakukan oleh pesaing mulai dari 2025 sebagai berikut:

$$\text{Proyeksi Tahun 2025} = \frac{44}{100} \times 5.047$$

$$= 2.229 + 5.047$$

$$= 7.276 \text{ Partisipan}$$

$$\text{Proyeksi Tahun 2026} = \frac{44}{100} \times 7.276$$

$$= 3.213 + 7.276$$

$$= 10.488 \text{ Partisipan}$$

$$\text{Proyeksi Tahun 2027} = \frac{44}{100} \times 10.488$$

$$= 4.631 + 10.488$$

$$= 15.119 \text{ Partisipan}$$

$$\text{Proyeksi Tahun 2028} = \frac{44}{100} \times 15.119$$

$$= 6.676 + 15.119$$

$$= 21.795 \text{ Partisipan}$$

Berdasarkan hasil perhitungan, bahwa jumlah partisipan *event* triathlon di Indonesia pada tahun 2025 diproyeksikan menjadi 7.276



© 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

Partisipan, pada tahun 2026 terdapat 10.488 Partisipan, pada tahun 2027 terdapat 15.119 Partisipan, dan pada tahun 2028 terdapat 21.795 Partisipan.

Selanjutnya adalah perhitungan mengenai persentase kenaikan jumlah partisipan *event* triathlon yang akan diselenggarakan oleh pesaing pada tahun 2022, 2023, dan 2024 serta proyeksi jumlah penyelenggaraan *event* triathlon yang akan diselenggarakan oleh pesaing pada tahun 2026, 2027, dan 2028 berdasarkan persentase yang dicari.

$$\text{Indorace} = \frac{4,7\% + 4,6\% + 6,7\%}{3} = 5\%$$

$$\text{Proyeksi 2026} = 10.488 \times 5\% = 559 \text{ Partisipan}$$

$$\text{Proyeksi 2027} = 15.119 \times 5\% = 806 \text{ Partisipan}$$

$$\text{Proyeksi 2028} = 21.795 \times 5\% = 1.161 \text{ Partisipan}$$

$$\text{Trisports event/Tribuddies} = \frac{8,4\% + 9\% + 7,5\%}{3} = 8\%$$

$$\text{Proyeksi 2026} = 10.488 \times 8\% = 3.181 \text{ Partisipan}$$

$$\text{Proyeksi 2027} = 15.119 \times 8\% = 4.586 \text{ Partisipan}$$

$$\text{Proyeksi 2028} = 21.795 \times 8\% = 6.611 \text{ Partisipan}$$

$$\text{Federasi Triathlon Indonesia} = \frac{33,6\% + 33,4\% + 24,1\%}{3} = 30\%$$

$$\text{Proyeksi 2026} = 10.488 \times 30\% = 2.041 \text{ Partisipan}$$

$$\text{Proyeksi 2027} = 15.119 \times 30\% = 2.367 \text{ Partisipan}$$

$$\text{Proyeksi 2028} = 21.795 \times 30\% = 2.746 \text{ Partisipan}$$



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

$$\text{Event Triathlon Lainnya} = \frac{53,3\% + 53,1\% + 61,7\%}{3} = 56\%$$

$$\text{Proyeksi 2026} = 10.488 \times 56\% = 309 \text{ Partisipan}$$

$$\text{Proyeksi 2027} = 15.119 \times 56\% = 358 \text{ Partisipan}$$

$$\text{Proyeksi 2028} = 21.795 \times 56\% = 416 \text{ Partisipan}$$

Setelah mengetahui persentase kenaikan setiap pesaing, langkah selanjutnya ialah menghitung proyeksi jumlah partisipan *event* triathlon dari setiap pesaing. Perhitungan frekuensi jumlah partisipan *event* triathlon pada setiap pesaing dilakukan dengan mengalikan persentase kenaikan dengan hasil proyeksi jumlah partisipan *event* triathlon, sehingga didapatkan hasil yang tersaji pada Tabel 3.20 sebagai berikut.

Tabel 3. 20 Perkiraan Jumlah Partisipan *Event* Triathlon di Indonesia Oleh Pesaing Pada tahun 2026 - 2028

No	Nama Perusahaan	2026		2027		2028	
		F	%	F	%	F	%
1	Indorace	559	5	806	5	1.161	5
2	Trisports event / Tribuddies	871	8	1.255	8	1.810	8
3	Federasi Triathlon Indonesia	3.181	30	4.586	30	6.611	30
4	Event Triathlon Lainnya	5.877	56	8.473	56	12.214	56
Total		10.488	100	15.119	100	21.795	100

Sumber: Data diolah CV Nextgen Creativa Tara, 2025

3.5 Proyeksi Penjualan

Proyeksi Penjualan adalah perkiraan pendapatan yang ada di masa depan berdasarkan data - data yang dimiliki di masa kini. Proyeksi penjualan ini juga dinamakan sebagai peramalan dalam bisnis, menurut Yudaruddin (2019:4), peramalan merupakan bagian integral dari sistem perencanaan 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

kontrol, dan organisasi memerlukan prosedur peramalan yang memungkinkan perusahaan untuk memprediksi masa depan secara efektif dan tepat waktu. Berdasarkan analisis *trend* perkembangan pasar dari para pesaing dapat diketahui pertumbuhan rata - rata penyelenggaraan dan jumlah partisipan *event* triathlon di Indonesia. Dengan informasi tersebut proyeksi penjualan CV Nextgen Creativa Tara dapat dihitung untuk tiga tahun ke depan, yaitu dari tahun 2026 - 2028.

Proyeksi ini mempertimbangkan kemampuan perusahaan di tahun pertama dan perbaikan yang diperkirakan seiring dengan bertambahnya usia perusahaan. Setelah mendapatkan proyeksi data dalam perkembangan penyelenggaraan *event* maupun jumlah partisipan *event* triathlon di Indonesia, selanjutnya adalah membuat proyeksi perkiraan jumlah penjualan produk perusahaan.

3.5.1 Proyeksi Penyelenggaraan *Event* Nusantara Triathlon Series (NTS)

Proyeksi penjualan CV Nextgen Creativa Tara berdasarkan trend perkembangan pasar dari setiap perusahaan pesaing pada tahun 2026 - 2028. Dengan informasi tersebut bahwa dapat diproyeksikan penjualan untuk CV Nextgen Creativa Tara selama 3 tahun ke depan, dari tahun 2026 - 2028. Proyeksi penyelenggaraan Nusantara Triathlon Series (NTS) pada Tabel 3.21 berikut.

Tabel 3. 21 Proyeksi CV Nextgen Creativa Tara Tahun 2026 - 2028

No	Nama Perusahaan	2026		2027		2028	
		F	%	F	%	F	%
1	Indorace	3	12	3	11.1	4	12.9
2	Trisports event / Tribuddies	4	16	5	18.5	5	16.1
3	Federasi Triathlon Indonesia	6	24	6	22.2	7	22.6



Hak Cipta :

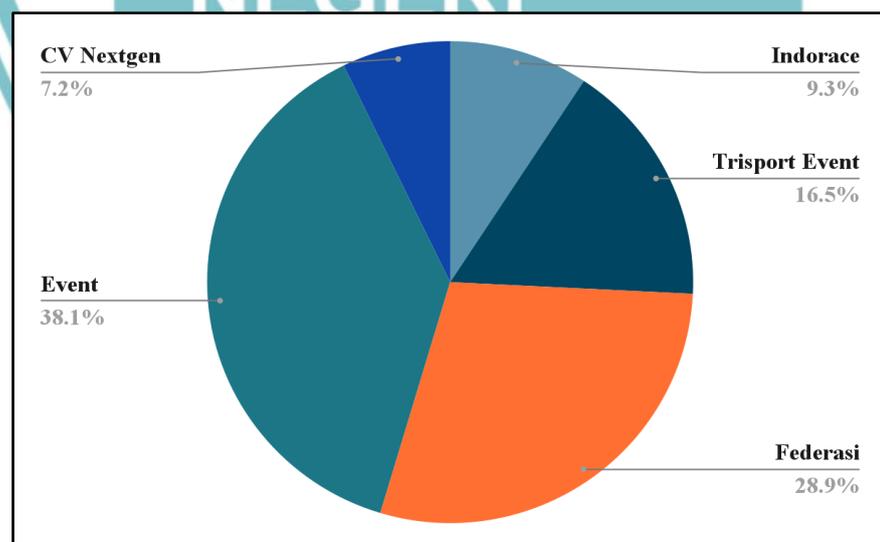
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

4	Event Triathlon Lainnya	12	40	13	40,7	15	38.7
5	CV Nextgen Creativa Tara	2	8	2	7.4	3	9.7
Total		25	100	27	100	31	100

Sumber: Data diolah CV Nextgen Creativa Tara, 2025

Berdasarkan analisa dari *market share* yang dilakukan oleh CV Nextgen Creativa Tara menganalisa perhitungan peluang terhadap pesaing untuk tahun 2026, 2027, dan 2028 yang sejalan dengan rencana produksi perusahaan. Tahun 2026 mengambil sekitar 8% *market share* dari total *event* triathlon lainnya, pada tahun selanjutnya sebesar 27% pada tahun 2027, dan tahun 2029 sebesar 9,7% dari dari total *event* triathlon lainnya. Diharapkan, CV Nextgen Creativa Tara dapat memanfaatkan peluang pada perusahaan maupun instansi yang tidak ditangani oleh event organizer. Selanjutnya adalah *pie chart* persentase *market share* pada tahun 2026 - 2028 yang dapat dilihat dari penjabaran grafik 3.14 dibawah ini:

Grafik 3. 14 Proyeksi Penjualan 2026 CV Nextgen Creativa Tara tahun 2026 - 2028



Sumber: Data diolah CV Nextgen Creativa Tara, 2025



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

Dari Grafik yang diatas, bahwa CV Nextgen Creativa Tara selama periode 2026, 2027, dan 2028 dengan perincian 2 *event* pada tahun 2026, 2 *event* pada tahun 2027 dan 3 *event* pada tahun 2028. Berdasarkan hasil perhitungan *trend* dan *market share* pesaing, dapat diketahui pertumbuhan rata-rata penyelenggaraan event triathlon secara keseluruhan serta pertumbuhan pesaing.

Perhitungan tersebut menunjukkan bahwa terdapat peluang bagi pasar kegiatan penyelenggaraan *event* triathlon untuk perusahaan. Berikut adalah proyeksi penjualan produk oleh CV Nextgen Creativa Tara 2026 - 2028 disajikan pada Tabel 3.22 sebagai berikut.

Tabel 3. 22 Proyeksi Penjualan Produk oleh CV Nextgen Creativa Tara 2026 - 2028

TAHUN	RENCANA PENJUALAN	
	Produk Utama	Produk Pendukung
2026	2	8
2027	2	10
2028	3	9

Sumber: Data diolah CV Nextgen Creativa Tara, 2025

Dalam upaya mengoptimalkan potensi penjualan dan mencapai sasaran bisnis yang telah ditetapkan, perusahaan secara sistematis membagi target atau rencana penjualan untuk setiap *event* dengan mempertimbangkan peluang dan tren pasar yang berkembang setiap tahunnya. Rencana penjualan produk utama CV Nextgen Creativa Tara, dirancang untuk dilaksanakan di Destinasi Super Prioritas (DSP) yang berbeda setiap tahunnya. Hal ini bertujuan untuk mendukung pemerataan promosi pariwisata nasional dan memberikan dampak ekonomi positif bagi berbagai daerah tujuan wisata di Indonesia.

Dengan mengadakan *event* di destinasi yang berbeda setiap tahun, diharapkan dapat menarik minat wisatawan domestik maupun



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 satu 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

mancanegara untuk mengunjungi berbagai DSP, seperti Danau Toba, Borobudur, Mandalika, Labuan Bajo, dan Likupang. Selain itu, strategi ini juga diharapkan dapat meningkatkan nilai jual *event*, menciptakan variasi pengalaman bagi peserta, dan memperkuat positioning CV Nextgen Creativa Tara sebagai penyelenggara *event* olahraga berskala nasional yang inovatif dan adaptif terhadap tren pariwisata.

Rencana penjualan produk utama yang disusun dalam tabel mencerminkan perhitungan realistis berdasarkan potensi masing-masing DSP, kesiapan infrastruktur, serta tren minat pasar terhadap *sport tourism* di lokasi tersebut. Rincian pembagian tersebut dapat dilihat secara lebih jelas pada Tabel 3.23 yang tertera di bawah ini.

Tabel 3. 23 Rencana Penjualan Berdasarkan Tahun 2026

No	Produk	2026											
		Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Ags	Sep	Okt	Nov	Des
Produk Utama - Nusantara Triathlon Series													
1	Borobudur Triathlon Xperience					1							
2	Mandalika Triathlon Xperience									1			
Produk Pendukung													
1	Xperience Fun Run							1					
2	Xperience Fun Ride		1									1	
3	NTS Dual Coaching Class & Private Program	1		1			1		1				1

Sumber: Data diolah CV Nextgen Creativa Tara, 2025

Pada Tabel 3.23 dijelaskan bahwa pada tahun 2026, CV Nextgen Creativa Tara akan melaksanakan program strategis yang menjadi



© 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

produk utama perusahaan, yaitu Nusantara Triathlon Series (NTS). *Event* berskala Internasional ini dirancang sebagai ajang olahraga multi-cabang yang menyatukan kegiatan renang, bersepeda, dan lari dalam satu rangkaian kompetisi.

Pada tahun tersebut, NTS dijadwalkan akan diselenggarakan sebanyak dua kali, dengan lokasi pelaksanaan yang telah ditetapkan yaitu di kawasan wisata ikonik Borobudur, Jawa Tengah, dan Mandalika, Nusa Tenggara Barat. Pemilihan kedua lokasi tersebut sesuai dengan survei yang perusahaan lakukan dan mempertimbangkan potensi pariwisata serta dukungan infrastruktur yang memadai untuk pelaksanaan *event* berskala besar serta merupakan Destinasi Super Prioritas (DSP).

Sebagai bentuk strategi pemasaran dan pendekatan kepada masyarakat luas, CV Nextgen Creativa Tara juga menyiapkan produk pendukung guna meningkatkan antusiasme dan partisipasi publik terhadap *event* utama tersebut. Produk pendukung yang dimaksud adalah kegiatan Fun Run dan Fun Ride, yang dirancang sebagai *event* olahraga rekreatif dengan tingkat kesulitan yang lebih ringan dibandingkan triathlon, sehingga dapat diikuti oleh kalangan umum, termasuk pemula dan keluarga. Pelaksanaan kegiatan ini akan dilakukan sebelum *event* utama, sebagai bentuk pemanasan sekaligus ajang pengenalan dan promosi terhadap Nusantara Triathlon Series.

Untuk mendukung keberhasilan program ini, perusahaan menargetkan pelaksanaan total tiga *event* produk pendukung, yang terdiri dari dua kegiatan Fun Run dan satu kegiatan Fun Ride. Kegiatan Fun Run direncanakan akan diselenggarakan masing-masing di Jakarta, sebagai rangkaian dari promosi lokal untuk menjaring partisipan dari komunitas sekitar maupun wisatawan. Sementara itu, kegiatan Fun Ride akan difokuskan pada satu lokasi



© 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

dengan konsep rute sepeda santai yang menyusuri kawasan wisata unggulan setempat.

Dengan pendekatan ini, CV Nextgen Creativa Tara berharap dapat menciptakan suasana kompetisi yang inklusif, menyenangkan, dan mampu menjangkau lebih banyak lapisan masyarakat, sekaligus memperkuat brand positioning Nusantara Triathlon Series sebagai *event* olahraga dan pariwisata unggulan di Indonesia.

Dalam rangka mempersiapkan dan mengikuti penyelenggaraan *event* Nusantara Triathlon Series, perusahaan membuat produk pendukung yaitu NTS Dual Coaching Private Program. NTS Dual Coaching Class Program merupakan salah satu produk pendukung utama yang dirancang secara khusus untuk membantu para partisipan mempersiapkan diri menghadapi ajang Nusantara Triathlon Series (NTS). Program ini difokuskan pada pelatihan dua cabang olahraga utama dalam triathlon, yaitu lari dan bersepeda. Pada proyeksi di atas perusahaan menargetkan pada tahun 2026 terdapat 5 *batch* untuk penyelenggaraan *coaching* yang terdiri dari *class (reguler)* dan *private*.

Rencana pembagian proyeksi penjualan produk perusahaan untuk tahun 2027 akan dijelaskan dalam Tabel 3.24 berikut.

Tabel 3. 24 Rencana Penjualan Berdasarkan Tahun 2027

No	Produk	2027											
		Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Ags	Sep	Okt	Nov	Des
Produk Utama - Nusantara Triathlon Series													
1	Danau Toba Triathlon Xperience					1							
2	Borobudur Triathlon Xperience										1		



© 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

Produk Pendukung												
1	Xperience Fun Run		1								1	
2	Xperience Fun Ride						1					1
3	NTS Dual Coaching Class & Private Program	1		1	1		1		1			1

Sumber: Data diolah CV Nextgen Creativa Tara, 2025

Pada tahun 2027, proyeksi penyelenggaraan Nusantara Triathlon Series direncanakan sebanyak 2 kali penyelenggaraan. Produk pendukung juga akan diselenggarakan sebelum produk utama. Produk pendukung direncanakan sebanyak 10 kali penyelenggaraan yang meliputi Xperience Fun Run, *Xperience Fun Ride*, dan *NTS Dual Coaching Class & Private Program*. Berikut merupakan Tabel 3.25 yang berisikan rencana pembagian proyeksi penjualan produk penyelenggaraan *event* Nusantara Triathlon Series di tahun 2028.

Tabel 3. 25 Rencana Penjualan Berdasarkan Tahun 2028

No	Produk	2028											
		Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Ags	Sep	Okt	Nov	Des
Produk Utama - Nusantara Triathlon Series													
1	Mandalika Triathlon Xperience				1								
2	Danau Toba Triathlon Xperience							1					
3	Borobudur Triathlon Xperience												1
Produk Pendukung													
1	Xperience Fun Run		1								1		
2	Xperience Fun Ride						1						



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

3	NTS Dual Coaching Class & Private Program Class	1		1		1		1			1	1	
---	---	---	--	---	--	---	--	---	--	--	---	---	--

Sumber: Data diolah CV Nextgen Creativa Tara, 2025

Memasuki tahun ketiga, yaitu tahun 2028, CV Nextgen Creativa Tara meningkatkan penyelenggaraan Nusantara Triathlon Series sebanyak 3 kali penyelenggaraan *event*. Di tahun ini, perusahaan diharapkan sudah memiliki partisipan setia mengikuti *event* tahunan yang diselenggarakan oleh perusahaan dan mulai dikenal di pasar. Peningkatan jumlah penyelenggaraan yang direncanakan di tahun ini diharapkan akan menjadi strategi kunci untuk memperkuat posisi perusahaan dalam industri.

3.5.2 Proyeksi Jumlah Partisipan Pada Penyelenggaraan *Event* Nusantara Triathlon Series (NTS)

Proyeksi penjualan membantu perusahaan dalam menetapkan target dan memantau perkembangan tren pasar secara berkelanjutan. Dengan proyeksi ini, perusahaan bisa mendapatkan gambaran yang lebih jelas mengenai kondisi penjualan di masa depan, baik untuk beberapa bulan ke depan maupun hingga tiga tahun mendatang.

Target penjualan ditetapkan dengan mengambil 4% dari total partisipan *event* triathlon yang diselenggarakan oleh pihak lain, berdasarkan peluang yang terlihat dalam proyeksi penjualan untuk tahun 2026 hingga 2028. Perhitungannya dilakukan dengan mengalikan total proyeksi partisipan dari tahun sebelumnya dengan persentase target yang ditentukan, yaitu 4%. Rincian proyeksi penjualan partisipan *event* triathlon dapat dilihat pada Tabel 3.26 berikut ini.



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

Tabel 3. 26 Proyeksi Penjualan partisipan CV Nextgen Creativa Tara 2026 - 2028

No	Nama Perusahaan	2026		2027		2028	
		F	%	F	%	F	%
1	Indorace	559	5	806	5	1.161	5
2	Trisports event / Tribuddies	871	8	1.255	8	1.810	8
3	Federasi Triathlon Indonesia	3.181	30	4.586	30	6.611	30
4	Event Triathlon Lainnya	5.458	52	7.868	52	11.342	52
5	CV Nextgen Creativa Tara	420	4	605	4	872	4
Total		10.488	100	15.119	100	21.795	100

Sumber: Data diolah CV Nextgen Creativa Tara, 2025

Berdasarkan Tabel 3.26, dapat diketahui bahwa target partisipan *event* triathlon di tahun 2026 berjumlah 210 partisipan. Jumlah tersebut meningkat pada tahun-tahun berikutnya, di tahun 2027 menjadi 245 partisipan dan 283 partisipan di tahun 2028.

