



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

Industri MICE (*Meetings, Incentives, Conferences, and Exhibitions*) di Indonesia memiliki potensi besar sebagai salah satu penggerak pertumbuhan pariwisata bisnis. Kegiatan MICE umumnya melibatkan partisipasi dalam jumlah besar serta mampu memberikan *multiplier effect* bagi sektor ekonomi lokal dan industri pariwisata secara keseluruhan (Syarifa & Kusuma, 2019). Salah satu segmen yang mengalami perkembangan pesat dalam industri ini adalah *incentive travel*, yaitu perjalanan yang diselenggarakan perusahaan sebagai bentuk penghargaan bagi karyawan atau mitra kerja. Berdasarkan data *Allied Market Research* (2022), nilai pasar *incentive travel global* mencapai AU\$42 miliar atau sekitar Rp436 triliun pada tahun 2021, dan diproyeksikan meningkat menjadi AU\$216,8 miliar atau sekitar Rp2.254,7 triliun pada tahun 2031, dengan tingkat pertumbuhan tercepat berada di kawasan Asia Pasifik sebesar 12,79% per tahun. Data tersebut menunjukkan bahwa ceruk pasar *incentive travel* terus berkembang dan menjadi peluang bisnis yang menjanjikan di industri MICE.

Potensi tersebut juga terlihat dari berbagai kegiatan promosi internasional yang melibatkan Indonesia dalam pasar *incentive travel global*. Salah satunya adalah partisipasi Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) dalam ajang *The Asia Pacific Incentive Travel and Meeting Event* (AIME) yang diselenggarakan pada 12–15 Februari 2023 di Melbourne, Australia. AIME merupakan salah satu *trade show incentive travel* terbesar di kawasan Asia Pasifik yang diikuti oleh sekitar 350 *exhibitor*, 400 *hosted buyer*, serta lebih dari 2.000 *visitor buyer*, dengan potensi transaksi bisnis mencapai AU\$120 juta atau sekitar Rp1,2 triliun pada tahun 2022. Dalam kegiatan tersebut, Kemenparekraf memfasilitasi beberapa pelaku industri MICE dari Bali, Jakarta, dan Batam-Bintan untuk bertemu dengan berbagai *potential buyers* dari negara seperti Australia, Tiongkok, Singapura, India, Malaysia, Selandia Baru, Vietnam, dan Thailand (Kemenpar, 2026). Sejumlah pelaku industri MICE juga menyampaikan bahwa minat perusahaan untuk menyelenggarakan program *incentive travel* meningkat setelah masa pandemi. *Managing Director* Melali MICE, Ketut Jaman, menyatakan



© 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

bahwa banyak perusahaan yang sebelumnya menunda program perjalanan insentif kini mulai merealisasikannya kembali pada tahun 2023 dan 2024. Menariknya, tren *incentive travel* saat ini telah bergeser ke arah *experiential tourism*, di mana fokus perjalanan tidak lagi sekadar kemewahan fasilitas, melainkan pada penciptaan pengalaman yang mendalam, bermakna, dan personal bagi peserta. Literatur pariwisata menunjukkan bahwa *experiential marketing* dan pengelolaan pengalaman wisata lebih efektif ketika membangun emosi, imajinasi, memori, dan pengalaman personal dibandingkan promosi tradisional (Le et al., 2019). Dalam konteks ini, perusahaan semakin terdorong untuk merancang perjalanan yang memungkinkan peserta berinteraksi dengan budaya lokal, membangun relasi dengan komunitas tuan rumah, serta terlibat dalam aktivitas pelestarian lingkungan atau proyek pengembangan masyarakat, karena elemen-elemen tersebut berkaitan erat dengan pengalaman yang transformasional dan bermakna. Pada konteks korporat, pendekatan seperti ini cenderung memperkuat keterikatan peserta karena *incentive travel* terbukti dapat meningkatkan moral, koneksi, dan sikap positif terhadap organisasi, sementara pengalaman *volunteer tourism* korporat menunjukkan bahwa budaya lokal dan koneksi lokal menjadi unsur yang paling berkesan serta memperkuat ikatan emosional peserta. Sejalan dengan itu, pemulihan pariwisata pascapandemi juga diiringi pergeseran preferensi ke arah perjalanan yang lebih *mindful, meaningful*, dan berkelanjutan, sehingga permintaan terhadap program *incentive travel* yang menekankan kualitas pengalaman tampak kembali menguat (Sigala, 2020). Dalam konteks tersebut, potensi Indonesia sebagai destinasi *incentive travel* dinilai sangat besar.