Jumlah partisipan pada penyelenggaraan Nusantara Triathlon Series tahun 2026 direncanakan terbagi di dua destinasi Destinasi Super Prioritas (DSP), yaitu Borobudur dan Mandalika. Pemilihan dua lokasi ini mempertimbangkan potensi daya tarik wisata, kesiapan infrastruktur penunjang *event* olahraga, serta antusiasme masyarakat dan wisatawan terhadap *sport tourism* di wilayah tersebut.

Pembagian target partisipan yang merata di setiap lokasi diharapkan dapat mendistribusikan manfaat ekonomi lokal secara adil, meningkatkan kunjungan wisatawan, serta memberikan pengalaman beragam bagi peserta. Strategi ini juga mendukung visi jangka panjang CV Nextgen Creativa Tara untuk memperluas jangkauan pasar dan memperkenalkan potensi *sport tourism* di berbagai DSP secara berkelanjutan. Proyeksi penjualan partisipan setiap tahun



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

tersebut selanjutnya terdapat untuk produk utama dan produk pendukung. Persentase pembagian Rencana penjualan jumlah partisipan Nusantara Triathlon Series 2026 tersaji pada Tabel 3.27 sebagai berikut.

Tabel 3. 27 Rencana Penjualan Partisipan Berdasarkan Tahun 2026

No	Produk Utama	Frekuensi Produk Utama
1	Borobudur Triathlon Xperience	210 Partisipan
2	Mandalika Triathlon Xperience	210 Partisipan
Total		420 Partisipan
No	Produk Pendukung	Frekuensi Produk Pendukung
1	Xperience Fun Run	500 Partisipan
2	Xperience Fun Ride	500 Partisipan
3	NTS Dual Coaching Class & Private Program	140 Partisipan
Total		1.140 Partisipan

Sumber: Data diolah CV Nextgen Creativa Tara, 2025

Berdasarkan Tabel berikut adalah rencana penjualan partisipan pada tahun 2026, pada produk utama perusahaan kami yaitu Borobudur Triathlon Xperience dan Mandalika Triathlon Xperience. Perusahaan kami menargetkan penjualan untuk produk utama dan Jumlah partisipan sebanyak 420 partisipan dengan target partisipan setiap *event* adalah sebanyak 210 partisipan.



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

Tidak hanya produk utama, produk pendukung yang kami rancang dengan 4 jenis produk yaitu Xperience Fun Run dan Xperience Fun Ride dengan masing - masing jumlah partisipan adalah 500 partisipan, sementara NTS Dual Coaching Class & Private Program menargetkan 140 partisipan dan total partisipan dari 4 produk tersebut sebanyak 1.140 partisipan. Rencana pembagian proyeksi penjualan jumlah partisipan produk perusahaan untuk tahun 2027 akan dijelaskan dalam Tabel 3.28 berikut.

Tabel 3. 28 Rencana Penjualan Partisipan Berdasarkan Tahun 2027

No	Produk Utama	Frekuensi Produk Utama
1	Danau Toba Triathlon Xperience	245 Partisipan
2	Borobudur Triathlon Xperience	245 Partisipan
Total		490 Partisipan
No	Produk Pendukung	Frekuensi Produk Pendukung
1	Xperience Fun Run	600 Partisipan
2	Xperience Fun Ride	550 Partisipan
3	NTS Dual Coaching Class & Private Program	270 Partisipan
Total		1.420 Partisipan

Sumber: Data diolah CV Nextgen Creativa Tara, 2025

Pada Tabel 3.28, menerangkan bahwa pada tahun 2027 perusahaan kami menargetkan adanya kenaikan jumlah partisipan dari tahun sebelumnya. Pada tahun ini perusahaan kami mulai dikenali oleh masyarakat maupun komunitas sehingga membantu mempromosikan *event* Nusantara Triathlon Series pada tahun kedua.



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

Jumlah partisipan pada tahun 2027 pada produk utama masing - masing target partisipan sebanyak 245 partisipan.

Sementara untuk produk pendukung kami menargetkan juga mengalami peningkatan dengan konsep yang menarik, dengan total partisipan yaitu 1.420 partisipan yang terdiri dari 600 partisipan Xperience Fun Run, 550 partisipan Xperience Fun Run, dan NTS Dual Coaching Class & Private Program sebanyak 270 partisipan. Berikut merupakan Tabel 3.29 yang berisikan rencana pembagian proyeksi penjualan jumlah partisipan *event* Nusantara Triathlon Series di tahun 2028.

Tabel 3. 29 Rencana Penjualan Partisipan Berdasarkan Tahun 2028

No	Produk Utama	Frekuensi Produk Utama
1	Mandalika Triathlon Xperience	283 Partisipan
2	Danau Toba Triathlon Xperience	283 Partisipan
3	Borobudur Triathlon Xperience	283 Partisipan
Total		849 Partisipan
No	Produk Pendukung	Frekuensi Produk Pendukung
1	Xperience Fun Run	780 Partisipan
2	Xperience Fun Ride	605 Partisipan
3	NTS Dual Coaching Class & Private Program	300 Partisipan
Total		1.550 Partisipan

Sumber: Data diolah CV Nextgen Creativa Tara, 2025

Tahun 2028 merupakan tahun ketiga CV Nextgen Creativa Tara merintis bisnis, produk yang perusahaan tawarkan ditargetkan akan kembali mengalami peningkatan dimana sudah banyak partisipan yang sangat menyukai konsep *event* yang perusahaan kelola, banyaknya komunitas partner yang bekerja sama, serta adanya dukungan dari pemerintah langsung. Pada tahun 2028, Penyelenggaraan Nusantara Triathlon Series diselenggarakan sebanyak 3 kali penyelenggaraan. Total partisipan pada Nusantara Triathlon Series pada tahun 2028 sebanyak 849 partisipan, dengan target masing - masing partisipan setiap event adalah 283 partisipan.

Produk pendukung perusahaan juga mengalami kenaikan dengan minat partisipan serta antusias untuk mengikuti Xperience Fun Run dan Xperience Fun Ride. Total partisipan pada produk pendukung sebanyak 1.550 partisipan dengan partisipan Xperience Fun Run sebanyak 650 partisipan , Xperience Fun Ride 600 partisipan, dan NTS Dual Coaching Class & Private Program 300 partisipan. Diharapkan kenaikan partisipan akan terus meningkat dengan perkembangan perusahaan yang akan didukung oleh strategi pemasaran yang direncanakan.

3.6 Strategi Pemasaran

Strategi Pemasaran adalah langkah selanjutnya yang dilakukan perusahaan untuk memperkenalkan atau memasarkan produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Menurut Indrianty dan Ichwan (2023:6) strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan atau sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah.



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



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

Dalam pengembangan strategi pemasaran, dikembangkan dengan menerapkan bauran pemasaran atau yang dikenal dengan *marketing mix*. CV Nextgen Creativa Tara mengupayakan untuk memperkenalkan perusahaan dalam melibatkan *marketing mix* dengan pendekatan 7P. Marketing Mix 7P meliputi *Product* (produk), *Price* (harga), *Place* (saluran distribusi), *Promotion* (promosi), *People* (orang), *Physical evidence* (bukti fisik), dan *Process* (proses). Dengan menetapkan 7P sebagai strategi pemasaran pada perusahaan diharapkan dapat memberikan perusahaan tidak hanya berfokus pada apa yang dijual, tetapi juga pada bagaimana layanan disampaikan, siapa yang menyampaikannya, serta bukti nyata yang dapat membentuk persepsi dan kepercayaan pelanggan. Berikut adalah penjelasan strategi pemasaran yang digunakan.

3.6.1 *Product* (Produk)

Produk utama CV Nextgen Creativa Tara berupa Nusantara Triathlon Series, yang akan diselenggarakan di lima Destinasi Super Prioritas (DSP) Indonesia, yaitu Borobudur, Danau Toba, Likupang, Mandalika, dan Labuan Bajo. Dari kelima Destinasi Super Prioritas (DSP), kami memfokuskan pada 3 destinasi yaitu Borobudur, Mandalika, dan Danau Toba untuk dijadikan lokasi penyelenggaraan pada Nusantara Triathlon Series.

Dalam pelaksanaannya, CV Nextgen Creativa Tara menawarkan tiga pilihan paket dengan spesifikasi yang disesuaikan untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi calon partisipan, yaitu Basic Xperience, Premium Xperience, dan Team Xperience. Karakteristik untuk calon peserta untuk paket Basic Xperience yaitu individu yang baru ingin mencoba mengikuti triathlon dengan harga yang terjangkau, dimana paket ini dirancang khusus bagi pemula. Karakteristik paket Premium Xperience adalah individu yang telah mengikuti penyelenggaraan triathlon yang serupa dan ingin

merasakan inovasi baru dimana penyelenggaraan olahraga dikolaborasikan dengan teknologi VR sehingga terdapat nuansa baru dalam perlombaan, ditambah paket ini di khususkan bagi calon peserta yang menginginkan fasilitas yang lengkap. Sedangkan untuk paket Team Xperience dirancang untuk memberikan layanan tambahan dengan harga jual bundling.

CV Nextgen Creativa Tara juga memberikan perhatian serius terhadap kesiapan partisipan dengan menghadirkan produk pendukung seperti Xperience Fun Run, Xperience Fun Ride, dan NTS Dual Coaching Program yang dirancang untuk individu/komunitas olahraga lari, berenang, bersepeda, maupun ketiganya sehingga dapat membangun minat, meningkatkan partisipasi, serta membantu calon partisipan dalam mempersiapkan diri mengikuti Nusantara Triathlon Series secara optimal dan menjangkau promosi kepada calon partisipan seperti komunitas maupun individu.

3.6.2 *Price (Harga)*

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:314), Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukarkan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Harga merupakan salah satu faktor kunci yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Selain itu, harga juga memainkan peran strategis dalam menentukan pangsa pasar serta profitabilitas sebuah perusahaan. Dalam menetapkan harga, CV Nextgen Creativa Tara mengadopsi dua pendekatan utama, yaitu *cost-based pricing* dan *market-based pricing*.

Pendekatan *cost-based pricing* dilakukan dengan menghitung harga berdasarkan total biaya produksi dan operasional yang dikeluarkan



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

perusahaan. Sementara itu, pendekatan *market-based pricing* mempertimbangkan kondisi pasar, termasuk standar harga dari para pesaing serta karakteristik dan daya beli target pasar dikarenakan perusahaan baru masuk kepada pasar sehingga membandingkan harga kepada pesaing yang sudah lama dalam pasar tersebut. CV Nextgen Creativa Tara menetapkan harga untuk Basic Xperience sebesar Rp3.305.000, Premium Xperience sebesar Rp4.200.000 dan Team Xperience sebesar Rp3.650.000. Penetapan harga ini diharapkan mampu menciptakan nilai kompetitif sekaligus menarik minat konsumen yang mencari alternatif layanan dengan kualitas sebanding namun harga yang relatif terjangkau dibandingkan pemain lama.

3.6.3 Place

Menurut Tjiptono (dalam Syarifudin, Dkk, 2022:109), lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya. Dalam strategi pemasaran Nusantara Triathlon Series, elemen place difokuskan pada tiga pilar utama lokasi penyelenggaraan event, pusat operasional perusahaan, dan saluran distribusi informasi yang mudah dijangkau oleh peserta.

Pemilihan lokasi event didasarkan pada hasil survei yang menunjukkan bahwa 98,3% responden lebih tertarik hadir jika event diselenggarakan di destinasi wisata favorit mereka. Oleh karena itu, CV Nextgen Creativa Tara menetapkan Borobudur, Mandalika, dan Danau Toba sebagai titik utama penyelenggaraan event, yang dijalankan secara bertahap mulai 2026 hingga 2028. Lokasi-lokasi tersebut dipilih karena memiliki daya tarik pariwisata tinggi, infrastruktur penunjang, serta kesesuaian geografis untuk rute lari, sepeda, dan renang yang menantang. Untuk mengoptimalkan mobilitas peserta, terutama bagi yang mengambil paket Team



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

Experience, disediakan layanan shuttle gratis dari lokasi penginapan ke venue perlombaan serta area wisata lokal.

Secara operasional, CV Nextgen Creativa Tara menggunakan virtual office yang berlokasi strategis di Gedung Bursa Efek Indonesia (BEI), SCBD, Jakarta Selatan. Pemilihan ini mempertimbangkan efisiensi biaya sewa sekaligus membangun citra profesional yang kredibel, mengingat lokasi berada di pusat bisnis nasional. Virtual office ini juga menjadi titik temu untuk pertemuan dengan mitra sponsor, media, dan pihak terkait lainnya yang membutuhkan komunikasi langsung.

Selain itu, penyebaran informasi dan layanan dilakukan secara digital melalui Instagram, YouTube, dan situs web perusahaan, dengan dukungan fitur layanan pelanggan seperti WhatsApp Business dan email. Bagi masyarakat yang ingin mendapatkan pengalaman awal terhadap konsep event, CV Nextgen juga menjalankan aktivasi pra-event berupa Fun Run & Fun Ride yang dilaksanakan di pusat kota, seperti area Monas, untuk menjangkau target peserta dari komunitas olahraga dan kalangan umum secara langsung.

3.6.4 *Promotion (Promosi)*

Menurut Buchari dan Ratih (2008:160) Promosi adalah usaha yang dilakukan penjual untuk diperkenalkannya produk atau jasa kepada calon konsumen dan membujuk mereka supaya membeli produk atau jasa tersebut. Melalui kegiatan promosi, perusahaan dapat mengenalkan karakteristik, manfaat, serta keunggulan dari produk atau jasa yang ditawarkan kepada khalayak luas.

Lebih dari sekadar komunikasi satu arah, promosi juga memiliki potensi untuk membentuk persepsi konsumen, mempengaruhi preferensi mereka, serta secara bertahap mengubah pola perilaku



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 satu 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

dalam pengambilan keputusan pembelian. Dengan demikian, promosi tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi pemasaran, melainkan juga sebagai strategi yang dirancang untuk membangun hubungan jangka panjang antara konsumen dan perusahaan melalui pendekatan yang persuasif, informatif, dan bernilai tambah.

Bagi perusahaan, promosi merupakan serangkaian aktivitas yang penting untuk dirancang dan dilaksanakan guna memperkenalkan serta meningkatkan popularitas produk atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen. Hal ini menjadi sangat relevan, terutama bagi perusahaan yang masih tergolong baru dan belum dikenal luas oleh masyarakat, seperti CV Nextgen Creativa Tara.

Oleh karena itu, perusahaan melakukan berbagai bentuk kegiatan promosi sebagai bagian dari strategi pemasaran guna memperkuat posisi produknya di pasar dan menjangkau target konsumen secara lebih efektif. Berikut adalah promosi yang dilakukan oleh perusahaan untuk melakukan strategi dalam memasarkan produk

a. Kegiatan iklan (*advertising*)

Melalui iklan pada sosial media akan membantu mempromosikan kepada calon partisipan terkait produk - produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Sehingga, perusahaan menganalisis terhadap bentuk promosi yang paling efektif.

Berikut detail mengenai periklanan yang digunakan oleh perusahaan CV Nextgen Creativa Tara.

1. Instagram *Ads*

Sebagai bentuk implementasi strategi promosi melalui Instagram, CV Nextgen Creativa Tara akan melaksanakan *ads* yang disusun berdasarkan segmentasi pasar yang telah ditetapkan, yaitu individu berusia 16–35 tahun, baik pria maupun wanita, dengan tingkat pendapatan menengah ke atas, yang memiliki gaya hidup aktif, gemar berolahraga,



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

serta tertarik pada aktivitas luar ruangan yang menantang dan menyenangkan, seperti lari, bersepeda, dan berenang.

Meskipun perusahaan berlokasi di Jakarta, pelaksanaan *Nusantara Triathlon Series* akan berlangsung di tiga wilayah strategis yaitu Borobudur, Danau Toba, dan Mandalika. Oleh karena itu, strategi promosi dirancang untuk menjangkau target peserta dari berbagai daerah di Indonesia, sebagai berikut:

a) *Geo-targeted ads*

Penggunaan fitur periklanan berbasis lokasi (*geo-targeted ads*) di Instagram melalui platform Meta dapat dioptimalkan dengan menargetkan titik-titik strategis di sekitar bandara utama yang menjadi pintu masuk menuju lokasi penyelenggaraan *Nusantara Triathlon Series*. Perusahaan dapat menjatuhkan pin secara spesifik di Bandara Internasional Yogyakarta (YIA) di Kulon Progo, Bandara Kualanamu (KNO) di Deli Serdang, dan Bandara Internasional Zainuddin Abdul Madjid (LOP) di Praya, Lombok. Masing-masing titik ini dapat diatur dengan radius sekitar 20–25 km agar mencakup jalur utama menuju destinasi wisata seperti Borobudur, Danau Toba, dan Mandalika, sekaligus tetap menjaga relevansi target audiens.

b) *Fitur Interaksi*

Fitur interaktif Instagram difokuskan pada penggunaan Instagram Stories dengan menggunakan polling untuk mengetahui preferensi audiens, seperti memilih segmen triathlon yang paling disukai (renang, sepeda, atau lari). Fitur *question box* untuk mengajak *followers* mengajukan



© 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

pertanyaan seputar event, seperti teknis lomba, rute, atau syarat pendaftaran, yang kemudian dijawab secara terbuka di story. Selain itu, *quiz* dapat digunakan sebagai sarana edukatif dan hiburan, misalnya dengan memberikan pertanyaan ringan seputar dunia triathlon. Fitur *countdown* juga efektif digunakan untuk mengingatkan audiens tentang waktu pembukaan registrasi atau hari pelaksanaan event, sehingga menciptakan rasa antusiasme.

c) *Call to action*

Konten iklan akan disusun dalam berbagai format seperti *feed ads, reels, story ads*, dengan materi yang menarik serta visual yang menampilkan momen-momen utama dari event triathlon, serta keindahan destinasi tempat penyelenggaraan lomba. Iklan juga akan dilengkapi dengan ajakan bertindak (*call to action*) yang kuat, seperti “Daftar Sekarang”, “Lihat Info Lengkap”, atau “Swipe Up”, guna mendorong partisipasi langsung dari audiens. Berikut adalah gambaran sosial media instagram pada gambar 3.2 berikut.

© 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



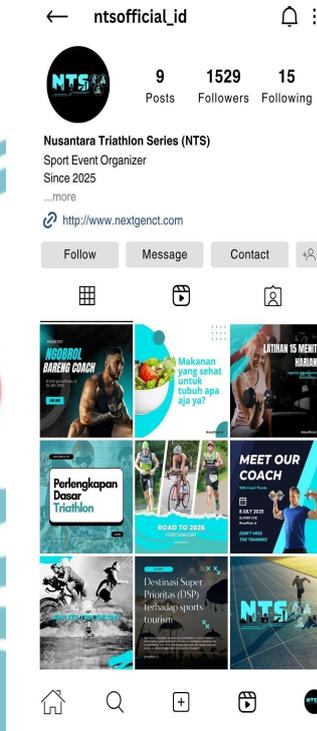


© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

Gambar 3. 2 Visualisasi Instagram



Sumber: Data diolah CV Nextgen Creativa Tara, 2025

Dengan konten - konten yang dibuat oleh perusahaan dalam rangka untuk mendukung promosi melalui instagram, layanan iklan pada instagram ini akan menampilkan *campaign* dan konten yang direncanakan melalui *content planning*. Berikut adalah contoh *content planning* yang perusahaan buat dalam menaikan *engagement* pada Tabel 3.30.

Tabel 3. 30 *Content Planning* Instagram Bulan Juli 2025

Tanggal	Jenis Konten	Tema/Judul	Format
01 Juli 2025	<i>Teaser Launch</i>	Teaser Nusantara Event Triathlon	Reel
04 Juli 2025	Information	Destinasi Super Prioritas (DSP) terhadap <i>sports tourism</i>	Carousel



© 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

06 Juli 2025	Edukasi	“Apa itu Triathlon?”	Carousel
08 Juli 2025	Edukasi Coach	“Meet Our Coach”	IG Story Highlight
10 Juli 2025	Awareness	“Road to 2026 Event Series”	Reels
13 Juli 2025	Tips	“Perlengkapan dasar triathlon”	Carousel
15 Juli 2025	Edukasi Latihan	“Latihan 15 Menit Harian”	Reels
18 Juli 2025	Interaktif	Polling “Mau Ikut yang Mana?”	Story
22 Juli 2025	Tips	“Makanan yang sehat untuk tubuh apa aja ya?”	Carousel
26 Juli 2025	Engagement	“Ngobrol Bareng Coach”	IG Live
30 Juli 2025	Reminder	“Sudah siap latihan?”	Carousel

Sumber: Data diolah CV Nextgen Creativa Tara, 2025

Ads akan dilaksanakan secara bertahap, dimulai dari tahap *awareness* dua bulan sebelum acara untuk membangun citra publik, dilanjutkan dengan dua bulan sebelum acara untuk mendorong pendaftaran peserta, dan diakhiri dengan tahap *reminder* dua bulan menjelang hari pelaksanaan guna memperkuat urgensi dan mendorong keputusan akhir calon peserta. Dengan implementasi ini, kami berharap dapat menjangkau peserta potensial secara luas dan efektif, serta meningkatkan tingkat partisipasi dalam rangka menyukseskan pelaksanaan *Nusantara Triathlon Series*. CV

Nextgen Creativa Tara menggunakan pengiklanan di Instagram yang dirincikan pada Tabel 3.31.

Tabel 3. 31 Perencanaan Periklanan pada Instagram

Keterangan	Sen	Sel	Rab	Kam	Jum	Sab	Ming
Week 1	1		1				1
Week 2		1		1		1	
Week 3	1		1				
Week 4					1		1

Sumber: Data diolah CV Nextgen Creativa Tara, 2025

2. Tiktok

Selain itu, CV Nextgen Creativa Tara akan mengimplementasikan *ads* melalui TikTok Ads, yang merupakan salah satu media paling efektif dalam menjangkau generasi muda di era digital. CV Nextgen Creativa Tara akan memanfaatkan berbagai TikTok Ads seperti *In-Feed Ads* yang muncul di halaman *For You Page* (FYP), *Top View Ads* yang tampil saat pengguna membuka aplikasi yang dirancang untuk mendorong keterlibatan komunitas dan partisipasi pengguna dalam bentuk konten video.

Untuk mendukung efektivitas penyebaran promosi, fitur penargetan TikTok Ads (*geo targeting*) akan digunakan secara optimal dengan fokus spesifik pada area bandara-bandara utama yang menjadi pintu masuk menuju lokasi event Nusantara Triathlon Series. Strategi ini dipilih karena area bandara merupakan titik mobilitas tinggi, terutama bagi wisatawan domestik maupun mancanegara yang berpotensi menjadi peserta atau penonton event. Pengguna yang berada

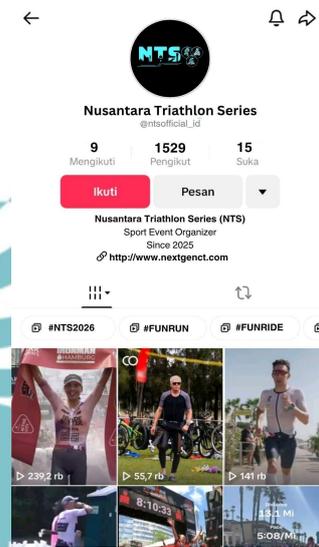


Hak Cipta :

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

di bandara umumnya sedang dalam perjalanan atau memiliki minat terhadap kegiatan luar kota, sehingga iklan yang ditayangkan di area ini memiliki kemungkinan besar menjangkau audiens yang relevan. Berikut adalah visualisasi dari sosial media Tiktok pada gambar 3.3.

Gambar 3. 3 Visualisasi Tik Tok



Sumber: Data diolah CV Nextgen Creativa Tara, 2025

Selain itu, pemanfaatan fitur tiktok juga akan dilakukan dengan konten sebagai berikut.

a) Konten Video Pendek (15–60 detik)

Konten dibuat dalam bentuk cuplikan persiapan event, trailer lokasi triathlon yang indah (seperti pantai di Borobudur atau Mandalika), highlight dari pre-event dan sesi coaching clinic.

b) Behind the Scene

Menampilkan suasana setting lokasi, pemasangan alat, pengecekan rute, dan aktivitas volunteer untuk membangun kedekatan dengan audiens.

c) Challenge dan Hashtag Campaign

Membuat campaign seperti #TriathlonChallenge atau #RoadToNusantaraSeries, mengajak pengguna membagikan



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 satu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

proses latihan mereka seperti lari, renang, atau bersepeda dan men-tag akun resmi event.

Semua konten akan dipublikasikan secara rutin melalui akun TikTok resmi *Nusantara Triathlon Series*, terutama menjelang dan selama pelaksanaan event. Waktu publikasi akan disesuaikan dengan waktu aktif pengguna, yakni sore hingga malam hari sekitar jam pada jam 19.00 - 21.00, untuk memaksimalkan jangkauan dengan dikemas secara singkat, menarik, dan menghibur, dipadukan dengan musik-musik populer yang sedang tren di TikTok serta efek visual yang khas, sehingga dapat dengan mudah masuk ke dalam algoritma TikTok dan menjangkau audiens lebih luas. Berikut adalah perencanaan periklanan pada sosial media tikto yang terdapat pada Tabel 3.32.

Tabel 3. 32 Perencanaan Periklanan pada Tiktok

Keterangan	Sen	Sel	Rab	Kam	Jum	Sab	Ming
<i>Week 1</i>						1	1
<i>Week 2</i>				1		1	1
<i>Week 3</i>					1	1	1
<i>Week 4</i>						1	1

Sumber: Data diolah CV Nextgen Creativa Tara, 2025

3. Youtube Channel

CV Nextgen Creativa Tara juga menerapkan strategi yang difokuskan untuk menjangkau segmen audiens yang telah ditentukan dan segmentasi juga menyasar ke penikmat wisata petualangan yang aktif mengonsumsi konten video di platform digital. Konten yang ditayangkan di YouTube *Nusantara Triathlon Series* akan dikemas secara visual,



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 satu 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



© 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

menarik, dan relevan dengan karakteristik segmentasi tersebut. Materi video meliputi:

- a. Highlight Event di lokasi Borobudur, Danau Toba, dan Mandalika yang menunjukkan tantangan dan keseruan kompetisi.
- b. Recap Event dan Testimoni Peserta baik dari atlet pemula maupun profesional, yang memberikan gambaran nyata pengalaman mengikuti triathlon dan juga dari *Pre-event* serta NTS Dual Coaching Clinic.
- c. Konten Edukasi dan Tips yang ditujukan untuk pemula, seperti cara memulai latihan triathlon, nutrisi, dan perlengkapan yang dibutuhkan.

Penjadwalan unggahan konten dilakukan secara rutin, terutama menjelang dan selama pelaksanaan event, setiap unggahan akan diberi judul menarik, deskripsi informatif, serta tag yang relevan dengan minat target audiens, seperti “triathlon Indonesia,” atau “tips olahraga pemula”.

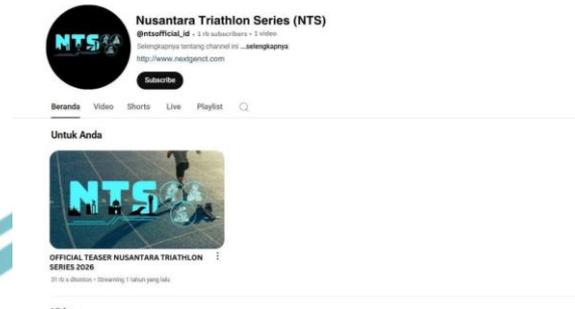
Selain itu, strategi juga mencakup promosi lintas platform, seperti membagikan tautan video ke Instagram dan TikTok sehingga dapat mendukung pemasaran event, membangun keterlibatan dengan komunitas, dan memperkuat citra *Nusantara Triathlon Series* sebagai ajang olahraga bergengsi yang dekat dengan generasi muda, komunitas aktif, dan pecinta tantangan.



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

Gambar 3. 4 Visualisasi Youtube Channel



Sumber: Data diolah CV Nextgen Creativa Tara, 2025

b. Pemasaran langsung (*Direct Marketing*)

Implementasi *direct marketing* dilakukan melalui beberapa saluran utama, antara lain:

1) Email Marketing

Dilakukan dengan mengirimkan email langsung kepada target audiens yang sudah ada di database, seperti peserta *pre-event* atau *coaching clinic*, atau anggota komunitas olahraga. Isi email difokuskan pada informasi event, jadwal lokasi (Borobudur, Danau Toba, Mandalika), benefit yang diperoleh peserta, serta CTA (Call to Action) yang jelas seperti “Daftar Sekarang” Bahasa email disesuaikan dengan segmentasi, yaitu lebih santai untuk pemula, lebih teknis untuk atlet berpengalaman.

2) WhatsApp atau Chat Personal

Komunikasi dilakukan melalui pengiriman pesan langsung ke nomor calon peserta, kontak komunitas olahraga, atau database peserta *event* sebelumnya. Pesan disusun secara singkat, sopan, dan disertai materi visual seperti poster digital untuk menjangkau audiens yang lebih aktif menggunakan WhatsApp sebagai media komunikasi harian.

3) DM (*Direct Message*) melalui Media Sosial Memanfaatkan fitur DM di Instagram untuk mengirim pesan personal kepada follower aktif, anggota komunitas digital, atau orang-orang yang pernah berinteraksi dengan konten *event* sebelumnya. Pesan disesuaikan dengan minat dan karakter penerima, misalnya menyapa pengguna yang sering menyukai konten lari.

c. Hubungan Masyarakat (*Public Relations*)

Untuk memperluas target public relation diperlukan bantuan dari pihak - pihak eksternal yang memiliki relasi, pengikut bahkan name branding yang kuat dengan segmen pasar yang sama dengan CV Nextgen Creativa Tara.

1. Media Partner

Kerja sama dengan *media partner* menjadi salah satu strategi promosi utama dalam penyelenggaraan Nusantara Triathlon Series. Kolaborasi ini dilakukan dalam bentuk publikasi sebelum acara, peliputan selama kegiatan berlangsung, hingga penyebaran hasil dokumentasi *post-event*.

Pemilihan *media partner* disesuaikan dengan karakteristik segmentasi atau target pasar yang dituju, untuk memperluas eksposur *event* secara nasional, membangun citra positif, serta meningkatkan kepercayaan publik terhadap kualitas acara. Keterlibatan *media partner* mencakup platform berita digital, komunitas olahraga, dan media sosial yang memiliki audiens aktif, seperti DetikSport, IndoRunners, IDN Times, Okezone Sport, dan lainnya.



© 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

Pendekatan karakteristik kepada Media Partner yang dilakukan oleh perusahaan merupakan media Televisi nasional yang memberitakan seputar dengan olahraga dimana dapat memberitakan secara *live* terkait pertandingan Nusantara Triathlon Series di berbagai lokasi yang diselenggarakan, seperti Trans7 dalam program acara Sport7 dan Inews yang secara konsisten menayangkan berita dan liputan seputar dunia olahraga. Karakteristik ini sangat relevan dengan konsep triathlon sebagai event olahraga yang menuntut stamina, disiplin, dan daya saing tinggi, sehingga cocok dengan minat audiens mereka.

Sedangkan karakteristik media massa dapat berupa akun instagram lokal tentang olahraga pada masing - masing target lokasi penyelenggaraan misalnya dan media partner tambahan yaitu media partner lokal yang merupakan memberikan informasi terkait penyelenggaraan event di suatu kota seperti Jakarta Info, Jogja Sport Media, dan Medan Viral Info. Media massa lain berupa website berita yang mana akan membantu melakukan publikasi berupa *press release* acara yang dilakukan, hal tersebut akan menambah keluasan berita seputar dengan produk perusahaan kepada *customer*.

Sebagai bentuk apresiasi dan eksposur balik, nama dan logo media partner akan dicantumkan dalam berbagai materi promosi *event*, seperti backdrop, jersey peserta, hingga media cetak dan digital lainnya.

2. Komunitas

© 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

Strategi *public relations* yang diterapkan oleh CV Nextgen Creativa Tara dilakukan dengan cara menjalin kerjasama kolaboratif bersama komunitas di Indonesia, yang dipilih berdasarkan relevansi dengan cabang olahraga triathlon, seperti lari, sepeda, dan renang. Selain itu, komunitas harus memiliki anggota yang aktif, terorganisir, serta terbuka terhadap kolaborasi. Komunitas dengan jangkauan media sosial yang luas dan riwayat keterlibatan dalam event olahraga serupa juga menjadi prioritas. Contohnya seperti Jakarta Triathlon Club (JTC), dan Bali Triathlon Community.

Strategi ini dilakukan melalui berbagai platform digital seperti yang dilibatkan dalam proses penyebaran informasi acara.

a) Pemberian Materi Promosi

Materi promosi digital, seperti poster, teaser video, hingga caption media sosial akan didistribusikan kepada komunitas melalui kanal komunikasi seperti WhatsApp Group, Telegram, atau email. Komunitas diminta untuk mengunggah materi tersebut ke media sosial komunitas mereka, sehingga informasi event menjangkau jaringan follower yang memang relevan secara minat.

b) Membuat Konten Mandiri

Selain menerima materi siap unggah, komunitas juga diberikan kebebasan untuk membuat konten sendiri berdasarkan *brief* promosi yang telah ditentukan. Misalnya, komunitas dapat membuat vlog latihan menjelang triathlon, atau sesi Q&A seputar persiapan mengikuti triathlon.



© 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

c) Aktivasi Kolaboratif

Beberapa komunitas dipilih untuk berkolaborasi lebih aktif, seperti menjadi *official community partner* event. Mereka dilibatkan dalam aktivasi pre-event, seperti NTS Dual Coaching Clinic untuk memberikan sesi edukasi online mengenai triathlon. Dokumentasi kegiatan tersebut kemudian dijadikan bahan promosi yang menambah daya tarik event di media sosial.

3. KOL (*Key Opinion Leader*)

Strategi pemasaran melalui KOL dilakukan dengan menggandeng figur publik atau tokoh media sosial yang memiliki pengaruh di dunia olahraga, khususnya dalam komunitas triathlon, lari, dan sepeda. KOL dipilih berdasarkan beberapa kriteria, antara lain memiliki konten yang relevan dengan gaya hidup aktif atau endurance sport, memiliki jumlah pengikut yang cukup besar dengan minimum followers sebanyak 5k, serta mampu menyampaikan pesan promosi secara otentik dan sesuai dengan citra Nusantara Triathlon Series.

KOL juga diutamakan yang pernah mengikuti event serupa atau aktif dalam komunitas olahraga, sehingga pesan yang disampaikan terasa lebih kredibel. Implementasi strategi ini mencakup kerjasama promosi seperti unggahan poster, *countdown post*, konten edukatif seputar triathlon, hingga testimoni pengalaman pribadi. KOL juga dapat dilibatkan dalam aktivasi *pre-event* seperti training bareng dalam NTS Dual Coaching Clinic atau sesi live di Instagram. Pendekatan ini memungkinkan promosi menjangkau audiens dengan cara yang lebih personal dan persuasif.



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



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

4. *Influencer*

Strategi pemasaran melalui influencer diterapkan dengan mempertimbangkan pendekatan STP agar promosi yang dilakukan lebih tepat sasaran dan efektif. Dari segi segmentasi, event Nusantara Triathlon Series menasar individu yang aktif secara fisik, memiliki minat terhadap olahraga endurance seperti lari, sepeda, dan renang, serta terbiasa mengikuti gaya hidup sehat. Target pasar difokuskan pada kalangan profesional muda, serta anggota komunitas olahraga yang memiliki daya beli untuk mengikuti event olahraga berbayar dan minat pada pengalaman sport tourism.

Berdasarkan segmentasi dan target tersebut, influencer yang dipilih harus sesuai dengan karakter audiens, seperti atlet amatir, pelatih kebugaran, lifestyle influencer yang fokus pada olahraga, atau publik figur yang dikenal aktif mengikuti event endurance. Selain memiliki jumlah pengikut yang relevan yaitu lebih dari 10.000 *Followers*, influencer juga harus memiliki tingkat engagement tinggi serta mampu menyampaikan konten secara otentik dan edukatif. Contohnya, Andy Wibowo yang memiliki *followers* 18k di Instagram, yang tidak hanya aktif di media sosial tetapi juga terlibat langsung dalam berbagai ajang seperti Ironman dan kompetisi triathlon regional, sehingga kehadirannya memberikan dampak nyata baik secara online maupun offline. Implementasinya dilakukan melalui kerja sama konten yang mencakup sebagai berikut:

- a. Testimoni dan Ajakan Partisipasi KOL akan membagikan pengalaman pribadi mereka saat mengikuti pre-event seperti Fun Ride, Fun Run, atau Coaching Clinic. Konten ini berisi kesan positif, manfaat yang dirasakan, serta ajakan langsung kepada followers untuk ikut serta dalam event triathlon berikutnya.
- b. Tips Pelatihan dan Persiapan Triathlon Konten edukatif yang berisi saran dari KOL mengenai cara melatih ketahanan tubuh, teknik berenang, bersepeda, atau berlari. Tips ini sangat diminati oleh pemula maupun atlet amatir dan memberikan nilai tambah yang praktis.
- c. Konten Interaktif Misalnya sesi tanya jawab (Q&A), *polling* seputar event, atau live session membahas persiapan lomba. Konten seperti ini mendorong interaksi dua arah dengan followers dan meningkatkan engagement.

3.6.5 *People* (Orang)

Dalam *marketing mix*, *people* merujuk pada semua individu yang berperan dalam bisnis, baik secara langsung maupun tidak langsung. Setiap individu yang terlibat dalam tim akan melewati proses seleksi dan memiliki pengalaman yang kuat dalam menangani berbagai *event* berskala nasional, khususnya di bidang olahraga yang memiliki kemampuan komunikasi yang baik, pengetahuan dasar mengenai *event* olahraga, detail, serta siap bekerja dalam tim dan di bawah tekanan.

Implementasinya dimulai dari proses seleksi terbuka hingga pelatihan singkat (*briefing*). Volunteer diutamakan yang berasal dari komunitas lokal, karena mereka memiliki pemahaman terhadap



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

wilayah sekitar, akses yang lebih mudah,serta memperkuat promosi dari *mouth-to-mouth* di daerah tersebut.

Sedangkan, kriteria untuk *freelance* memiliki pemahaman terhadap teknis dasar event olahraga ata triathlon menjadi penting, terutama bagi posisi yang berkaitan langsung dengan pelaksanaan lomba, seperti *timekeeping*, pengaturan zona transisi, atau koordinasi start dan *finish line*. Kriteria utama tenaga *freelance* memiliki pengalaman dalam event olahraga, mampu bekerja secara mandiri maupun dalam tim, memiliki risk management yang baik, serta bersikap profesional dan disiplin.

3.6.6 *Physical Evidence* (Bukti Fisik)

CV Nextgen Creativa Tara berkomitmen untuk menghadirkan standar tinggi dalam setiap proses perencanaan dan penyelenggaraan Nusantara Triathlon Series, dengan mengedepankan kualitas dan perhatian terhadap setiap detail.

Dari sisi bukti fisik, CV Nextgen Creativa Tara tidak hanya mengandalkan dokumen proposal atau branding digital, tetapi juga menghadirkan kehadiran yang profesional dan terpercaya dalam berbagai bentuk nyata. Salah satu contohnya adalah penggunaan booth informasi saat *pre-event* di area publik seperti CFD (*Car Free Day*) Jakarta, di mana tim membagikan *flyer*, demo produk merchandise, dan menayangkan video teaser lomba melalui layar digital portable

Selain itu, seluruh materi komunikasi dibuat seragam dan profesional: proposal cetak dijilid khusus untuk audiensi sponsor, press kit dikemas dalam format digital interaktif, dan semua QR Code yang digunakan untuk pendaftaran atau pemesanan tiket dibuat valid dan terintegrasi dengan sistem database internal. Website resmi



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

event juga difungsikan sebagai pusat informasi dengan update berkala menampilkan countdown race, list peserta, dan panduan teknis lomba.

Sebagai bentuk representasi profesionalisme, CV Nextgen beroperasi dari virtual office resmi yang beralamat di Gedung Bursa Efek Indonesia (IDX), SCBD Jakarta. Walaupun operasional banyak dilakukan secara mobile dan daring, lokasi kantor ini berfungsi untuk audiensi penting dengan sponsor, tanda tangan MoU, dan pertemuan teknis strategis. Dengan lokasi yang prestisius dan mudah diakses, calon mitra dan sponsor memiliki keyakinan bahwa event ini dikelola secara serius dan profesional.

3.6.6 *Process (Proses)*

Elemen ‘Proses’ dalam bauran pemasaran layanan merujuk pada seluruh aktivitas, prosedur, dan protokol yang dirancang secara sistematis untuk memastikan bahwa layanan dapat disampaikan kepada pelanggan dengan cara yang efisien dan berkualitas (Syarifudin, dkk., 2022:125). Dalam konteks layanan, proses tidak hanya berfungsi sebagai pedoman kerja internal, tetapi juga menjadi jaminan bagi pelanggan bahwa layanan yang mereka terima telah melewati tahapan-tahapan yang terstruktur dan terukur.