Hal ini ditunjukkan oleh adanya peningkatan minat pasar internasional terhadap Indonesia sebagai tujuan kegiatan MICE, yang tercermin dari perolehan pertemuan bisnis antara pelaku industri dalam ajang promosi internasional seperti AIME. Selain itu, kegiatan promosi tersebut juga berperan penting dalam meningkatkan eksistensi Indonesia di pasar global, khususnya dalam menarik minat *buyers* untuk merencanakan program *incentive travel* di masa mendatang. Beberapa pelaku industri bahkan telah memperoleh peluang kerja sama (*leads*) untuk pelaksanaan kegiatan pada periode berikutnya, yang menunjukkan adanya prospek pasar yang



© 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

berkelanjutan. Dari sisi nilai ekonomi, potensi transaksi yang dihasilkan dalam kegiatan promosi tersebut mencapai ratusan miliar rupiah dengan jumlah partisipan yang signifikan. Adapun destinasi utama yang paling diminati untuk kegiatan MICE di Indonesia masih didominasi oleh Bali dan Jakarta, diikuti oleh Yogyakarta dan Surabaya sebagai alternatif destinasi pendukung (Kemenpar, 2026).

Di sisi lain, perkembangan industri pariwisata global juga menunjukkan adanya perubahan dalam pola kebutuhan wisatawan. Saat ini, perjalanan tidak lagi dipandang hanya sebagai aktivitas rekreasi semata, tetapi juga sebagai sarana untuk memperoleh pengalaman yang bermakna dan berkesan. Studi literatur pariwisata menunjukkan bahwa *memorable tourism experience* menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas wisatawan (Indah Sugiarti et al., 2025). Pengalaman wisata tersebut mencakup berbagai aspek seperti keterlibatan sensorik, emosional, serta partisipasi aktif peserta dalam kegiatan wisata. Oleh karena itu, konsep *experiential tourism* semakin banyak diterapkan dalam pengembangan produk pariwisata, termasuk dalam program *incentive travel*.

Perubahan kebutuhan tersebut turut mempengaruhi penyelenggaraan program perjalanan insentif bagi perusahaan dan organisasi. Program *incentive travel* saat ini tidak hanya difungsikan sebagai bentuk rekreasi atau penghargaan bagi karyawan, tetapi juga sebagai sarana untuk meningkatkan motivasi kerja, memperkuat hubungan antar karyawan, serta membangun kolaborasi tim yang lebih efektif. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa penyelenggaraan pengalaman wisata yang dirancang secara kreatif dan bermakna mampu memberikan dampak positif terhadap tingkat kepuasan peserta serta meningkatkan loyalitas untuk mengikuti program serupa di masa mendatang. Pendekatan *experiential tourism* dinilai relevan karena menekankan pada kegiatan yang melibatkan interaksi sosial, aktivitas pembelajaran, serta keterlibatan langsung peserta dengan lingkungan dan budaya lokal (Sugiharto et al., 2025)

Berdasarkan perkembangan tren industri MICE, pertumbuhan pasar *incentive travel global*, serta perubahan kebutuhan peserta terhadap pengalaman perjalanan yang lebih bermakna, maka CV Solid Trip Experience didirikan sebagai perusahaan yang bergerak di bidang *event organizer* dan penyedia layanan *incentive travel*



© 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

berbasis *experiential tourism*. Perusahaan ini bertujuan untuk menghadirkan program perjalanan insentif yang tidak hanya bersifat rekreatif, tetapi juga memberikan nilai pengalaman, kebersamaan tim, serta keterlibatan aktif peserta dalam berbagai aktivitas yang dirancang secara kreatif dan terstruktur.

Dengan memanfaatkan peluang pertumbuhan industri MICE dan meningkatnya permintaan terhadap program *incentive travel* berbasis pengalaman, CV Solid Trip Experience diharapkan dapat menjadi mitra strategis bagi perusahaan dalam merancang program perjalanan insentif yang profesional, kreatif, serta memberikan pengalaman yang berkesan bagi para pesertanya. Pendekatan berbasis pengalaman ini juga diharapkan mampu memberikan nilai tambah bagi organisasi klien, sekaligus memperkuat posisi perusahaan dalam industri MICE yang semakin berkembang dan kompetitif.