Di CV Nextgen Creativa Tara, proses menjadi bagian penting dalam mendukung kelancaran kerja tim serta menjaga kualitas hasil akhir yang diharapkan oleh klien. Perusahaan ini menyadari bahwa dalam dunia jasa kreatif, terutama yang bergerak di bidang event organizer, koordinasi yang baik antar divisi dan kejelasan alur kerja merupakan kunci sukses dari setiap proyek. Oleh karena itu, salah satu strategi yang diterapkan untuk menyederhanakan dan mempermudah flow kerja karyawan adalah dengan menetapkan timeline kerja yang terbagi dalam beberapa tahapan.



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

CV Nextgen Creativa Tara menyusun alur kerja secara sistematis dan menyeluruh. Proses perencanaan hingga pelaksanaan kegiatan tersebut tidak hanya tersaji dalam bentuk daftar tugas, tetapi juga divisualisasikan dalam bentuk bagan alur kerja (*workflow diagram*) yang menggambarkan setiap langkah penting dalam perjalanan sebuah event, mulai dari tahap inisiasi konsep, perancangan detail acara, koordinasi dengan pihak eksternal, hingga pada pelaksanaan acara di hari-H. Berikut ini merupakan proses perencanaan hingga pelaksanaan Nusantara Triathlon Series Event yang tersaji pada Bagan dibawah ini.

Bagan 3. 1 Tahapan Penyelenggaraan *Event* Nusantara Triathlon Series



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

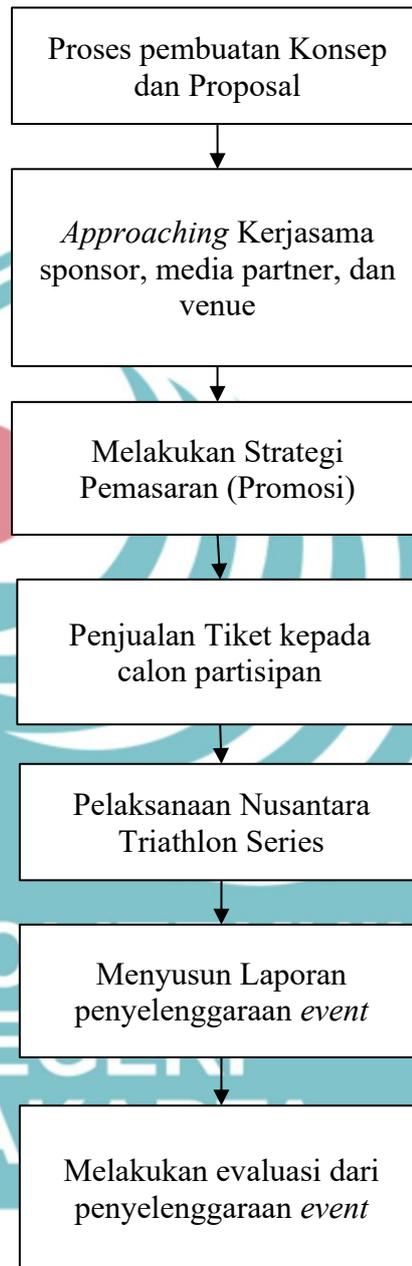
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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





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



Sumber: Data diolah CV Nextgen Creativa Tara, 2025

3.7 Analisis Pesaing

Dalam rangka mempersiapkan tahapan penyelenggaraan Nusantara Triathlon Series, CV Nextgen Creativa Tara telah mengambil langkah strategis dengan melakukan analisis mendalam terhadap sejumlah perusahaan yang berpotensi menjadi pesaing.



© 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

Langkah ini tidak hanya dilakukan sebagai bentuk antisipasi, tetapi juga sebagai taktik cerdas untuk memahami peta persaingan secara lebih menyeluruh. Dengan mengenali kompetitor secara lebih dekat, diharapkan tim penyelenggara dapat merumuskan strategi yang lebih tepat sasaran, inovatif, dan unggul dalam pelaksanaan acara mendatang.

Analisis ini mencakup evaluasi menyeluruh terhadap aktivitas dan program yang telah dijalankan oleh para kompetitor, baik dari segi konsep acara, pendekatan pemasaran, hingga pengalaman partisipan yang dihadirkan. CV Nextgen Creativa Tara juga menelaah kelebihan serta kekurangan masing-masing pesaing secara kritis. Hal ini bertujuan untuk mengidentifikasi peluang yang bisa dimanfaatkan serta tantangan yang harus diantisipasi dalam proses penyelenggaraan acara triathlon yang berkualitas.

Melalui hasil analisis pesaing ini, CV Nextgen Creativa Tara dapat menyusun strategi diferensiasi dan keunggulan kompetitif yang lebih tajam dibandingkan perusahaan sejenis. Fokus utama adalah pada inovasi konsep acara, pemanfaatan teknologi digital untuk mendukung penyelenggaraan, serta penguatan kerjasama dengan destinasi wisata dan stakeholder lokal. Dengan strategi tersebut, diharapkan Nusantara Triathlon Series mampu menarik lebih banyak partisipan, membangun citra brand yang kuat, dan berkontribusi positif terhadap pengembangan *sport tourism* di Indonesia.

Hasil analisis yang telah disusun secara sistematis ini dituangkan dalam Tabel 3.33 yang memuat informasi penting mengenai keunggulan dan kelemahan produk serta layanan yang ditawarkan oleh para pesaing, sehingga dapat menjadi acuan berharga dalam perumusan strategi diferensiasi yang lebih tajam.

Tabel 3. 33 Keunggulan dan Kelemahan Pesaing

Nama Pesaing	Keunggulan	Kelemahan
--------------	------------	-----------



© 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

Indorace	<ol style="list-style-type: none"> 1. Produk Indorace telah berpengalaman sejak 2008 dalam menyelenggarakan lebih dari 200 event olahraga, termasuk triathlon, lari, dan sepeda, yang menunjukkan keahlian dan konsistensi dalam bidang ini. 2. Harga Menawarkan variasi harga berdasarkan kategori lomba, jarak tempuh, dan periode pendaftaran, memungkinkan partisipan memilih sesuai kebutuhan dan kemampuan finansial. 3. Promosi Memiliki situs web resmi yang menyediakan informasi tentang layanan dan event yang akan datang, serta platform pendaftaran online. 4. SDM Memiliki tim yang berpengalaman dalam penyelenggaraan event olahraga, termasuk petugas lomba yang terlatih dan staf teknis yang kompeten. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Produk Belum terlihat adanya inovasi produk atau layanan baru yang signifikan untuk menarik segmen pasar yang lebih luas atau memenuhi kebutuhan klien yang beragam. 2. Harga Tiket yang relatif tinggi dibandingkan event komunitas bisa menjadi hambatan bagi pemula atau pelajar yang ingin mencoba pengalaman pertama dalam event olahraga. 3. Promosi Belum terlihat adanya kolaborasi dengan influencer atau duta merek yang dapat meningkatkan visibilitas dan daya tarik event. 4. SDM Ketergantungan pada tim internal untuk semua aspek penyelenggaraan event dapat membatasi fleksibilitas dan kapasitas dalam menangani beberapa event
----------	--	--



© 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

		secara bersamaan.
Trisports event / Tribuddies	<ol style="list-style-type: none"> 1. Produk Aksesibilitas untuk Pemula, Acara seperti <i>Anniversary Triathlon Buddies</i> dirancang khusus untuk pemula yang belum pernah mengikuti triathlon sebelumnya, dengan format 400m renang, 20km sepeda, dan 5km lari. 2. Harga Harga Terjangkau, Biaya pendaftaran yang relatif rendah membuat acara ini lebih mudah diakses oleh masyarakat luas. 3. Promosi Tribuddies aktif di media sosial dan platform online untuk mempromosikan acara dan membangun komunitas. 4. SDM Penyelenggaraan acara yang sukses menunjukkan adanya tim yang terorganisir dan berdedikasi tinggi. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Produk Fokus utama pada pemula mungkin membatasi partisipasi atlet yang lebih berpengalaman atau mereka yang mencari tantangan kompetitif. 2. Harga Jumlah partisipan dibatasi (misalnya, 250 orang) karena keterbatasan fasilitas, yang dapat mengecewakan calon partisipan yang tidak mendapatkan slot. 3. Promosi Promosi yang lebih fokus pada komunitas mungkin kurang menjangkau masyarakat umum yang belum familiar dengan triathlon. 4. SDM Ketergantungan pada relawan dapat menjadi tantangan dalam konsistensi dan profesionalisme pelaksanaan acara.
Federasi Triathlon Indonesia	<ol style="list-style-type: none"> 1. Produk FTI mengelola berbagai kegiatan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Produk Belum merata ke seluruh provinsi,



© 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

	<p>seperti pelatihan atlet nasional, triathlon camp (Situbondo dan Malang), serta kompetisi tingkat nasional dan internasional.</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Harga Harga Terjangkau untuk <i>event</i>, Biaya partisipasi dalam <i>event</i> seperti Sportsel Bali Triathlon relatif kompetitif dibanding event internasional. 3. Promosi Dukungan Media dan Online Presence: FTI aktif di media sosial dan mendapat liputan dari media nasional untuk berbagai event. 4. SDM Kolaborasi Internasional, FTI merekrut pelatih asing (misalnya Cali Amaral dari Brasil) yang menunjukkan keseriusan dalam peningkatan kualitas pelatih dan atlet. 	<p>pengembangan daerah masih bergantung pada inisiatif lokal dan pengurus wilayah.</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Harga Keterbatasan Dana sebagai federasi non-profit, FTI masih bergantung pada sponsorship, bantuan pemerintah, dan pihak swasta untuk menyelenggarakan program yang berkelanjutan. 3. Promosi Kurangnya Branding Massal: Belum ada kampanye promosi skala nasional (TV, billboard, digital ads besar) yang bisa mendongkrak popularitas olahraga triathlon di Indonesia. 4. SDM Ketergantungan pada Sosok Tertentu, Banyak program unggulan masih sangat bergantung pada figur ketua umum, yang berisiko menimbulkan ketergantungan struktural jangka panjang.
Event Triathlon Lainnya	1. Produk Event Lainnya	1. Produk Penyelenggaraan



© 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

	<p>merupakan perusahaan/institusi yang menyelenggarakan bertaraf nasional dan Internasional sehingga segmentasi pasarnya menjadi luas.</p> <p>2. Harga Harga rata - rata produknya termasuk terjangkau di karena dengan adanya sponsor tunggal sehingga tidak terlalu memberatkan para partisipan, bahkan ada beberapa event yang dilakukan secara gratis.</p> <p>3. Promosi Kerja Sama dengan Media, Acara mereka mendapatkan liputan dari berbagai media, meningkatkan visibilitas dan menarik minat masyarakat.</p> <p>4. SDM Menggunakan Organizer yang profesional</p>	<p>biasanya tidak dilakukan annual (Tahunan), hanya sekali penyelenggaraan.</p> <p>2. Harga Beberapa pelatihan atau event mungkin tetap memerlukan biaya yang tidak terjangkau oleh masyarakat luas, khususnya di daerah.</p> <p>3. Promosi Promosi dilakukan secara singkat</p> <p>4. SDM Kebanyakan tidak melibatkan TIM Internal.</p>
--	--	---

Sumber: CV Nextgen Creativa Tara, 2025

3.8 Analisis SWOT

SWOT adalah metode perencanaan model, strategis, dan pengembangan usaha yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis. (Denok Sunarsi, 2024:1). Pendekatan SWOT adalah metode strategis yang digunakan untuk mengevaluasi suatu bisnis atau proyek dengan terlebih dahulu menetapkan tujuan yang jelas.



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 mengumumkkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Setelah tujuan ditentukan, langkah selanjutnya adalah mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang dapat mendukung atau menghambat pencapaian tujuan tersebut. Analisis ini mencakup empat elemen utama, yaitu kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*).

Hasil analisis ini kemudian dituangkan dalam sebuah matriks SWOT untuk memudahkan pemahaman dan pengambilan keputusan strategis. Dari matriks tersebut, dapat dilihat bagaimana kekuatan yang dimiliki bisa dimanfaatkan untuk meraih peluang, bagaimana kelemahan dapat diatasi agar tidak menghambat pemanfaatan peluang, bagaimana kekuatan mampu digunakan untuk menghadapi ancaman, serta bagaimana kelemahan bisa diminimalkan agar tidak menimbulkan atau memperbesar ancaman. Dengan pendekatan ini, perusahaan dapat menyusun strategi yang lebih matang dan siap dalam menghadapi tantangan maupun dalam memaksimalkan peluang yang tersedia. Berikut adalah matrik SWOT Perusahaan CV Nextgen Creativa Tara pada Tabel 3.34.

Tabel 3. 34 Analisis SWOT

Matrik SWOT	Faktor Internal	
	<i>Strengths</i>	<i>Weakness</i>
	1. Mengusung konsep smart <i>sports tourism</i> yang inovatif dan relevan dengan tren teknologi masa kini. 2. Memiliki produk unggulan (Nusantara	1. Masih dalam tahap pengembangan brand awareness di pasar nasional dan internasional. 2. Keterbatasan sumber daya dan infrastruktur di beberapa lokasi



© 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

	<p>Triathlon Series) yang menggabungkan olahraga, wisata, dan edukasi.</p> <p>3. Aktif mendukung program pemerintah dalam promosi Destinasi Super Prioritas (DSP).</p> <p>4. Mengintegrasikan teknologi digital sebagai alat utama dalam penyelenggaraan dan promosi event.</p> <p>5. Jaringan kolaborasi dengan komunitas olahraga, pelaku pariwisata, dan instansi terkait.</p>	<p>destinasi triathlon.</p> <p>3. Ketergantungan pada dukungan pemerintah dan sponsor dalam pelaksanaan event.</p> <p>4. Tantangan dalam menjangkau segmentasi pasar yang tepat, khususnya di luar komunitas sports tourism.</p> <p>5. Tingkat literasi digital dan kesiapan teknologi partisipan dan mitra bisa berbeda-beda di tiap daerah.</p>	
	<i>Opportunity</i>	<i>SO-Strategies</i>	<i>WO-Strategies</i>
Faktor Eksternal	<p>1. Tren gaya hidup sehat dan minat masyarakat terhadap sports tourism semakin</p>	<p>1. Mengintegrasikan teknologi terkini dalam event untuk menjawab tren gaya hidup sehat</p>	<p>1. Meningkatkan promosi dan branding melalui media sosial, influencer sports,</p>



© 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

meningkat.	dan minat terhadap sports tourism berbasis digital. (S1 + O1)	dan kampanye digital untuk membangun awareness dan menjangkau komunitas global. (W1 + O1)
2. Dukungan pemerintah terhadap promosi wisata berbasis olahraga dan teknologi (DSP, sports tourism).	2. Memperluas kolaborasi dengan komunitas olahraga dan pelaku pariwisata lokal di Destinasi Super Prioritas (DSP) untuk memperkuat posisi sebagai pelopor smart sports tourism di Indonesia. (S3 + O2)	2. Menggandeng mitra lokal dan pemerintah daerah untuk mengatasi keterbatasan infrastruktur dan logistik di lokasi event. (W2 + O2)
3. Potensi pengembangan ekosistem digital dan aplikasi pendukung event berbasis teknologi.	3. Mengembangkan aplikasi digital sebagai platform partisipasi, informasi, dan promosi untuk meningkatkan pengalaman partisipan sekaligus menjangkau pasar yang lebih luas.	3. Melakukan pelatihan literasi digital bagi partisipan dan mitra lokal agar mereka mampu mengakses dan memanfaatkan teknologi dalam event. (W5 + O3)
4. Peluang ekspansi ke daerah-daerah dengan potensi wisata alam yang belum tergarap maksimal.		4. Membuat program inkubasi relawan atau ambassador event
5. Kerja sama dengan brand-brand besar untuk sponsorship dan peningkatan daya tarik partisipan mancanegara.		



© 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

	(S4 + O3) 4. Menawarkan paket wisata + edukasi teknologi bagi partisipan dan keluarga untuk memperkuat diferensiasi produk NTS. (S2 + O5)	untuk membangun komunitas yang loyal dan berkelanjutan. (W3 + O5)
	Threats	ST-Strategies
	WT-Strategies	
1. Persaingan dengan event organizer besar atau event olahraga serupa yang sudah lebih dulu dikenal. 2. Ketidakpastian kondisi ekonomi atau politik yang dapat berdampak pada industri pariwisata dan event. 3. Risiko bencana alam atau kondisi cuaca ekstrem yang bisa mengganggu	1. Memanfaatkan pendekatan teknologi dan inovasi event sebagai pembeda kuat dari kompetitor yang menyelenggarakan event serupa. (S1 + T1) 2. Menjalin kerja sama dengan media nasional dan internasional untuk memperluas eksposur dan memperkuat posisi brand NTS di tengah	1. Membangun sistem manajemen risiko yang komprehensif, termasuk SOP bencana dan antisipasi cuaca ekstrem. (W2 + T3) 2. Mengembangkan rencana cadangan untuk lokasi dan logistik event di destinasi rawan gangguan atau bencana. (W2 + T5) 3. Mengurangi



© 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

	pelaksanaan event di alam terbuka.	persaingan.(S5 + T1)	ketergantungan pada sponsor tunggal dan mencari diversifikasi pendanaan, seperti <i>crowdfunding</i> , kemitraan CSR, dan pendanaan startup pariwisata. (W3 + T2)
4.	Perubahan regulasi terkait perizinan, protokol kesehatan, atau standar pelaksanaan event massal.	3. Merancang event yang adaptif terhadap kondisi cuaca dan situasi darurat, dengan sistem informasi <i>realtime</i> berbasis aplikasi dan protokol keselamatan berbasis teknologi. (S4 + T3)	4. Melakukan riset pasar rutin untuk memahami perubahan tren partisipan dan memastikan strategi event selalu relevan dengan kebutuhan. (W4 + T4)
5.	Ketergantungan pada infrastruktur teknologi lokal yang belum merata di seluruh daerah tujuan.	4. Mendukung kebijakan pemerintah melalui event tematik yang sesuai program nasional, untuk mengamankan izin dan dukungan regulasi. (S3 + T4)	

Sumber: CV Nextgen Creativa Tara, 2025

3.9 Jejaring Usaha

Jejaring usaha atau *Business Network* adalah sistem hubungan yang terstruktur antara berbagai pihak seperti organisasi, perusahaan, dan individu yang bertujuan untuk mencapai tujuan bisnis bersama. Jejaring ini berperan penting dalam meningkatkan efisiensi pengelolaan usaha, memperluas



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

pangsa pasar, serta memperkuat koordinasi dan kerjasama antar unsur dalam organisasi guna mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis. CV Nextgen Creativa Tara memerlukan jejaring usaha guna mendukung pencapaian tujuan dan pelaksanaan berbagai program yang sedang dijalankan. Semakin luas jaringan yang dimiliki, semakin besar pula peluang perusahaan untuk merealisasikan tujuan serta program-program tersebut dengan lebih efektif. Dalam operasionalnya, CV Nextgen Creativa Tara berkomitmen untuk membangun hubungan yang saling menguntungkan dengan berbagai mitra dan pemangku kepentingan. Jejaring usaha ini menjadi elemen krusial dalam upaya mempersiapkan penyelenggaraan event Nusantara Triathlon Series yang berkualitas dan meninggalkan kesan positif.

3.9.1 Mitra Bisnis

Mitra bisnis merupakan bentuk kerja sama antara dua pihak atau lebih yang bertujuan untuk mencapai kepentingan bersama dalam ranah bisnis. Kolaborasi ini dapat terwujud dalam bentuk kemitraan resmi, aliansi strategis, maupun kesepakatan dalam proyek tertentu, dengan orientasi utama untuk memberikan manfaat timbal balik bagi semua pihak yang terlibat. Mitra bisnis terdiri atas Komunitas, Vendor, Personal Trainer, Influencer yang tersaji pada Tabel 3.35 sampai 3.40.

Tabel 3. 35 Jejaring Usaha Komunitas Olahraga

Nama Komunitas	Kategori Komunitas	Domisili	Sosial Media
iRun Medan	Lari	Medan	@irun.medan
Anak Medan Berlari	Lari	Medan	@medanmerdekarunners
Karambia Runners	Lari	Padang	@karambiarunners
Pekanbaru	Lari	Riau	@pekanbaru_runners



© 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

Runners			
Palembang Runners	Lari	Palembang	@palembang_runners
Pertamina Runners Palembang	Lari	Palembang	@pertamina_runners_palembang
CEO Runners	Lari	Jakarta	@ceorunners
IndoRunners	Lari	Jakarta	@indorunners
RIOT Jakarta	Lari	Jakarta	@riot.indonesia
Jakarta Runners Community	Lari	Jakarta	@jakartarunnerscommunity
Bogor Runners	Lari	Bogor	@BogorRunners
Bogor Trail Runners	Lari	Bogor	@bogortrailrunners
Freerunners Bogor	Lari	Bogor	@freerunnersbogor
Depok Runners	Lari	Depok	@depok_runners
Depok Trail Runners	Lari	Depok	@depoktrailrunners
Tangerang Runners	Lari	Tangerang	@tangerangrunners
Bekasi Runners	Lari	Bekasi	@bekasi_runners
Indorunners Bandung	Lari	Bandung	@indorunnersbdg
Kopo Runners	Lari	Bandung	@koporunners
Sobat Sabtu	Lari	Bandung	@sobatsabtu



© 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

Kupang Runners	Lari	NTT	@kupang_runners
Runjani	Lari	NTB	@runjani_
Shuffle and Strides Lombok	Lari	NTB	@shuffleandstrides.lombok
Be-Rari	Lari	NTB	@berari_lombok
Run On Bali	Lari	Bali	@runonbali
Open Mile Running	Lari	Bali	@openmilerunning
Indorunners Bali	Lari	Bali	@indorunnersbali
BOTS Runners Samarinda	Lari	Kalimantan Timur	@botsrunnersindonesia
Beep Beep Runners	Lari	Kalimantan Timur	@beepbeeprunners
South Borneo Runners	Lari	Kalimantan Selatan	@sbrunners
Banjarbaru Runners	Lari	Kalimantan Selatan	@banjarbarurunners
Indorunners Pontianak	Lari	Kalimantan Barat	@indorunners_pontianak
Pontianak Runners	Lari	Kalimantan Barat	@pontianak_runners
Semarang Runners	Lari	Semarang	@semarangrunners
RUNMDN	Lari	Medan	@runmdn



© 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 satu 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

Jogja Run	Lari	Yogyakarta	@jogjarun_id
Skolari	Lari	Nasional	@skolari.id
Lari_Jogja	Lari dan Sepeda	Yogyakarta	@lari_jogja
Strattos Cycling Club	Sepeda	Nasional	@strattos_cycling_club
Top Cycling Club (TCC)	Sepeda	Bandung	@topcyclingclub
Polygon Xtrada Riders Indonesia (PXRI)	Sepeda	Nasional	@xtradarider
Bike to Work Indonesia (B2W)	Sepeda	Nasional	@b2w_indonesia
Anak Bike Jakarta (ABJ)	Sepeda	Jakarta	@anakbikejakarta
Srikandi 2 Pedal	Sepeda	Malang	@srikandi2pedal
WCC Jakarta	Sepeda	Jakarta	@wcc.jkt
WCC Bandung	Sepeda	Bandung	@wcc.bandung
Skippy Cycling Club	Sepeda	Jakarta	@skippycyclingclub
Jakarta Swim Community (JSC)	Berenang	Jakarta	@jakartaswimcommunity
Pari Sakti	Berenang	Nasional	@parisaktiswimclub



© 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

Swimming Club			
Aquanus Swimming Club	Berenang	Jakarta	@aquanus.swimmingclub
Triathlon Buddies Indonesia	Triathlon	Jakarta	@tribuddies
Tridear Club	Triathlon	Jakarta	@tridearclub
Kasel Triathlon	Triathlon	Kalimantan Selatan	@kasel_tri
IMANIACZ	Triathlon	Tangerang	@imaniacz
G10 Triathletes	Triathlon	Nasional	@g10triathlete
Canisius Triathlon	Triathlon	Jakarta	@canitriathlon
Pangudi Luhur Triathlon	Triathlon	Jakarta	@pangudiluhurrunners
Mandiri Triathlon	Triathlon	Jakarta	@mandiritriathlon

Sumber: CV Nextgen Creativa Tara, 2025

Tabel 3. 36 Jejaring Usaha Vendor

Nama	Kota	Alamat	Kontak
Kudaeka production	Jawa Barat	Jl. Belimbing No.13 Cihapit, Kec. Bandung Wetan, Kota Bandung, Jawa Barat 40114	(022) 11225383
deal.product	Jawa Barat	Jalan terusan ligar	082262666654



© 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

ion		raya no. 6 & 8 Bandung	
Cebirra Immersive Technologi	Jakarta	Gg. H. Achfas No. 10B, RT 13/RW 02 Jl. Asem Dua Cipete Kec. Cilandak Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12410	089630125264
Creativ Event	Jakarta	Jl. Damarsari No.35A, RT.9/RW.7, Jati Padang, Ps. Minggu, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12510	08119011800
PT SUMBER KREASI BERSAMA	Tangerang	Jl kakatua, Bukit Nusa Indah Ciputat, Serua, Kec. Ciputat, Kota Tangerang Selatan, Banten	081386500020
Kreasi Ukasah	Tangerang	Jl. Suka Damai III No.15A 15414 Tangerang Selatan Jawa	082299920002
Jakvisual	Depok	Jl. Raya Sawangan No.39, RT.03/RW.09 16435 Depok Jawa Barat	081287886823
Karimake Production	Depok	Jalan Mangga III No.B14 Sawangan pasir putih Depok,	082125654755



© 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

		Depok, Indonesia	
Mitra Visual Group	Bekasi	Ruko Mega Boulevard, Jl Harapan Indah Boulevard, Pusaka Rakyat, Kec. Taruma Jaya, Bekasi 17131	www.instagram.com/mivispro
Bintang Jaya	Bekasi	Jl. Siti 1 No.152, RT.002/RW.008, Mustika Jaya, Kec. Mustika Jaya, Kota Bks, Jawa Barat 17158	081947136526
PT APTIKMA TEKNOLOGI INDONESIA	Jakarta	Masindo Building Lt 3 Jl Mampang Prapatan Raya no 73, Jakarta Selatan DKI Jakarta	089670017001
PT Asa Inovasi Software	Yogyakarta	The Jayan Building lantai 1. Jl. Affandi No. 4 Gejayan Condongcatur Depok Sleman Yogyakarta 55281	082224434159
Skyfly	Jakarta	CHR Office Lantai 9 Unit O Grand Slipi Tower Jl. Jend S.Parman Kav 22-24 Palmerah, Jakarta Barat 11480	082199988399
5 Elemen Production	Yogyakarta	Sorogenen RT.3 Timbulharjo, Sewon, Bantul, Yogyakarta 55186 Indonesia	082241877137



Sumber: CV Nextgen Creativa Tara, 2025

Tabel 3. 37 Jejaring Usaha Personal Trainer

Nama	Domisili	Kontak Personal
Tamara Anna Maria S,Or.	DKI Jakarta	085886256682
Mandy Santoso	DKI Jakarta	085186060221
Coach Ronny	DKI Jakarta	081111806587
Fahrezi Nasakti	DKI Jakarta	0895425294060
Fiiqi Mubarack	DKI Jakarta	085750079770
Teguh Ilmi Imansyah	DKI Jakarta	082253884343
Ido Nur Abdulloh, S.Or.,M.Kes	DKI Jakarta	083116067613
Raihan M. Farhan, S.IKom	DKI Jakarta	083899133735
Putri Rahayu Ningsih	DKI Jakarta	085212033335
Denny Sima	DKI Jakarta	085281818919
Budi Santoso	DKI Jakarta	081228304854
Resni Nanda	DKI Jakarta	081911601432
Tomi Saputra	DKI Jakarta	085718614364
Mikhael Thomas Malvin	DKI Jakarta	082210112231
Andi Selfiana, S.Or	DKI Jakarta	085341668433
Finna Putri	DKI Jakarta	08978414944
Dynasti Savira	DKI Jakarta	085786287828
Achmad Mustofa	DKI Jakarta	081130990990
Ardie	DKI Jakarta	081382502771

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



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

Mesachi Tan	DKI Jakarta	092163040188
-------------	-------------	--------------

Sumber: CV Nextgen Creativa Tara, 2025

Tabel 3. 38 Jejaring Usaha KOL

Nama KOL	Sosial Media	Pengikut Sosial Media
Sella Windi	@sellawindi	12,8K <i>Followers</i>
Rashif Amila Yaqin	@amilaaa.rashif	10K <i>Followers</i>
Anatasia Kirana	@honet.dew29	10K <i>Followers</i>
Laila	@lalakkk	14,4K <i>Followers</i>
Richard Sam Bera	@richardbera	10K <i>Followers</i>
Fahri Amirullah	@fahriamirullah	11,1K <i>Followers</i>
Akbar Rafzanzani	@akbarrafsanzani	6,3K <i>Followers</i>

Sumber: CV Nextgen Creativa Tara, 2025

Tabel 3. 39 Jejaring Usaha Influencer/Atlet

Nama Influencer/Atlet	Sosial Media	Pengikut Sosial Media
Andy Wibowo	@andy_wibowow	18K <i>Followers</i>
Tirta Mandira Hudhi (Dr. Tirta)	@dr.tirta	38,9K <i>Followers</i>
Ditto Ayudia	@dittoayudia	380K <i>Followers</i>
Sedilta Pilon Nubatonis	@pilon_nubatonis	10,3 K <i>Followers</i>
Jauhari Johan	@jauharijohan	25,2K <i>Followers</i>
Fajar "Alexa" Arifan	@fajar.arifan	22,2K <i>Followers</i>
Diondy Kusuma	@diondykusuma	49,6K <i>Followers</i>

Sumber: CV Nextgen Creativa Tara, 2025



© 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

Tabel 3. 40 Jejaring Usaha Media Partner

Nama Media Partner	Kategori Media	Kontak
iNews	Media Televisi	(021) 23567600
SPORT 7 Trans TV	Media Televisi	081 908 199 454
SEA Today	Media Televisi	(021) 5345830
CNN Indonesia	Media Televisi	kerjasama@cnnindonesia.com
Kompas TV	Media Televisi	public.relations@kompas.tv
BeritaSatu TV	Media Televisi	62 21 29957500 / contactus@beritasatamedia.com
Metrotvnews.com	Media Televisi	redaksi@metrotvnews.com / widyasaputra@metrotvnews.com
MDTV	Media Televisi	(021) 19546100
Smart FM	Radio	promo.smartfm@gmail.com
Prambors FM	Radio	info@pramborsfm.com
Motion FM	Radio	motion975fm@gmail.com
Sonora FM	Radio	marketing@sonoranetwork.co.id
GoFit	Media Sosial	@gofit.id
Info Olahraga	Media Sosial	@infolahraga
RUNHOOD Magazine	Media Sosial	@runhoodmag
Pelari Kece	Media Sosial	@pelarikece
Jakarta Info	Media Sosial	@jakartainfo
Jogja Sport Media	Media Sosial	@jogjasportmedia
Medan Viral Info	Media Sosial	@medanviralinfo



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

Detik	Website Berita	kerjasama@detik.com
Tempo	Website Berita	audev@tempo.co.id/
Warta Event	Website Berita	wartaevent@gmail.com
Venue Magazine	Website Berita	info@venuemagz.com
IDN Times	Website Berita	salverina.putri@idntimes.com
Kumparan	Website Berita	info@kumparan.com
Kompas	Website Berita	social@kompas.com
IEG (Ind Ent Group)	Website Berita	sportshub@ieg.co.id
CNN	Website Berita	eref.siregar@cnn.id

Sumber: CV Nextgen Creativa Tara, 2025

3.9.2 Stakeholder

Stakeholder adalah individu, kelompok, atau institusi yang memiliki kepentingan terhadap, terlibat dalam, serta berpotensi terpengaruh oleh keputusan, kebijakan, dan aktivitas suatu organisasi atau proyek. Dalam konteks penyelenggaraan Nusantara Triathlon Series (NTS), stakeholder mencakup seluruh pihak yang memberikan kontribusi, baik secara langsung maupun tidak langsung, terhadap kelancaran dan keberhasilan acara. Mereka tidak hanya memiliki peran penting dalam mendukung pelaksanaan kegiatan, tetapi juga memiliki kepentingan terhadap hasil dan dampaknya. Berikut adalah *list stakeholder* CV Nextgen Creativa Tara pada Tabel 3.41.

Tabel 3. 41 List Stakeholder CV Nextgen Creativa Tara

Nama Instansi	Alamat	Kontak	Bidang
Kementerian Pariwisata Republik Indonesia	Jl. Medan Merdeka Barat No. 17, RT/RW 02/03, Gambir, Daerah	08118956767	Dukungan Pemerintah



© 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

	Khusus Ibukota Jakarta 10110, Indonesia.		
Kementerian Pemuda dan Olahraga	Jl. Gerbang Pemuda No.3, RT.1/RW.3, Gelora, Kecamatan Tanah Abang, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10270	0215738572	Dukungan Pemerintah
Komite Olahraga Nasional Indonesia (KONI)	Komplek Gelora Bung Karno, Gelora Bung Karno, Gedung Direksi, Jl. Pintu Satu Senayan lantai 8, RT.1/RW.3, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10270	0215737494	Dukungan Asosiasi
Komite Olimpiade Indonesia (KOI)	Menara Olahraga Senayan, Jl. Pintu Satu Senayan No.19 Lt. 16, RT.1/RW.3, Gelora, Kecamatan Tanah Abang, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10270	0212524797/ 0212524591	Dukungan Asosiasi
Asosiasi Pelatih Kebugaran Indonesia (APKI)	Jl. Balimbing No.78, Kampung Batu Nunggul, Kecamatan Pagaden Barat, Kabupaten Subang, Jawa Barat 41251, Indonesia	0885692887599	Dukungan Asosiasi
Federasi Triathlon Indonesia (FTI)	Jl. Howitzer Raya No. 86, RT 17/RW	085691807114 / 08116898887	Dukungan Asosiasi



© 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

	2, Kelurahan Sumur Batu, Kecamatan Kemayoran, Kota Jakarta Pusat, DKI Jakarta 10640 Scribd		
Badan Otorita Borobudur (BOB)	Gedung Keuangan Negara, Lantai 4 Jl. Kusumanegara No.11, Semaki, Kec. Umbulharjo, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta 55166	0274581769	Dukungan Asosiasi
Indonesia Tourism Development Corporation (ITDC)	Komplek Masjid Nurul Bilad Jalan Pariwisata Pantai Kuta Kuta, Kecamatan Pujut Kabupaten Lombok Tengah, Nusa Tenggara Barat, Indonesia	0370650 2339	Dukungan Asosiasi
Badan Pelaksana Otorita Danau Toba (BPODT)	Jl. Kapten Pattimura No.125, Kelurahan Darat, Kecamatan Medan Baru, Kota Medan, Sumatera Utara 20153	0614502908	Dukungan Asosiasi
Corporate Legal Indonesia	Multivision Tower, 5th Floor Jl. Kuningan Mulia Kav.9B Komplek Kuningan Persada Jakarta Selatan	02122837970	Dukungan Legal



© 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

KPP Pratama Jakarta Kebayoran Baru Satu	Gedung Pajak Sudirman, Jl. Jend Sudirman Kav. 56, Senayan, Kebayoran Baru, RT.5/RW.3, Senayan, Kec. Kby. Baru, Kota Jakarta Selatan, DKI Jakarta 12190	02122775100	Perpajakan
Dinas perindustrian Perdagangan Koperasi Usaha Kecil Menengah (PPKUKM)	Dinas PPKUKM Jl. Perintis Kemerdekaan/ BGR I No.3, Jakarta Utara 14240	02145848014	Perizinan
Polres Metro Jakarta Pusat	Blok 1, Jl. Garuda No.2 1, RT.8/RW.4, Gn. Sahari Sel., Kec. Kemayoran, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10620	0213909922	Dukungan Keamanan
Polres Lombok Barat	73VQ+XFV, Jalan Yos Sudarso No.14, Jemb. Kembar, Kec. Lembar, Kabupaten Lombok Barat, Nusa Tenggara Bar. 83364	087862925000	Dukungan Keamanan
Polres Magelang Kota	Jl. Jend. Sudirman No.139, Magersari, Kec. Magelang Sel., Kota Magelang, Jawa Tengah 59214	0293362009	Dukungan Keamanan
Polres Samosir	JM4W+QRJ, Jl. Danau Toba No.3, Ps. Pangururan, Kec. Pangururan, Kabupaten Samosir,	062620431	Dukungan Keamanan



© 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

	Sumatera Utara 22392		
Polres Manggarai Barat	Jl. Frans Lega No. 15 Labuan Bajo, Kecamatan Komodo Kabupaten Manggarai Barat Nusa Tenggara Timur 86711	081236288062	Dukungan Keamanan
Polres Minahasa Utara	CX7V+VCP, Airmadidi Atas, Airmadidi, North Minahasa Regency, North Sulawesi	04318911110	Dukungan Keamanan
RSUD Provinsi NTB	Jl. Prabu Rangkasari, Dasan Cermen, Kec. Sandubaya, Kota Mataram, Nusa Tenggara Bar. 84371	03707502424	Dukungan Kesehatan
RSUD Merah Putih Kabupaten Magelang	Jl. Magelang - Yogyakarta No.Km.5, Japunan, Danurejo, Kec. Mertoyudan, Kabupaten Magelang, Jawa Tengah 56172	02933202654	Dukungan Kesehatan
RSUD Dr Hadrianus Ruang Melati	HPW4+7MH, Jl. Dr. Hadrianus Sinaga, Pintu Sona, Kec. Pangururan, Kabupaten Samosir, Sumatera Utara 22392	062620106	Dukungan Kesehatan
RSUD Komodo Labuan Bajo	Jl. Raya Labuan Bajo-Ruteng, Golo	081236543188	Dukungan Kesehatan



© 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

	Bilas, Kec. Komodo, Kabupaten Manggarai Barat, Nusa Tenggara Tim.		
RSU Manado Medical Center	Jl. Rajawali No.8 - 10, Paal Dua, Kec. Paal Dua, Kota Manado, Sulawesi Utara 95121	0431866641	Dukungan Kesehatan

Sumber: CV Nextgen Creativa Tara, 2025

**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

BAB IV

ANALISIS SUMBER DAYA MANUSIA

4.1 Analisis Kompetensi Sumber Daya Manusia

Sumber Daya Manusia (SDM) menjadi fondasi utama bagi keberhasilan CV Nextgen Creativa Tara dalam mencapai tujuannya sebagai pionir sports tourism berbasis teknologi 5.0 di Indonesia. Peran SDM tak hanya terbatas pada menjalankan operasional harian, namun juga sebagai motor penggerak inovasi, kreativitas, dan strategi pengembangan bisnis yang berkelanjutan. Manusia merupakan sumber daya terpenting dalam suatu organisasi karena mereka menyediakan keterampilan, pengetahuan, dan pengalaman yang dibutuhkan untuk mencapai visi perusahaan. Dengan kata lain, kualitas SDM berbanding lurus dengan kualitas pencapaian tujuan organisasi.

CV Nextgen Creativa Tara memiliki sumber daya manusia kompeten dan sudah tersertifikasi yang berasal dari program studi Usaha Jasa Konvensi, Perjalanan Insentif, dan Pameran (MICE) sehingga keunggulan berupa sumber daya ahli dari bidang yang tepat sehingga mampu menyelenggarakan acara dengan baik. Tabel 4.1 berikut adalah analisis kompetensi sumber daya manusia CV Nextgen Creativa Tara.

Tabel 4. 1 Analisis Sumber Daya Manusia Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tingkat Pendidikan	Jumlah
Tidak Lulus SD	0
SD	0
SMP	0
SMA	0
D1	0
D3/Sarjana Muda	0
Sarjana/Sarjana Terapan	3
Total	3

Sumber: Data diolah CV Nextgen Creativa Tara, 2025



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

Berdasarkan struktur awal yang telah ditetapkan, CV Nextgen Creativa Tara mengelola sumber daya manusia yang terdiri dari tiga posisi inti. Ketiganya merupakan tenaga profesional dengan latar belakang pendidikan minimal jenjang D4 atau yang setara dengan Strata 1 (S1), yang sesuai dengan kebutuhan bidang *sports tourism* dan teknologi digital. Selain meninjau dari aspek kualifikasi pendidikan, perusahaan juga melakukan analisis berdasarkan jabatan yang ada guna memastikan kesesuaian peran dengan tanggung jawab yang diemban. Susunan posisi tersebut ditampilkan dalam Tabel berikut.