2.1 Data Perusahaan

Berikut ini adalah informasi mengenai CV SOLID TRIP EXPERIENCE yang mencakup profil perusahaan, visi dan misi, logo beserta filosofi sebuah perusahaan di bidang jasa penyelenggara *event Incentive Travel*.

Tabel 2. 1 Data Perusahaan

1.	Nama Perusahaan	:	CV SOLID TRIP EXPERIENCE
2.	Bidang Usaha	:	<i>Incentive Travel</i>
3.	Jenis Jasa	:	Jasa Penyelenggaraan <i>Event Incentive Travel</i>
4.	Alamat Perusahaan	:	Jl. Kasuari, Jl. Bintaro Utama 9, Pd. Pucung, Kec. Pd. Aren, Kota Tangerang Selatan, Banten, 15229
5.	Nomor Telepon	:	(021) 8911998123
6.	Nomor Fax	:	(0367) 88989
7.	Bank Perusahaan	:	BCA
8.	Bentuk Badan Hukum	:	<i>Commanditaire Vennootschap (CV)</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

9.	Nomor Akte Pendirian	:	AHU-0008920.AH.02.26
10.	NPWP	:	03.456.789.1-426.000
11.	Rencana Berdiri	:	2026
12.	Visi Perusahaan	:	Menjadi perusahaan penyedia jasa <i>incentive travel</i> berbasis pengalaman yang profesional, kreatif, terbaik, dan terpercaya pada tahun 2030.
13.	Misi Perusahaan	:	1. Merancang dan melaksanakan program <i>incentive travel</i> berbasis pengalaman yang selaras dengan tujuan klien. 2. Menghadirkan pengalaman perjalanan yang mendorong motivasi, loyalitas, dan kebersamaan peserta. 3. Mengelola setiap kegiatan secara terintegrasi, tepat waktu, dan profesional dari perencanaan hingga evaluasi. 4. Mengembangkan konsep acara yang kreatif, inovatif, dan relevan dengan perkembangan.

Sumber: CV Solid Trip Experience (2026)

Berdasarkan data perusahaan yang telah disusun, dapat disimpulkan bahwa CV Solid Trip Experience merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa penyelenggaraan *event incentive travel* yang berfokus pada penyediaan program perjalanan berbasis pengalaman bagi klien korporasi. Perusahaan ini berbentuk badan hukum *Commanditaire Vennootschap* (CV) dengan rencana pendirian pada tahun 2026 dan berlokasi di Kota Tangerang Selatan, Banten, yang dinilai strategis untuk mendukung kegiatan operasional dan koordinasi bisnis. Dalam menjalankan usahanya, CV Solid Trip Experience berkomitmen untuk menghadirkan layanan



© 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

incentive travel yang profesional, kreatif, dan terpercaya dengan mengutamakan kualitas pengalaman peserta dalam setiap program yang dirancang. Hal tersebut tercermin dari visi perusahaan yang menargetkan menjadi penyedia jasa *incentive travel* berbasis pengalaman yang unggul pada tahun 2030. Untuk mewujudkan visi tersebut, perusahaan menetapkan beberapa misi utama, yaitu merancang program *incentive travel* yang selaras dengan tujuan klien, menghadirkan pengalaman perjalanan yang mampu meningkatkan motivasi dan kebersamaan peserta, serta mengelola setiap kegiatan secara profesional dari tahap perencanaan hingga evaluasi. Selain itu, perusahaan juga berkomitmen untuk terus mengembangkan konsep acara yang kreatif dan inovatif agar tetap relevan dengan perkembangan industri MICE. Dengan dasar tersebut, CV Solid Trip Experience diharapkan mampu menjadi mitra strategis bagi perusahaan atau organisasi yang membutuhkan program apresiasi karyawan melalui pengalaman perjalanan yang berkesan dan bernilai strategis.