Tabel 4. 2 Analisa Sumber Daya Manusia Berdasarkan Jabatan yang Tersedia

Jabatan	Jumlah
Direktur Utama	1
Manajer Keuangan	1
Manajer Pemasaran	1
Total	3

Sumber: Data diolah CV Nextgen Creativa Tara, 2025

Masing-masing jabatan memiliki kualifikasi dan tanggung jawab yang dirancang sesuai dengan kebutuhan industri *sports tourism* dan pengembangan teknologi digital. Adapun kriteria yang dibutuhkan adalah sebagai berikut:

a. Direktur Utama

- 1) Lulusan minimal S1 dari jurusan yang relevan seperti Manajemen Event, Pariwisata, atau Teknologi.
- 2) Berpengalaman dalam memimpin proyek, event, atau unit bisnis berbasis teknologi dan pariwisata.
- 3) Mampu berkomunikasi dengan baik dalam Bahasa Inggris, serta memiliki kemampuan bahasa asing lainnya sebagai nilai tambah.
- 4) Familiar dengan berbagai tools manajemen dan aplikasi bisnis digital.
- 5) Mempunyai jiwa kepemimpinan, pandangan strategis, dan kemampuan mengidentifikasi peluang inovasi.



© 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 satu 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

b. Direktur Keuangan

- 1) Pendidikan minimal S1 di bidang Akuntansi, Manajemen Keuangan, atau sejenisnya.
- 2) Mahir menggunakan software akuntansi dan Microsoft Excel.
- 3) Teliti dalam membuat laporan keuangan, mengelola anggaran, serta menyusun perencanaan finansial jangka pendek dan panjang.
- 4) Jujur, bertanggung jawab, dan memiliki kepercayaan diri dalam mengambil keputusan berbasis data keuangan.
- 5) Mampu mengawasi arus kas dan menjaga kesehatan finansial perusahaan.

c. Direktur Pemasaran

- 1) Latar belakang pendidikan S1 di bidang Pemasaran, Komunikasi, atau Pariwisata.
- 2) Memiliki pengetahuan kuat dalam strategi pemasaran digital, kampanye media sosial, dan branding.
- 3) Kreatif, inovatif, serta mampu membaca trend pasar sports tourism dan teknologi.
- 4) Memiliki kemampuan komunikasi interpersonal yang baik serta mampu melakukan negosiasi.
- 5) Dapat menyusun dan mengimplementasikan strategi promosi untuk memperluas jangkauan pasar perusahaan.

Dengan komposisi SDM yang terfokus namun solid ini, CV Nextgen Creativa Tara optimis dapat menjalankan operasional perusahaan dengan efisien sekaligus menjaga kualitas layanan dan inovasi. Seiring pertumbuhan bisnis, pengembangan SDM akan menjadi prioritas utama untuk memperkuat daya saing dan memperluas cakupan layanan di masa mendatang.

4.2 Analisis Kebutuhan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia

Dalam rangka mendukung pengembangan perusahaan secara berkelanjutan, CV Nextgen Creativa Tara menempatkan perencanaan dan pengembangan Sumber



© 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

Daya Manusia (SDM) sebagai salah satu fondasi utama dalam mewujudkan visi menjadi pelopor *sports tourism* berbasis teknologi 5.0 di Indonesia.

Pada awal pendirian, perusahaan fokus pada tiga jabatan inti, yakni Direktur Utama, Manajer Keuangan, dan Manajer Pemasaran. Namun, seiring berkembangnya cakupan layanan dan kompleksitas teknologi yang digunakan, kebutuhan SDM mengalami penyesuaian strategis setiap tahunnya.

Memasuki tahun kedua operasional, perusahaan mulai memperluas struktur tim untuk mendukung integrasi teknologi canggih seperti *Artificial Intelligence* (AI), dan *Internet of Things* (IoT). Oleh karena itu, penambahan jabatan Manajer Teknologi & Inovasi Digital (AI) menjadi kebutuhan mendesak guna mengelola serta mengembangkan ekosistem teknologi yang menjadi daya saing utama perusahaan. Berikut ini adalah rincian kebutuhan SDM untuk jabatan baru yang akan dikembangkan pada tahun kedua.

**Tabel 4. 3 Pengembangan Sumber Daya Manusia CV Nextgen Creativa
Tara Tahun Kedua**

Jabatan	Tingkat Pendidikan	Pengalaman (Tahun)	Keterampilan Khusus
Manajer Teknologi & Inovasi Digital (AI)	S1/S2 (Teknik Informatika, Data Science, Sistem Cerdas)	3–5 tahun di bidang AI, data engineering, atau pengembangan sistem digital	<ul style="list-style-type: none"> - Penguasaan <i>machine learning</i> (TensorFlow, PyTorch) - Penerapan AI untuk analitik olahraga (misal:



© 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

			<ul style="list-style-type: none"> pelacakan performa atlet berbasis sensor/IoT) - Desain dan deployment sistem berbasis AI untuk mobile app (backend & frontend) - Integrasi teknologi blockchain untuk NFT sertifikat - Pengalaman memimpin tim pengembang an teknologi di startup atau industri kreatif
--	--	--	--

Sumber: Data diolah CV Nextgen Creativa Tara, 2025

Sebagai kelanjutan dari strategi pertumbuhan perusahaan, tahun ketiga difokuskan pada penguatan operasional *event* secara menyeluruh. Mengingat meningkatnya skala dan kompleksitas pelaksanaan triathlon serta integrasi wisata dan teknologi, perusahaan membutuhkan figur profesional yang mampu mengelola teknis pelaksanaan *event* dari hulu ke hilir. Oleh karena itu, jabatan



© 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 satu 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

Manajer *Event* Operasional menjadi posisi krusial yang perlu diisi oleh individu berpengalaman dan bersertifikasi di bidang *event outdoor* dan *sports tourism*. Berikut adalah rincian kebutuhan SDM untuk jabatan tersebut.

**Tabel 4. 4 Pengembangan Sumber Daya Manusia CV Nextgen Creativa
Tara Tahun Ketiga**

Jabatan	Tingkat Pendidikan	Pengalaman (Tahun)	Keterampilan Khusus
Manajer Event Operasional	S1 (Manajemen Event, MICE, Pariwisata, atau Ilmu Keolahragaan)	3 tahun di bidang operasional <i>event sports tourism</i> berskala besar	<ul style="list-style-type: none"> - Penguasaan teknis rute dan logistik triathlon (<i>open water swim, cycling road safety, trail run setup</i>) - Sertifikasi K3 (Keselamatan dan Kesehatan Kerja) untuk <i>event outdoor</i> - Pengalaman mengelola tim lapangan lintas fungsi (marshal, volunteer,



© 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 satu 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

			medis, transportasi) - Kemampuan mitigasi risiko dan penyusunan SOP evakuasi dan keselamatan - Penguasaan software manajemen event (Trello, Asana, GanttPro) serta tools komunikasi tim (Slack, WhatsApp API, Zello)
--	--	--	---

Sumber: Data diolah CV Nextgen Creativa Tara, 2025

4.3 Rencana Pemenuhan Kebutuhan Sumber Daya Manusia

Dalam mendukung pengembangan dan peningkatan kinerja perusahaan secara berkelanjutan, CV Nextgen Creativa Tara telah menyusun rencana pemenuhan kebutuhan Sumber Daya Manusia (SDM) secara bertahap berdasarkan fase pertumbuhan bisnis.

Perencanaan ini dilakukan guna memastikan ketersediaan tenaga kerja yang kompeten sesuai dengan tuntutan posisi strategis, serta menjawab tantangan sports tourism berbasis teknologi yang terus berkembang. Rencana pemenuhan



© 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

ini juga memperhatikan kebutuhan spesifik di setiap fungsi kerja yang terkait dengan penyelenggaraan event, seperti perencanaan, operasional, keuangan, pemasaran, dan teknologi informasi. CV Nextgen Creativa Tara akan melakukan rekrutmen secara bertahap, baik melalui perekrutan internal maupun eksternal, serta menjalin kerja sama dengan institusi pendidikan dan platform tenaga kerja profesional.

Selain itu, perusahaan juga akan mengembangkan program pelatihan dan peningkatan kapasitas SDM guna menjamin kesiapan tim dalam menghadapi dinamika industri *sports tourism* yang kompetitif dan berbasis digital. Evaluasi terhadap kebutuhan dan kinerja SDM akan dilakukan secara berkala agar strategi pengelolaan SDM tetap relevan dan adaptif terhadap perubahan. Rencana ini meliputi pemetaan posisi, jumlah tenaga yang tersedia saat ini, kebutuhan tambahan di masa depan, serta tahun implementasi pemenuhan tersebut.

Tabel 4. 5 Rencana Pembuatan Kebutuhan Sumber Daya Manusia CV Nextgen Creativa Tara

Jabatan	Jumlah Kebutuhan	Tenaga yang Tersedia	Tenaga yang Harus Direkrut
Direktur Utama	1	1	0
Direktur Keuangan	1	1	0
Direktur Pemasaran	1	1	0
Manajer Teknologi & Inovasi Digital (AI)	1	0	1
Manajer Event Operasional	1	0	1

Sumber: Data diolah CV Nextgen Creativa Tara, 2025

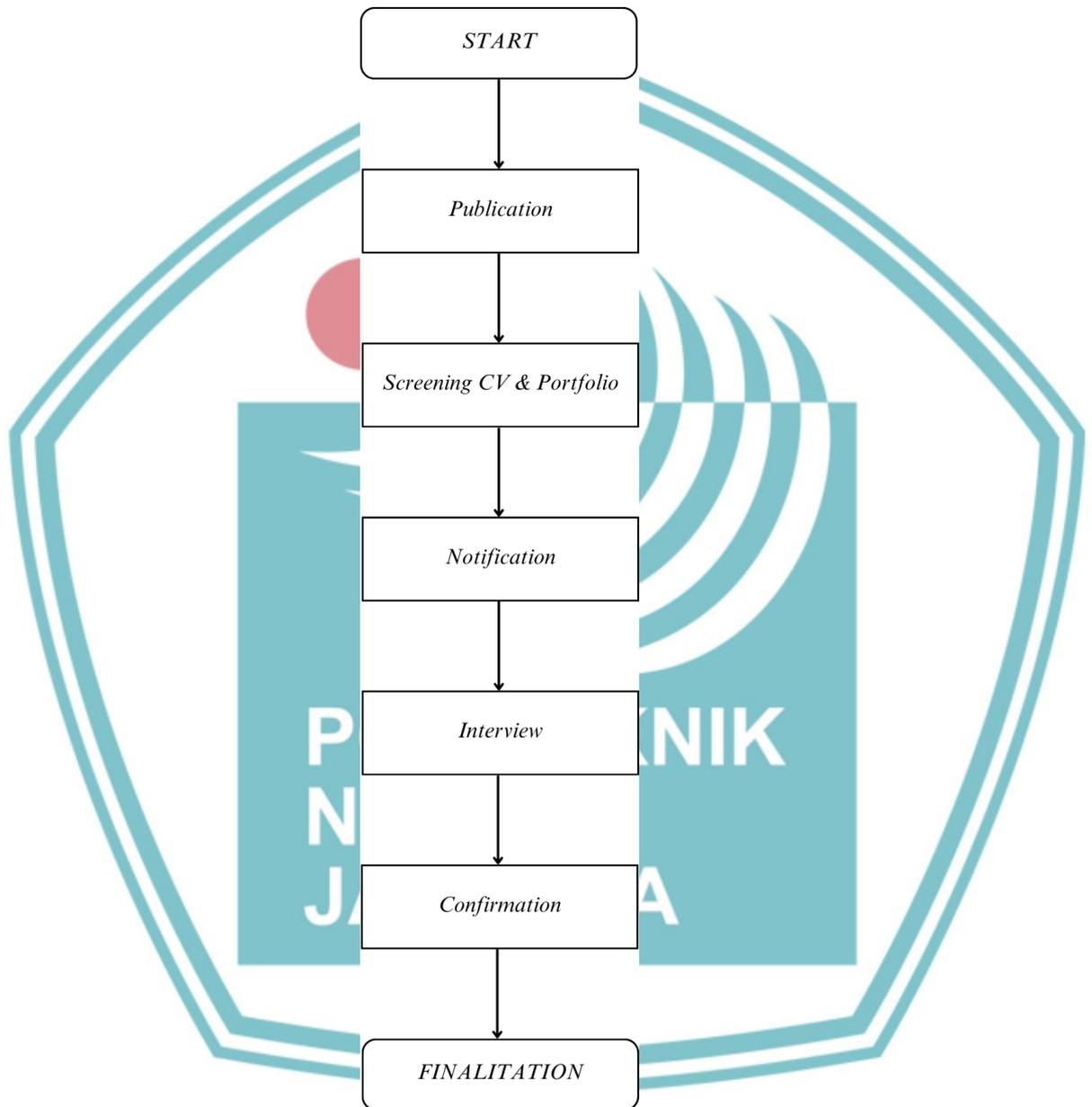
Untuk memenuhi kebutuhan tenaga kerja tetap yang berkualitas, CV Nextgen Creativa Tara melakukan proses perekrutan guna memilih sumber daya manusia yang memiliki keterampilan terbaik. Proses seleksi ini diuraikan pada gambar berikut ini



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

Gambar 4.1 Proses Perekrutan Sumber Daya Manusia CV Nextgen Creativa Tara



Sumber: Data diolah CV Nextgen Creativa Tara, 2025

Sebagai perusahaan yang digerakkan langsung oleh tiga pemimpin inti tanpa divisi SDM formal, proses rekrutmen di CV Nextgen Creativa Tara tidak mengikuti pola administratif konvensional. Setiap tahapannya dirancang menyesuaikan kebutuhan pelaksanaan Nusantara Triathlon Series (NTS), *event*



© 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

sports utama yang menggabungkan elemen olahraga, budaya, dan teknologi dalam satu paket pengalaman. Dalam menjalankan rekrutmen, tim direksi memprioritaskan ketepatan karakter dan kesiapan lapangan dari setiap kandidat. Berikut ini adalah rangkaian tahapan yang dilalui dalam proses rekrutmen internal perusahaan, yang telah disesuaikan dengan dinamika proyek MATE secara spesifik.

a. Tahap Awal

Persiapan Rekrutmen Dalam struktur organisasi yang masih ringkas, proses rekrutmen diinisiasi langsung oleh Direktur Utama bersama dua direktur lainnya. Persiapan dimulai dari identifikasi kebutuhan SDM berdasarkan fase kerja seperti pelaksanaan *pre-event*, *during event*, hingga *post event*. Tim kemudian menyiapkan formulir digital (Google Form atau Typeform) untuk pendaftaran kandidat serta email resmi perusahaan yang digunakan sebagai kanal komunikasi. Selain itu, materi promosi lowongan disusun dengan memperhatikan semangat *sports tourism* dan karakter generasi aktif yang menjadi target.

b. Tahap Publikasi

Lowongan Setelah sistem administrasi siap, informasi lowongan dipublikasikan melalui akun Instagram, grup komunitas, serta jaringan mitra lokal. Postingan dirancang dengan pendekatan visual yang kuat dan narasi yang mengundang partisipasi. Informasi mencakup posisi yang dibuka, kualifikasi dasar, waktu pendaftaran, dan tautan untuk pendaftaran daring.

c. *Screening CV & Portfolio*

Begitu periode pendaftaran ditutup, ketiga direktur menyortir lamaran secara langsung. Seleksi ini tidak hanya menilai dari sisi pengalaman teknis, tapi juga keterlibatan pelamar dalam kegiatan komunitas, olahraga, atau pengelolaan *event*. Portofolio seperti dokumentasi event, media sosial pribadi yang relevan, hingga pengalaman sebagai volunteer menjadi bahan pertimbangan utama.



© 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 mengumumkkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- d. Notifikasi Hasil Seleksi Awal

Kandidat yang tidak lolos akan mendapat notifikasi melalui email yang telah disiapkan. Bagi yang lolos seleksi awal, tim akan mengirim undangan interview lengkap dengan jadwal dan platform (Zoom/Meet atau pertemuan langsung bila memungkinkan).
- e. Tahap Wawancara

Wawancara dilakukan oleh dua hingga tiga direktur, tergantung konteks posisi yang dilamar. Sesi ini bersifat dialogis dan berbasis studi kasus: bagaimana menangani konflik lapangan saat *race-day*, mengelola komunikasi dengan vendor lokal, atau membangun strategi digital engagement untuk partisipan luar negeri. Penilaian tidak hanya berdasarkan jawaban, tapi juga attitude, fleksibilitas, dan pemahaman terhadap visi.
- f. Konfirmasi Hasil Wawancara

Kandidat yang tidak terpilih tetap menerima pemberitahuan resmi. Sementara kandidat yang lolos akan dikirim email penawaran kerja resmi beserta dokumen perjanjian yang harus ditinjau dan ditandatangani.
- g. Finalisasi

Penandatanganan Perjanjian Kerja Sebelum menandatangani dokumen, kandidat diberikan kesempatan untuk berkonsultasi langsung dengan tim direksi jika ada hal-hal yang perlu diperjelas. Setelah ditandatangani, kandidat resmi bergabung dalam tim.



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 mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB V PEMANFAATAN TEKNOLOGI

Dalam menjalankan kegiatan operasional sehari-hari, CV Nextgen Creativa Tara menekankan penggunaan perangkat dan sistem digital yang dapat meningkatkan efisiensi kerja tim, mempercepat alur komunikasi internal, mengoptimalkan pengelolaan data dan dokumen, serta mempermudah pengawasan aktivitas perusahaan secara real-time. Hal ini sejalan dengan karakter industri sports tourism yang menuntut mobilitas tinggi, koordinasi lintas sektor, dan pengambilan keputusan berbasis data.

Pemanfaatan teknologi di perusahaan ini mencakup berbagai aspek seperti perencanaan program, kolaborasi tim jarak jauh, produksi konten visual untuk kebutuhan promosi, hingga pengembangan sistem informasi internal yang mampu mendukung keberlangsungan perusahaan secara jangka panjang. Oleh karena itu, pada Bab V ini akan dijelaskan secara mendalam bagaimana strategi pemilihan teknologi dilakukan, perangkat dan aplikasi apa saja yang digunakan, serta tahapan pengembangan teknologi yang dirancang secara bertahap dan berkelanjutan sesuai dengan perkembangan kebutuhan perusahaan.

5.1 Analisis dan Perencanaan Pemanfaatan Teknologi

Pada sub bab ini, akan diuraikan bagaimana perencanaan pemanfaatan teknologi disusun oleh CV Nextgen Creativa Tara. Fokus utama tertuju pada pemilihan dan penggunaan perangkat keras serta perangkat lunak yang relevan, disesuaikan dengan kapasitas modal awal perusahaan. Analisis ini menjadi landasan agar operasional perusahaan dapat berjalan efisien, terstruktur, dan profesional sejak tahap awal.

5.1.1 Perangkat Keras (*Hardware*)

Perangkat keras (*hardware*) menjadi elemen penting dalam mendukung efektivitas dan efisiensi operasional perusahaan, terutama dalam penyelenggaraan event yang berbasis teknologi. CV Nextgen Creativa Tara membutuhkan perangkat keras yang andal untuk menunjang

kegiatan administrasi, komunikasi, desain, manajemen data, serta pelaksanaan *event*.

Pemilihan perangkat dilakukan berdasarkan kebutuhan spesifik masing-masing divisi, dengan mempertimbangkan aspek durabilitas, kompatibilitas teknologi, serta efisiensi biaya investasi. Berikut merupakan rincian kebutuhan perangkat keras yang telah dirancang untuk mendukung operasional perusahaan sejak tahap awal

Tabel 5. 1 Kebutuhan Perangkat Keras CV Nextgen Creativa Tara



© 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





© 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

No	Nama	Spesifikasi	Jumlah
1	Macbook Pro M4	<ul style="list-style-type: none"> ● Layar: 14,2 inch (3024x1964) dan 16,2 inch (3456x2234) Liquid Retina XDR dengan kecerahan maksimum 1.600 saat menampilkan konten HDR, True Tone, 1 miliar warna, ProMotion upto 120Hz. Apple memberikan opsi layar nano-texture baru yang secara signifikan mengurangi silau dan gangguan dari pantulan. ● Prosesor: M4, M4 Pro dan M4 Max ● RAM: hingga 48 GB (dapat dikonfigurasi sampai 128 GB) ● Storage: SSD 1 TB (dapat dikonfigurasi sampai 8 TB) ● Port: 3x Thunderbolt 5 (USB-C), SDXC card slot, SDXC card slot, 3.5 mm headphone jack, MagSafe 3 ● Kamera: 12MP Center Stage ● Baterai: hingga 24 jam memutar video, 140W USB-C Power Adapter ● Speaker: 6 speaker dengan force-cancelling woofers, mendukung Dolby Atmos ● Dimensi: 31.26 x 22.12 x 1.55 cm (14 inch), 35.57 x 24.81 x 1.68 cm (16 inch) ● Berat: 1,55 kg (14/M4), 1,60 kg (14/M4 Pro), 1,62 (14/M4 Max); 2.14 kg (16/M4 Pro), 2.15 kg (16/M4 Max) ● Warna: Space Black dan Silver 	1
2	Apple iPad 11th Gen	<ul style="list-style-type: none"> ● Layar: 11 inci Liquid Retina, resolusi 2360 x 1640 piksel, 	1



© 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

		<p>kecerahan hingga 500 nits</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Chipset: Apple A16 Bionic ● RAM: 6 GB ● Penyimpanan: 512 GB ● Kamera Depan: 12 MP Ultra Wide dengan fitur Center Stage ● Kamera Belakang: 12 MP Wide dengan aperture $f/1.8$ ● Sistem Operasi: iPadOS 18.3 ● Konektivitas: Wi-Fi 6, Bluetooth 5.3, USB-C; model Wi-Fi + Cellular mendukung 5G ● Fitur Tambahan: Touch ID pada tombol daya, dukungan untuk Apple Pencil (generasi pertama dan USB-C) serta Magic Keyboard Folio ● Warna: Silver 	
3	Apple Pencil 2nd Generation	<ul style="list-style-type: none"> ● Magnetic attachment to the iPad ● Wireless pairing and charging ● Hover functionality on the iPad Pro ● Double-tap to change writing tools ● Free engraving for personalization (when ordered directly from Apple). 	1
4	WLN C1 HT UHF	<ul style="list-style-type: none"> ● Super receive ● Strong anti-interference and dustproof ● Signal prompt ● Channnel Capacity : 16 Channel ● Frequency Range : 400-470MHz ● Output power : 2W/5W ● Operation Voltage : DC 3.7 V 	5



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

	<ul style="list-style-type: none"> ● Talk Range : 1-4 Km ● UHF(400-470MHz) 	
--	--	--

Sumber: Data diolah oleh CV Nextgen Creativa Tara, 2025

Perangkat keras tersebut digunakan untuk mendukung efisiensi kerja dan operasional internal perusahaan yang mengedepankan mobilitas serta kolaborasi digital di berbagai lini manajemen dan produksi, dengan penjabaran sebagai berikut:

1. Laptop dan iPad

Digunakan oleh direktur utama, manajer pemasaran, dan manajer keuangan dalam menunjang pekerjaan administratif maupun strategis secara mobile dan fleksibel. Laptop berfungsi sebagai perangkat utama untuk menyusun dokumen bisnis, presentasi, laporan keuangan, hingga menjalankan software manajemen proyek dan kolaborasi tim. Sementara iPad mendukung fleksibilitas kerja saat di lapangan atau dalam perjalanan, terutama dalam menampilkan proposal, visual konten, serta mencatat ide atau notulensi dalam rapat informal. Kombinasi kedua perangkat ini memungkinkan pimpinan perusahaan untuk tetap produktif meskipun tidak berada di kantor.

2. Apple Pencil

Berfungsi sebagai alat pendukung untuk desain manual dan pembuatan ilustrasi konten visual oleh tim kreatif perusahaan. Selain itu, Apple Pencil juga digunakan oleh pimpinan perusahaan untuk mencatat notulensi digital secara langsung di iPad saat rapat atau kunjungan lapangan, yang kemudian dapat langsung di sinkronisasi ke Google Drive atau sistem penyimpanan internal perusahaan.

3. Handy Talkie (HT)

Merupakan alat komunikasi utama antar anggota tim saat melakukan kunjungan lapangan ke lokasi event, site plan kerja sama, atau observasi calon venue kegiatan sports tourism. Penggunaan HT sangat krusial untuk menjaga komunikasi real-time di area yang mungkin tidak memiliki sinyal internet stabil. Hal ini menjadi bagian penting dari sistem komunikasi



© 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

lapangan yang cepat dan responsif di tengah kebutuhan koordinasi teknis yang dinamis.

5.1.2 Perangkat Lunak (*Software*)

Perangkat lunak yang digunakan oleh CV Nextgen Creativa Tara bersifat mendasar dan strategis, mencerminkan kebutuhan operasional perusahaan yang baru berdiri, tetapi ingin bergerak secara profesional, terstruktur, dan berbasis teknologi.

1. Google Workspace

Google Workspace menjadi platform utama dalam manajemen kolaborasi daring dan komunikasi internal perusahaan. Layanan seperti Google Drive digunakan untuk menyimpan dan berbagi dokumen secara aman; Google Docs dan Google Sheets untuk kolaborasi dokumen secara real-time; Google Calendar untuk mengatur jadwal kegiatan; serta Gmail dan Google Meet untuk komunikasi dan rapat jarak jauh. Dengan sistem yang terintegrasi ini, koordinasi tim dapat berjalan secara efisien dan transparan, terutama dalam menghadapi tantangan mobilitas tinggi dalam industri sports tourism.

2. Microsoft Office 365

Microsoft Office 365 dimanfaatkan sebagai perangkat pelengkap yang penting, khususnya dalam hal pembuatan dan pengelolaan dokumen formal seperti laporan keuangan, proposal kerjasama, atau presentasi kepada mitra eksternal. Tools seperti Microsoft Word, Excel, dan PowerPoint masih menjadi standar dalam banyak institusi dan korporasi, sehingga penggunaannya memastikan kompatibilitas serta kesan profesionalisme dalam interaksi eksternal perusahaan.

3. Canva Pro

Canva Pro digunakan oleh tim kreatif untuk memproduksi berbagai materi visual dengan cepat dan efisien. Platform ini menyediakan template yang mudah disesuaikan dengan identitas visual perusahaan, serta mendukung pembuatan konten promosi seperti poster digital, feed Instagram, hingga



© 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

company profile. Kehadiran Canva mempercepat proses desain sekaligus menjaga kualitas visual brand dari CV Nextgen Creativa Tara.

4. Adobe Creative Suite (Opsional Bertahap)
Untuk kebutuhan produksi konten visual lanjutan, CV Nextgen Creativa Tara juga mempersiapkan penggunaan Adobe Creative Suite. Software seperti Adobe Premiere untuk editing video, Adobe Illustrator untuk desain grafis, dan After Effects untuk animasi visual akan diimplementasikan secara bertahap sesuai kebutuhan. Ini bertujuan mendukung pembuatan materi promosi kelas profesional di berbagai platform digital.
5. Notion
Aplikasi Notion digunakan untuk manajemen proyek dan pencatatan kerja. Platform ini memudahkan tim dalam merinci daftar tugas, menandai progres, mendokumentasikan ide, serta mengatur alur kerja tim secara kolaboratif. Setiap proyek dapat dipantau dan dikembangkan dengan lebih terstruktur.
6. Zoom Premium
Zoom Premium dimanfaatkan untuk keperluan komunikasi eksternal berskala besar, seperti presentasi kepada sponsor, rapat koordinasi dengan mitra strategis, atau webinar publik. Fitur tambahan seperti breakout room, perekaman video, serta kapasitas partisipan yang lebih besar memberikan fleksibilitas dan profesionalisme dalam penyelenggaraan pertemuan virtual.
7. Sistem Informasi Internal (Tahap Pengembangan)
Kedepannya, CV Nextgen Creativa Tara akan membangun sistem informasi internal berbasis web sebagai portal utama karyawan. Sistem ini dirancang untuk memfasilitasi dashboard personal pegawai, pengajuan dana operasional, pelaporan kegiatan, serta arsip dokumen digital perusahaan secara terintegrasi dan aman.



5.2 Tahapan Pengembangan Teknologi

Pengembangan teknologi pada CV Nextgen Creativa Tara dilakukan secara bertahap dan berkelanjutan sesuai dengan pertumbuhan perusahaan dan kebutuhan operasional. Setiap tahap dirancang untuk memperkuat fondasi digital perusahaan dalam mendukung efisiensi internal, kolaborasi antar tim, hingga pengelolaan informasi yang terintegrasi. Berikut adalah tahapan pengembangan teknologi serta implementasi nyatanya dalam operasional CV Nextgen Creativa Tara.

Tabel 5. 2 Tahapan Pengembangan Teknologi CV Nextgen Creativa Tara

No.	Tahap	Deskripsi Strategis	Implementasi Nyata di CV Nextgen Creativa Tara
1	Inventarisasi Kebutuhan Dasar	Menyusun kebutuhan utama perangkat keras dan lunak yang sesuai dengan skala awal perusahaan.	Tim internal melakukan pemetaan kebutuhan digital untuk manajemen proyek dan produksi konten. Daftar kebutuhan seperti MacBook, iPad, dan software Google Workspace disusun berdasarkan skenario kerja event.
2	Pengadaan & Instalasi	Pengadaan perangkat dan instalasi aplikasi dasar untuk menjalankan operasional tim.	Perusahaan membeli MacBook Air M2 untuk tim manajemen, iPad Air Gen 5 untuk kebutuhan desain cepat dan pencatatan lapangan, serta menginstal software penting seperti Canva Pro dan Microsoft 365.
3	Penerapan Teknologi Operasional	Implementasi sistem kolaborasi daring dan tools digital untuk komunikasi dan dokumentasi.	Google Workspace digunakan untuk manajemen email, dokumen, dan rapat internal. Trello digunakan untuk pembagian tugas tiap divisi, dan Canva Pro dipakai tim kreatif

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



© 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

			untuk produksi visual media sosial event “Mandalika Triathlon Xplore”.
4	Evaluasi Efisiensi & Kolaborasi	Menganalisis kinerja teknologi terhadap workflow internal dan efektivitas kerja tim.	Setelah 3 bulan operasional awal, tim melakukan evaluasi dengan Google Form. Hasil menunjukkan peningkatan efektivitas kerja sebesar 40%, terutama karena kolaborasi real-time di Google Docs dan Notion.
5	Pengembangan Sistem Informasi Internal	Membangun sistem berbasis web untuk mendukung pengelolaan internal yang lebih tertata.	Perusahaan mulai membangun dashboard pegawai sederhana menggunakan Notion yang diintegrasikan dengan Google Sheet sebagai database awal, dengan modul pengajuan operasional dan laporan kegiatan.
6	Integrasi dan Pembaruan Berkala	Menyesuaikan sistem dengan pertumbuhan bisnis dan skala proyek yang lebih besar.	Dalam roadmap Q4 2025, CV Nextgen Creativa Tara merencanakan pengembangan sistem berbasis Laravel atau WordPress untuk portal internal resmi yang terintegrasi, sekaligus mengadopsi storage berbasis AWS untuk skalabilitas data proyek dan konten digital.

Sumber: Data diolah oleh CV Nextgen Creativa Tara, 2025

Dengan pendekatan ini, CV Nextgen Creativa Tara tidak hanya mampu menjawab tantangan digitalisasi internal, tetapi juga mempersiapkan diri



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

menjadi perusahaan berbasis teknologi yang adaptif terhadap perubahan tren industri event dan sports tourism di era 5.0.



BAB VI
ANALISIS DAN RENCANA KEUANGAN

6.1 Rencana Kebutuhan Investasi

CV Nextgen Creativa Tara membuat rencana kebutuhan investasi sebagai modal awal untuk membentuk perusahaan. Modal yang ditanamkan yaitu sebesar Rp 100.000.000 (seratus juta rupiah) oleh para pendiri CV Nextgen Creativa Tara dengan detail sebagai berikut.

Tabel 6. 1 Rencana Kebutuhan Investasi CV Nextgen Creativa Tara

Nama	Jabatan	Jumlah Modal	Persentase Modal
Leony Patrighia C. L.	Direktur Utama	Rp 40.000.000	40%
Rosita Ahmad	Direktur Pemasaran	Rp 30.000.000	30%



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

Lisna Herawati	Direktur Keuangan	Rp 30.000.000	30%
Total Modal Awal		Rp 100.000.000	100%

Sumber: Data diolah oleh CV Nextgen Creativa Tara, 2025

Berdasarkan Tabel 6.1, CV Nextgen Creativa Tara memiliki modal awal sebesar Rp100.000.000 (seratus juta rupiah) yang berasal dari Leony Patricia Cornelia Lopulalan selaku direktur utama memberikan 40% dari modal tersebut atau sejumlah Rp40.000.000 (empat puluh juta rupiah). Kemudian, Rosita Ahmad selaku Direktur pemasaran dan Lisna Herawati selaku direktur keuangan memberikan modal masing-masing sebesar 30% atau sejumlah Rp30.000.000 (tiga puluh juta rupiah).

6.2 Anggaran Biaya Produk Penjualan

6.2.1 Anggaran Biaya Produk Utama

CV Nextgen Creativa Tara memiliki tiga kategori pada produk utama yaitu Nusantara Triathlon Series, kategori paket tersebut yaitu Basic Xperience, Premium Xperience, dan Team Xperience yang memiliki layanan dan fasilitas dengan menyesuaikan kebutuhan konsumen. Ketiga produk ini

menjadi bentuk layanan utama yang ditawarkan perusahaan dalam rangka mendukung pelaksanaan berbagai program dan aktivitas yang akan dikelola. Selain itu, terdapat juga layanan tambahan bagi partisipan yang ingin menambah layanan fasilitas yang tidak tersedia pada paket yang diambil. Adapun anggaran biaya yang diperlukan untuk tiga kategori produk utama tersaji pada Tabel 6.2 berikut.

Tabel 6. 2 Anggaran Biaya Produk Utama CV Nextgen Creativa Tara

Produk Utama	2026		
	Target	Pengeluaran	Total Pengeluaran
Nusantara Triathlon Series			
Basic Xperience	2	Rp300,102,156	Rp600,204,312
Premium Xperience		Rp193,033,841	Rp386,067,682



© 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

Team Xperience		Rp54,587,863	Rp109,175,726
Total		Rp547,723,860	Rp1,095,447,720
Recovery Massage	2	Rp28,800,000	Rp57,600,000
1 Day City Tour	2	Rp6,801,000	Rp13,602,000
Total		Rp35,601,000	Rp71,202,000
Total Seluruh Anggaran		Rp583,324,860	Rp1,166,649,720

Produk Utama	2027		
	Target	Pengeluaran	Total Pengeluaran
Nusantara Triathlon Series			
Basic Xperience	2	Rp384,364,246	Rp768,728,492
Premium Xperience		Rp236,061,332	Rp472,122,665
Team Xperience		Rp75,085,236	Rp150,170,472
Total		Rp695,510,815	Rp1,391,021,629
Recovery Massage	2	Rp34,608,000	Rp69,216,000
1 Day City Tour		Rp9,449,220	Rp18,898,440
Total		Rp44,057,220	Rp88,114,440
Total Seluruh Anggaran		Rp739,568,035	Rp1,479,136,069

Produk Utama	2028		
	Target	Pengeluaran	Total Pengeluaran
Nusantara Triathlon Series			
Basic Xperience	3	Rp476,499,047	Rp1,429,497,141
Premium Xperience		Rp283,607,005	Rp850,821,014
Team Xperience		Rp93,703,340	Rp281,110,021
Total		Rp853,809,392	Rp2,561,428,176
Recovery Massage	3	Rp42,436,000	Rp127,308,000



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

1 Day City Tour		Rp14,149,223	Rp42,447,670
Total		Rp56,585,223	Rp169,755,670
Total Seluruh Anggaran		Rp910,394,615	Rp2,731,183,846

Sumber: Data diolah oleh CV Nextgen Creativa Tara, 2025

Berdasarkan Tabel 6.2, dapat diketahui bahwa total keseluruhan target penjualan meningkat sehingga terdapat peningkatan dalam anggaran biaya di tahun kedua dan tahun ketiga. Hal ini menunjukkan adanya ekspansi usaha yang dilakukan oleh CV Nextgen Creativa Tara, seiring dengan peningkatan target penjualan dan anggaran operasionalnya.

6.2.2 Anggaran Biaya Produk Pendukung

CV Nextgen Creativa Tara juga mengembangkan dua produk pendukung, yaitu pre-event yang berisi kategori *Xperience Fun Run* dan *Xperience Fun Ride*, serta *Coaching Clinic* yang berisi kategori *Class Session* dan *Private Session*.

Produk ini menjadi bagian dari strategi perusahaan dalam membantu memperkuat branding dan dapat memperluas jangkauan promosi, serta memperkaya pengalaman partisipan pada *event* olahraga rekreasi, khususnya kegiatan lari dan sepeda santai. Adapun anggaran biaya yang diperlukan untuk produk pendukung tersaji pada Tabel 6.3 berikut.

Tabel 6. 3 Anggaran Biaya Produk Pendukung CV Nextgen Creativa Tara

Produk Pendukung	2026		
	Target	Pengeluaran	Total Pengeluaran
Pre-Event			
Xperience Fun Run	1	Rp104,574,840	Rp104,574,840
Xperience Fun Ride	2	Rp107,419,840	Rp214,839,680
Total		Rp211,994,680	Rp319,414,520
Triathlon Coaching Clinic			
Class Session	5	Rp7,675,000	Rp38,375,000



© 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

Private Session		Rp7,880,000	Rp39,400,000
Total		Rp15,555,000	Rp77,775,000
Total Seluruh Anggaran		Rp227,549,680	Rp397,189,520

Produk Pendukung	2027		
	Target	Pengeluaran	Total Pengeluaran
Pre-Event			
Xperience Fun Run	2	Rp125,581,342	Rp251,162,683
Xperience Fun Ride		Rp121,270,192	Rp242,540,383
Total		Rp246,851,533	Rp493,703,066
Triathlon Coaching Clinic			
Class Session	6	Rp12,314,700	Rp73,888,200
Private Session		Rp12,314,700	Rp73,888,200
Total		Rp24,629,400	Rp147,776,400
Total Seluruh Anggaran		Rp271,480,933	Rp641,479,466

Produk Pendukung	2028		
	Target	Pengeluaran	Total Pengeluaran
Pre-Event			
Xperience Fun Run	2	Rp163,392,689	Rp326,785,377
Xperience Fun Ride	1	Rp141,018,095	Rp141,018,095
Total		Rp304,410,783	Rp467,803,472
Triathlon Coaching Clinic			
Class Session	6	Rp13,749,875	Rp82,499,247
Private Session		Rp16,355,586	Rp98,133,516
Total		Rp30,105,461	Rp180,632,763
Total Seluruh Anggaran		Rp334,516,244	Rp648,436,235

Sumber: Data diolah oleh CV Nextgen Creativa Tara, 2025



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 kritis 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

Berdasarkan Tabel 6.3, produk pendukung ini memiliki target partisipan yang meningkat tiap tahunnya, dengan pengeluaran yang meningkat secara bertahap dari tahun 2026 hingga 2028 dikarenakan adanya inflasi di setiap tahunnya. Peningkatan anggaran setiap tahunnya mencerminkan komitmen perusahaan dalam meningkatkan kualitas pelaksanaan kegiatan serta layanan yang diberikan kepada partisipan.

Selain itu, peningkatan jumlah partisipan juga menunjukkan adanya tren pertumbuhan minat masyarakat terhadap produk pendukung ini, sehingga perusahaan perlu menyesuaikan alokasi anggaran agar mampu memenuhi ekspektasi dan menjaga kepuasan pelanggan secara berkelanjutan.

6.3 Proyeksi Penjualan

6.3.1 Proyeksi Penjualan Produk Utama

CV Nextgen Creativa Tara menyusun proyeksi penjualan tahun 2026 hingga 2028 sebagai bagian dari perencanaan bisnis yang berkelanjutan. Proyeksi ini mencakup data target penjualan (jumlah unit yang ditargetkan terjual), harga jual per unit, serta HPP (Harga Pokok Produksi) pada setiap kategori produk utama, yaitu Basic Xperience, Premium Xperience, Team Xperience dan juga biaya layanan tambahan yang digunakan untuk menghitung margin keuntungan perusahaan. Adapun proyeksi penjualan produk utama pada tahun 2026 tersaji pada Tabel 6.4 berikut.