2.1.1 Logo Perusahaan dan Filosofi

Berikut merupakan logo perusahaan CV Solid Trip Experience



Gambar 2. 1 Logo Perusahaan

Sumber: Data diolah CV Solid Trip Experience (2026)

Logo ini merepresentasikan perusahaan *event organizer* dan penyedia *incentive travel* yang profesional, kreatif, dan terpercaya. Monogram huruf “S” membentuk jalur perjalanan yang mengalir, melambangkan perencanaan dan pelaksanaan program MICE yang terintegrasi dan berkesinambungan. Elemen pesawat dan *location pin* mencerminkan mobilitas, ketepatan tujuan, serta fokus pada pengalaman perjalanan yang bernilai strategis dan berkesan. Desain minimalis



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

monokrom menegaskan profesionalisme dan relevansi perusahaan dalam menghadapi dinamika industri MICE.

2.1.2 Deskripsi Logo

Logo Solid Trip Experience dirancang sebagai representasi visual dari identitas perusahaan yang bergerak di bidang jasa *incentive travel* berbasis *experiential tourism* dalam industri MICE. Logo ini mencerminkan nilai profesionalisme, kreativitas, serta komitmen perusahaan dalam menghadirkan pengalaman perjalanan yang berkesan dan bernilai strategis bagi klien. Berikut adalah penjelasan deskripsi berdasarkan objek dan juga warna logo dari CV Solid Trip Experience.

1. Deskripsi Berdasarkan Objek Logo

Elemen utama dalam logo berupa monogram huruf “S” yang melambangkan identitas Solid, yaitu kokoh, konsisten, dan dapat diandalkan. Bentuk “S” yang menyerupai jalur perjalanan menggambarkan proses perencanaan dan pelaksanaan program yang terstruktur, terintegrasi, dan berkesinambungan. Kehadiran ikon pesawat merepresentasikan aktivitas perjalanan, mobilitas, serta pencapaian, yang mencerminkan layanan *incentive travel* sebagai pengalaman yang bermakna bagi peserta. Selain itu, simbol *location pin* menunjukkan ketepatan dalam menentukan destinasi yang sesuai dengan kebutuhan klien. Keseluruhan elemen yang saling terhubung mencerminkan sinergi, kolaborasi, serta kemampuan perusahaan dalam mengelola program secara menyeluruh dari awal hingga akhir.

2. Deskripsi Berdasarkan Warna Logo

Penggunaan warna monokrom hitam dan putih dalam logo mencerminkan kesan profesional, elegan, dan terpercaya. Warna hitam melambangkan kekuatan, ketegasan, serta komitmen perusahaan dalam menjaga kualitas layanan, sedangkan warna putih menggambarkan transparansi, kejelasan, dan integritas dalam menjalankan bisnis. Pendekatan desain minimalis juga menunjukkan kesederhanaan yang modern dan relevan dengan dinamika industri MICE, sehingga mampu memperkuat citra perusahaan sebagai penyedia jasa yang profesional, adaptif, dan berdaya saing tinggi.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

2.1.3 Corporate Culture

Corporate culture di CV Solid Trip Experience merupakan seperangkat nilai, norma, dan perilaku yang menjadi pedoman dalam menjalankan seluruh aktivitas perusahaan, khususnya dalam penyelenggaraan jasa *incentive travel* berbasis *experiential tourism*. Budaya perusahaan ini menekankan profesionalisme, kolaborasi, serta orientasi pada kualitas pengalaman peserta sebagai inti dari setiap program yang dirancang. Budaya organisasi yang kuat berperan penting dalam membentuk pola perilaku kerja dan komitmen karyawan terhadap tujuan perusahaan, sehingga dapat meningkatkan efektivitas dan kinerja organisasi secara keseluruhan (Samsudin et al. 2023). Budaya perusahaan di CV Solid Trip Experience dibangun untuk menciptakan lingkungan kerja yang mendorong keterlibatan, kepuasan, dan tanggung jawab setiap anggota tim. Nilai-nilai seperti integritas, kreativitas, dan fokus pada kebutuhan klien menjadi landasan dalam interaksi internal maupun eksternal perusahaan. Budaya organisasi yang positif terbukti mampu meningkatkan kepuasan kerja karyawan, yang selanjutnya berdampak pada peningkatan kinerja dan kualitas layanan yang diberikan kepada klien (Yudha, 2023).