Tabel 6. 4 Proyeksi Penjualan Produk Utama CV Nextgen Creativa Tara Tahun 2026 - 2028

Proyeksi Penjualan Produk CV Nextgen Creativa Tara 2026				
Produk	Target	Harga Jual	Penjualan	Total Penjualan
Nusantara Triathlon Series				
Basic Xperience	2	126	Rp3,305,000	Rp416,430,000
Premium Xperience		64	Rp4,200,000	Rp268,800,000



© 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

Team Xperience		20	Rp3,650,000	Rp73,000,000	Rp146,000,000
Additional Recovery Massage		72	Rp555,000	Rp39,960,000	Rp79,920,000
Additional City Tour		30	Rp310,000	Rp9,300,000	Rp18,600,000
Total Penjualan Produk Utama				Rp807,490,000	Rp1,614,980,000

Proyeksi Penjualan Produk CV Nextgen Creativa Tara 2027					
Produk	Target	Harga Jual	Penjualan	Total Penjualan	
Nusantara Triathlon Series					
Basic Xperience		147	Rp3,775,000	Rp554,925,000	Rp1,109,850,000
Premium Xperience	2	73	Rp4,670,000	Rp340,910,000	Rp681,820,000
Team Xperience		25	Rp4,000,000	Rp100,000,000	Rp200,000,000
Additional Recovery Massage		84	Rp580,796	Rp48,786,898	Rp97,573,795
Additional City Tour		36	Rp385,000	Rp13,860,000	Rp27,720,000
Total Penjualan Produk Utama				Rp1,058,481,898	Rp2,116,963,795

Proyeksi Penjualan Produk CV Nextgen Creativa Tara 2028					
Produk	Target	Harga Jual	Total Penjualan	Total Penjualan	
Nusantara Triathlon Series					
Basic Xperience		174	Rp4,000,000	Rp696,000,000	Rp2,088,000,000
Premium Xperience	3	86	Rp4,760,000	Rp409,360,000	Rp1,228,080,000
Team Xperience		30	Rp4,510,000	Rp135,300,000	Rp405,900,000
Additional Recovery Massage		100	Rp588,800	Rp58,879,950	Rp176,639,850
Additional City Tour		52	Rp400,000	Rp20,800,000	Rp62,400,000
Total Penjualan Produk Utama				Rp1,320,339,950	Rp3,961,019,850

Sumber: Data diolah oleh CV Nextgen Creativa Tara, 2025



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

Berdasarkan Tabel 6.4, di tahun 2026 dan 2027 CV Nextgen Creativa Tara menargetkan dua penyelenggaraan Nusantara Triathlon Xperience. Pada tahun 2028, penyelenggaraan mengalami penambahan target menjadi tiga penyelenggaraan. Adapun perhitungan target proyeksi penjualan ini menyesuaikan pada perhitungan proyeksi penjualan di Bab III.

6.3.1 Proyeksi Penjualan Produk Pendukung

Proyeksi penjualan produk pendukung CV Nextgen Creativa Tara mencakup yaitu dua produk pendukung yaitu pre-event yang berisi kategori *Xperience Fun Run* dan *Xperience Fun Ride*, serta *Coaching Clinic* yang berisi kategori *Class Session* dan *Private Session*. Adapun proyeksi penjualan produk pendukung tahun 2026-2028 tersaji pada Tabel 6.5 berikut.

Tabel 6. 5 Proyeksi Penjualan Produk Pendukung CV Nextgen Creativa Tara Tahun 2026-2028

Proyeksi Penjualan Produk Pendukung CV Nextgen Creativa Tara 2026					
Produk	Target	Harga Jual	Penjualan	Total Penjualan	
Pre-Event					
Xperience Fun Run	1	500	Rp280,000	Rp140,000,000	Rp140,000,000
Xperience Fun Ride	2	500	Rp290,000	Rp145,000,000	Rp290,000,000
Total				Rp285,000,000	Rp430,000,000
Triathlon Coaching Clinic					
Class Session	5	30	Rp370,000	Rp11,100,000	Rp55,500,000
Private Session		8	Rp1,370,000	Rp10,960,000	Rp54,800,000
Total				Rp22,060,000	Rp110,300,000
Total Penjualan Produk Pendukung				Rp307,060,000	Rp540,300,000

Proyeksi Penjualan Produk Pendukung CV Nextgen Creativa Tara 2027				
Produk	Target	Harga Jual	Penjualan	Total Penjualan
Pre-Event				



© 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

Xperience Fun Run	2	600	Rp300,000	Rp180,000,000	Rp360,000,000
Xperience Fun Ride	2	550	Rp310,000	Rp170,500,000	Rp341,000,000
Total				Rp350,500,000	Rp701,000,000
Triathlon Coaching Clinic					
Class Session	6	38	Rp480,000	Rp18,240,000	Rp109,440,000
Private Session		10	Rp1,780,000	Rp17,800,000	Rp106,800,000
Total				Rp36,040,000	Rp216,240,000
Total Penjualan Produk Pendukung				Rp386,540,000	Rp917,240,000

Proyeksi Penjualan Produk Pendukung CV Nextgen Creativa Tara 2028					
Produk	Target		Harga Jual	Total Penjualan	Total Penjualan
Pre-Event					
Xperience Fun Run	2	780	Rp340,000	Rp265,200,000	Rp530,400,000
Xperience Fun Ride	1	605	Rp370,000	Rp223,850,000	Rp223,850,000
Total				Rp489,050,000	Rp754,250,000
Triathlon Coaching Clinic					
Class Session	6	45	Rp475,000	Rp21,375,000	Rp128,250,000
Private Session		12	Rp2,050,000	Rp24,600,000	Rp147,600,000
Total				Rp45,975,000	Rp275,850,000
Total Penjualan Produk Pendukung				Rp535,025,000	Rp1,030,100,000

Sumber: Data diolah oleh CV Nextgen Creativa Tara, 2025

Berdasarkan Tabel 6.5, di tahun 2026 CV Nextgen Creativa Tara menargetkan dua penyelenggaraan Xperience Fun Run, satu penyelenggaraan Xperience Fun Run, dan lima batch NTS dual Coaching Clinic. Pada tahun 2027 dan 2028, penyelenggaraan Xperience Fun Run ditargetkan bertambah menjadi dua dan NTS Dual Coaching juga mengalami penambahan target pelaksanaan menjadi 6 batch.



6.4 Proyeksi Arus Kas

Proyeksi arus kas CV Nextgen Creativa Tara untuk periode 2025 hingga 2028 disusun sebagai acuan dalam perencanaan keuangan jangka menengah, sekaligus untuk memberikan gambaran mengenai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan dan mengelola kas secara berkelanjutan dengan menggambarkan proyeksi penerimaan dan pengeluaran kas perusahaan selama tiga tahun kedepan. Adapun Tabel proyeksi arus kas CV Nextgen Creativa Tara tersaji pada Tabel 6.6 berikut.

Tabel 6. 6 Proyeksi Arus Kas CV Nextgen Creativa Tara Tahun 2025-2028

Keterangan	2025	2026	2027	2028
Saldo Awal	-	Rp59,629,000	Rp125,115,673	Rp276,646,050
Penerimaan				
Modal	Rp100,000,000	-	-	-
Pendapatan Penjualan				
Nusantara Triathlon Series	-	Rp1,614,980,000	Rp2,116,963,795	Rp3,961,019,850
Xperience Fun Run	-	Rp140,000,000	Rp360,000,000	Rp530,400,000
Xperience Fun Ride	-	Rp290,000,000	Rp341,000,000	Rp223,850,000
NTS Dual Coaching Clinic	-	Rp110,300,000	Rp216,240,000	Rp275,850,000
Total Pendapatan Penjualan	-	Rp2,155,280,000	Rp3,034,203,795	Rp4,991,119,850
Total Penerimaan	Rp100,000,000	Rp2,214,909,000	Rp3,159,319,468	Rp5,267,765,900
Pengeluaran				
Beban Pokok Penjualan				
Nusantara Triathlon Series	-	Rp1,166,649,720	Rp1,479,136,069	Rp2,731,183,846

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



© 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 mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Xperience Fun Run	-	Rp104,574,840	Rp251,162,683	Rp326,785,377
Xperience Fun Ride	-	Rp214,839,680	Rp242,540,383	Rp141,018,095
NTS Dual Coaching Clinic	-	Rp77,775,000	Rp147,776,400	Rp180,632,763
Total Beban Pokok Penjualan	-	Rp1,563,839,240	Rp2,120,615,535	Rp3,379,620,081
Beban Peralatan	Rp28,839,000	-	-	-
Beban Perlengkapan	Rp2,127,000	Rp2,190,810	Rp2,256,534	Rp2,324,230
Beban Promosi	Rp4,105,000	Rp4,228,150	Rp4,354,995	Rp4,485,644
Beban Pendirian Perusahaan	Rp3,500,000	-	-	-
Beban Sewa Kantor	Rp1,150,000	Rp2,369,000	Rp2,440,070	Rp2,513,272
Beban Gaji	-	Rp221,438,614	Rp293,271,811	Rp347,860,194
Beban THR	-	Rp16,800,000	Rp22,700,761	Rp28,940,448
Beban BPJS & Ketenagakerjaan	-	Rp22,738,320	Rp23,420,470	Rp24,123,084
Beban Administrasi Bank	Rp650,000	Rp247,200	Rp254,400	Rp261,600
Dividen	-	Rp41,849,810	Rp101,642,893	Rp286,790,914
Sub Total Pengeluaran	Rp40,371,000	Rp1,875,701,144	Rp2,570,957,468	Rp4,076,919,467
Pph 21	-	Rp2,115,626	Rp2,422,095	Rp2,737,758
Ppn 11%	-	Rp211,976,557	Rp298,517,455	Rp478,328,710
Pph Final	-	-	Rp10,776,400	Rp15,171,019
Total Pengeluaran	Rp40,371,000	Rp2,089,793,327	Rp2,882,673,418	Rp4,573,156,954
Saldo Akhir Kas	Rp59,629,000	Rp125,115,673	Rp276,646,050	Rp694,608,945

Sumber: Data diolah oleh CV Nextgen Creativa Tara, 2025



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

Berdasarkan Tabel 6.6, pada setiap tahunnya, saldo akhir kas CV Nextgen Creativa Tara meningkat, hal ini mencerminkan pertumbuhan bisnis yang sehat dan kemampuan perusahaan dalam mempertahankan kestabilan keuangan.

6.5 Neraca Keuangan

Neraca keuangan CV Nextgen Creativa Tara untuk periode tahun 2025 hingga 2028 disusun untuk memberikan gambaran mengenai posisi keuangan perusahaan dalam periode tersebut yang menampilkan rincian komponen utama neraca, yaitu aktiva, pasiva, dan ekuitas. Berikut adalah neraca keuangan yang tersaji pada Tabel 6.7.

Tabel 6. 7 Neraca Keuangan CV Nextgen Creativa Tara Tahun 2025-2028

ASET	2025	2026	2027	2028
Aset Lancar				
Kas	Rp59,629,000	Rp125,115,673	Rp276,646,050	Rp694,608,945
Pph Final	Rp0	Rp0	Rp10,776,400	Rp15,171,019
Jumlah Aset Lancar	Rp59,629,000	Rp125,115,673	Rp287,422,450	Rp709,779,964
Aset Tetap				
Peralatan	Rp28,839,000	Rp28,839,000	Rp28,839,000	Rp28,839,000
Akm. Penyusutan Peralatan	Rp2,193,240	Rp7,457,015	Rp12,720,790	Rp17,984,565
Jumlah Aset Tetap	Rp26,645,760	Rp21,381,985	Rp16,118,210	Rp10,854,435
Total Aset	Rp86,274,760	Rp146,497,658	Rp303,540,660	Rp720,634,400
LIABILITAS & EKUITAS	2025	2026	2027	2028
Liabilitas Jangka Panjang				
Beban Pajak	-	-	Rp10,776,400	Rp15,171,019
Jumlah Liabilitas	-	-	Rp10,776,400	Rp15,171,019



© 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

Jangka Panjang				
Ekuitas				
Modal	Rp100,000,000	Rp86,274,760	Rp146,497,658	Rp292,764,260
Laba (Rugi) Ditahan	-Rp13,725,240	Rp60,222,898	Rp146,266,602	Rp412,699,121
Jumlah Ekuitas	Rp86,274,760	Rp146,497,658	Rp292,764,260	Rp705,463,381
Total Liabilitas & Ekuitas	Rp86,274,760	Rp146,497,658	Rp303,540,660	Rp720,634,400

Sumber: Data diolah oleh CV Nextgen Creativa Tara, 2025

Berdasarkan Tabel 6.7, total aktiva perusahaan mengalami peningkatan setiap tahunnya, yang mencerminkan pertumbuhan usaha dan pengelolaan keuangan yang baik. Aset lancar terus bertambah seiring meningkatnya aktivitas operasional. Selain itu, peningkatan pada ekuitas setiap tahunnya menjadi indikator bahwa perusahaan berhasil mengalami peningkatan laba pada tiap tahunnya.

6.6 Prakiraan Laba Rugi

Prakiraan laba rugi untuk CV Nextgen Creativa Tara periode 2025-2028 memperlihatkan proyeksi pendapatan dan pengeluaran yang didapatkan dari pendapatan kotor yang dikurangi dari beban pokok penjualan, beban operasional, dan pajak. Adapun prakiraan laba rugi CV Nextgen Creativa Tara tersaji pada Tabel 6.8.

Tabel 6. 8 Prakiraan Laba Rugi CV Nextgen Creativa Tara

AKTIVA	2025	2026	2027	2028
Pendapatan Penjualan	Rp0	Rp2,155,280,000	Rp3,034,203,795	Rp4,991,119,850
Beban Pokok Penjualan	Rp0	Rp1,563,839,240	Rp2,120,615,535	Rp3,379,620,081
Laba/Rugi Kotor	Rp0	Rp591,440,760	Rp913,588,260	Rp1,611,499,769
Beban-Beban				



© 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

Beban Perlengkapan	Rp2,127,000	Rp2,190,810	Rp2,256,534	Rp2,324,230
Beban Promosi	Rp4,105,000	Rp4,228,150	Rp4,354,995	Rp4,485,644
Beban Pendirian Perusahaan	Rp3,500,000	-	-	-
Beban Sewa Kantor	Rp1,150,000	Rp2,369,000	Rp2,440,070	Rp2,513,272
Beban Gaji	-	Rp221,438,614	Rp293,271,811	Rp347,860,194
Beban THR	-	Rp16,800,000	Rp22,700,761	Rp28,940,448
Beban BPJS & Ketenagakerjaan	-	Rp22,738,320	Rp23,420,470	Rp24,123,084
Beban Administrasi Bank	Rp650,000	Rp247,200	Rp254,400	Rp261,600
Total Beban	Rp11,532,000	Rp270,012,094	Rp348,699,040	Rp410,508,472
Penyusutan				
Penyusutan peralatan	Rp2,193,240	Rp5,263,775	Rp5,263,775	Rp5,263,775
Laba/Rugi Sebelum Pajak	-Rp13,725,240	Rp316,164,891	Rp559,625,445	Rp1,195,727,522
PPh 21	Rp0	Rp2,115,626	Rp2,422,095	Rp2,737,758
Ppn 11%	Rp0	Rp211,976,557	Rp298,517,455	Rp478,328,710
PPh Final	Rp0	Rp0	Rp10,776,400	Rp15,171,019
Laba/Rugi Bersih	-Rp13,725,240	Rp102,072,708	Rp247,909,494	Rp699,490,035

Sumber: Data diolah oleh CV Nextgen Creativa Tara, 2025

Berdasarkan Tabel 6.8, pada tahun 2025 CV Nextgen Creativa Tara mengalami kerugian, dikarenakan belum melakukan penjualan produk dan masih fokus terhadap pendirian perusahaan sehingga tidak memiliki pemasukan dari pendapatan penjualan. Namun, dari tahun 2026 hingga 2028 terlihat adanya peningkatan laba setiap tahunnya, dikarenakan perusahaan melakukan beberapa penjualan sehingga terdapat adanya peningkatan pendapatan dari tahun ke tahun.

6.7 Prakiraan Perubahan Modal

Prakiraan perubahan modal CV Nextgen Creativa Tara untuk periode 2025–2028 menjelaskan perubahan nilai ekuitas perusahaan dari tahun ke tahun



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

sehingga dapat mengetahui posisi modal akhir perusahaan. Adapun perhitungan prakiraan perubahan modal CV Nextgen Creativa Tara tersaji pada Tabel 6.9.

Tabel 6. 9 Prakiraan Perubahan Modal CV Nextgen Creativa Tara

Keterangan	2025	2026	2027	2028
Modal	Rp100,000,000	Rp86,274,760	Rp146,497,658	Rp292,764,260
Laba/Rugi Bersih	-Rp13,725,240	Rp102,072,708	Rp247,909,494	Rp699,490,035
Dividen (41%)		Rp41,849,810	Rp101,642,893	Rp286,790,914
Laba Ditahan	-Rp13,725,240	Rp60,222,898	Rp146,266,602	Rp412,699,121
Perubahan Modal	Rp86,274,760	Rp146,497,658	Rp292,764,260	Rp705,463,381
Pembagian Dividen 41%				
Leony Patricia Cornelia L.	40%	Rp16,739,924	Rp40,657,157	Rp114,716,366
Rosita Ahmad	30%	Rp12,554,943	Rp30,492,868	Rp86,037,274
Lisna Herawati	30%	Rp12,554,943	Rp30,492,868	Rp86,037,274
Total	100%	Rp41,849,810	Rp101,642,893	Rp286,790,914

Sumber: Data diolah oleh CV Nextgen Creativa Tara, 2025

Berdasarkan Tabel 6.9, pada tahun 2025 modal awal perusahaan sebesar Rp100.000.000 mengalami penurunan akibat kerugian sebesar Rp13,725,240, hal ini dikarenakan belum adanya pendapatan dari penjualan pada tahun tersebut. Namun, tahun 2026 hingga 2028 modal perusahaan mulai mengalami peningkatan hingga mencapai Rp705.463.381.

6.8 Analisa *Payback Period*

Perhitungan *payback period* CV Nextgen Creativa Tara dilakukan untuk mengetahui jangka waktu yang dibutuhkan perusahaan agar dapat mengembalikan seluruh investasi awal yaitu sebesar Rp100.000.000, dengan menjumlahkan arus kas bersih yang diperoleh dari pendapatan setelah dikurangi



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

biaya-biaya termasuk pajak ditambah dengan penyusutan peralatan tiap tahunnya Adapun analisa *payback period* CV Nextgen Creativa tara tersaji pada Tabel 6.10.

Tabel 6. 10 Analisa *Payback Period* CV Nextgen Creativa Tara

Arus Kas Bersih (Tahun)	Laba/Rugi Bersih	Penyusutan	Proceed
2025	-Rp13,725,240	Rp2,193,240	-Rp11,532,000
2026	Rp102,072,708	Rp5,263,775	Rp107,336,483
2027	Rp247,909,494	Rp5,263,775	Rp253,173,269
2028	Rp699,490,035	Rp5,263,775	Rp704,753,810

PAYBACK PERIOD		
Tahun	Proceed	Akumulasi Kas Masuk
0		-Rp100,000,000
1	-Rp11,532,000	-Rp111,532,000
2	Rp107,336,483	-Rp4,195,517
3	Rp253,173,269	Rp248,977,753
4	Rp704,753,810	Rp953,731,563

Perhitungan Rinci <i>Payback Period</i>							
Payback Period =	n	+	(a-b)	/	(c-b)	x	1 Tahun
=	2	+	4,195,517	/	253,173,269	x	1 Tahun
=	2	+	0.0166		x	1	Tahun
=			2.0166		=	2.017	Tahun
=	0.017	x	12	bulan	=	0.20	Bulan
=	0.20	x	30	hari	=	6	Hari

Berdasarkan perhitungan Payback Period, modal investasi akan kembali pada: 2 Tahun 0 Bulan 6 Hari

Sumber: Data diolah oleh CV Nextgen Creativa Tara, 2025



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

Berdasarkan Tabel 6.10, perhitungan *payback period* menunjukkan bahwa CV Nextgen Creativa Tara dapat mengembalikan seluruh modal investasi awal yaitu sebesar Rp100.000.000, pada kurun waktu 2 tahun 6 hari setelah perusahaan berdiri.

6.9 Return on Investment (ROI)

Analisis *Return on Investment* (ROI) dilakukan untuk mengukur sejauh mana keuntungan yang diperoleh dibandingkan dengan biaya yang telah dikeluarkan. Melalui perhitungan ROI, perusahaan dapat mengevaluasi apakah kegiatan yang dijalankan memberikan nilai tambah secara finansial. Adapun perhitungan ROI perusahaan tersaji pada Tabel 6.11 berikut.

Tabel 6. 11 Analisa *Return on Investment* CV Nextgen Creativa Tara

<i>Return of Investment (ROI)</i>				
<i>ROI</i>	=	Laba Bersih	<i>x</i>	100%
		Modal Investasi		
Tahun		Laba Bersih	Nilai Investasi	ROI
2025		-Rp13,725,240	Rp86,274,760	-16%
2026		Rp102,072,708	Rp146,497,658	70%
2027		Rp247,909,494	Rp292,764,260	85%
2028		Rp699,490,035	Rp705,463,381	99%

Sumber: Data diolah oleh CV Nextgen Creativa Tara, 2025

Berdasarkan Tabel 6.11, dapat dilihat bahwa ROI pada tahun 2025 menunjukkan nilai negatif sebesar 16%, yang mengindikasikan bahwa perusahaan mengalami kerugian pada tahun pertama. Namun, pada tahun-tahun berikutnya terjadi peningkatan signifikan dalam ROI, dengan nilai positif sebesar 70% di tahun 2026, 85% di tahun 2027, dan mencapai 99% pada tahun 2028. Hal ini menunjukkan bahwa investasi yang dilakukan mulai memberikan hasil yang menguntungkan seiring dengan berkembangnya operasional dan pendapatan perusahaan.