Dalam menghadapi dinamika industri MICE yang terus berkembang, CV Solid Trip Experience juga menerapkan budaya kerja yang adaptif dan terbuka terhadap inovasi. Budaya ini mendorong tim untuk responsif terhadap perubahan tren, kebutuhan klien, serta kondisi pasar, tanpa mengabaikan standar kualitas layanan. Budaya organisasi yang adaptif dan mendukung pembelajaran bersama memiliki pengaruh positif terhadap kinerja tim dan kemampuan organisasi dalam mencapai tujuan strategis secara berkelanjutan (Yaksaprawira et al., 2024). Penerapan *corporate culture* di CV Solid Trip Experience berfokus pada pembentukan nilai-nilai kerja yang profesional, kolaboratif, dan berorientasi pada kualitas pengalaman peserta dalam setiap program *incentive travel* yang diselenggarakan. Budaya perusahaan ini tidak hanya menjadi pedoman perilaku bagi seluruh anggota tim dalam menjalankan tugas dan tanggung jawabnya, tetapi juga menjadi landasan dalam menciptakan lingkungan kerja yang mendukung keterlibatan, kreativitas, serta kepuasan kerja karyawan. Melalui penerapan budaya



© 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

kerja yang adaptif, inovatif, dan berorientasi pada kebutuhan klien, CV Solid Trip Experience diharapkan mampu meningkatkan kinerja tim, menjaga kualitas layanan, serta memperkuat daya saing perusahaan dalam industri MICE yang terus berkembang.

2.2 Biodata Pemilik Usaha

CV Solid Trip Experience didirikan oleh tiga orang pendiri yang masing-masing memiliki latar belakang Sarjana Terapan di bidang MICE (*Meetings, Incentives, Conferences, and Exhibitions*)

2.2.1 Pemilik Pertama

Berikut adalah biodata dari direktur utama CV Solid Trip Experience yang tersaji pada Tabel 2.2 sebagai berikut.

Tabel 2. 2 Data Pemilik Pertama

	
Nama	: Soraya Latifa Arief
Jabatan	: Direktur Utama
Tempat dan Tanggal Lahir	: Jakarta, 30 November 2003
Alamat Rumah	: Jl. Gandaria II RT05/RW02, Jakarta Timur
Nomor Telepon	: 081330200304
Alamat Email	: sorayalathifa311@gmail.com
Pendidikan Terakhir	: S1/D4 MICE

Sumber: CV Solid Trip Experience (2026)



© 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 Tabel 2.2 menunjukkan bahwa, Soraya Latifa Arief lahir di Jakarta pada 30 November 2003 dan menjabat sebagai Direktur Utama CV Solid Trip Experience. Dengan latar belakang pendidikan Sarjana Terapan MICE, Soraya memiliki kapabilitas dan pengalaman yang selaras dengan bidang usaha yang dijalankan perusahaan. Kontribusinya sangat penting dalam merumuskan strategi dan arah pengembangan bisnis, terutama dalam menghadirkan layanan pameran yang mengedepankan prinsip keberlanjutan dan inovasi ramah lingkungan.

2.2.2 Pemilik Kedua

Berikut adalah biodata dari manajer keuangan CV Solid Trip Experience yang tersaji pada Tabel 2.3 sebagai berikut.

Tabel 2. 3 Manajer Keuangan

	
Nama	: Muhammad Aviandido Ibrahim
Jabatan	: Manager Keuangan
Tempat dan Tanggal Lahir	: Pekalongan, 3 Maret 2004
Alamat Rumah	: Jl. Seroja II No.38/Blok C1, Pekalongan
Nomor Telepon	: 085878898872
Alamat Email	: aviandidoi@gmail.com
Pendidikan Terakhir	: S1/D4 MICE

Sumber: CV Solid Trip Experience (2026)

Berdasarkan Tabel 2.3, Muhammad Aviandido Ibrahim yang lahir di Pekalongan pada 3 Maret 2004 menjabat sebagai Manajer Keuangan CV Solid Trip Experience dengan latar belakang pendidikan Sarjana Terapan MICE 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

mendukung perannya dalam mengelola serta mengawasi keuangan perusahaan guna menjaga stabilitas finansial.

2.2.3 Pemilik Ketiga

Berikut adalah biodata dari manajer operasional CV Solid Trip Experience yang tersaji pada Tabel 2.4 sebagai berikut.

Tabel 2. 4 Manajer Operasional

	
Nama	: Alike Azhari Balqis
Jabatan	: Manager Operasional
Tempat dan Tanggal Lahir	: Tangerang, 20 Agustus 2004
Alamat Rumah	: Jl. Raden Saleh, Gg. H. Samad, Tangerang
Nomor Telepon	: 085157044608
Alamat Email	: alikaazhari20@gmail.com
Pendidikan Terakhir	: S1/D4 MICE

Sumber: CV Solid Trip Experience (2026)

Berdasarkan Tabel 2.4, Alike Azhari Balqis yang lahir di Tangerang pada 20 Agustus 2004 menjabat sebagai Manajer Operasional CV Solid Trip Experience dan berperan dalam menyusun strategi pemasaran serta memperkuat *positioning* merek perusahaan sesuai dengan nilai keberlanjutan yang diusung.

2.3 Struktur Organisasi

Berikut merupakan struktur organisasi perusahaan CV Solid Trip Experience



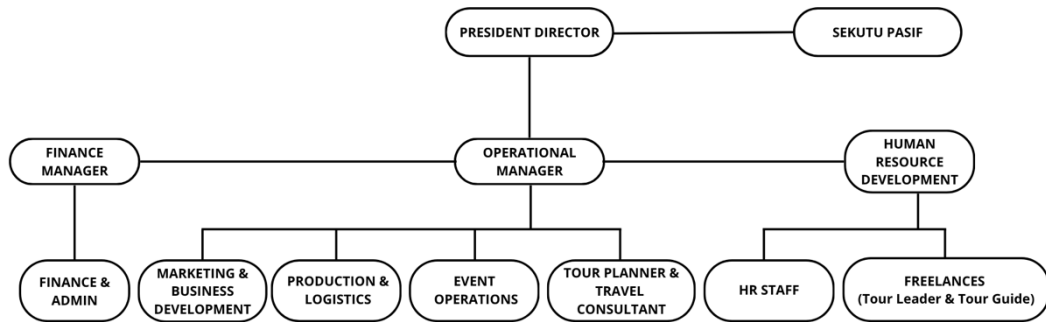
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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



Struktur Perusahaan CV SOLID TRIP EXPERIENCE



Gambar 2. 2 Struktur Organisasi Perusahaan

Sumber: Data diolah CV Solid Trip Experience (2026)

Berdasarkan gambar struktur organisasi CV Solid Trip Experience, struktur perusahaan menempatkan Direktur Utama sebagai pemegang kendali tertinggi yang bertanggung jawab atas penentuan arah strategis, kebijakan perusahaan, serta pengawasan menyeluruh terhadap seluruh kegiatan operasional. Dalam menjalankan fungsi manajerialnya, Direktur Utama didukung oleh tiga posisi utama yang memiliki tanggung jawab berbeda namun saling berkaitan. Posisi tersebut meliputi Manajer Keuangan yang bertanggung jawab dalam pengelolaan aspek finansial dan perencanaan anggaran perusahaan, Manajer Operasional yang mengoordinasikan pelaksanaan kegiatan *event* dan program *incentive travel*, serta *Human Resources* yang berperan dalam pengelolaan dan pengembangan sumber daya manusia. Melalui pembagian tugas tersebut, diharapkan setiap fungsi manajerial dapat berjalan secara efektif dan mendukung keberhasilan operasional perusahaan.

Pada *level* pelaksana, struktur organisasi CV Solid Trip Experience didukung oleh beberapa divisi fungsional yang saling terintegrasi dalam menjalankan kegiatan operasional perusahaan. Divisi-divisi tersebut meliputi *Finance & Admin*, *Event Operations*, *Marketing & Business Development*, *Production & Logistics* serta *Tour Planner & Tour Consulting*. Masing-masing divisi memiliki peran spesifik yang saling melengkapi dalam mendukung penyelenggaraan program MICE dan *incentive travel* berbasis *experiential tourism*. Divisi *Finance & Admin*



© 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

bertanggung jawab dalam pengelolaan administrasi serta pengawasan keuangan perusahaan, sementara *Event Operations* berperan dalam mengoordinasikan pelaksanaan kegiatan *event* di lapangan. *Marketing & Business Development* bertugas dalam mengembangkan pasar, menjalin relasi dengan klien korporasi, serta merancang strategi pemasaran perusahaan. Adapun *Tour Planner & Tour Consulting* berperan dalam merancang konsep kegiatan yang kreatif dan inovatif agar setiap program *incentive travel* dapat memberikan pengalaman yang unik dan berkesan bagi peserta. Struktur ini menunjukkan sistem manajemen fungsional yang terkoordinasi untuk memastikan efektivitas kerja tim serta menjaga kualitas layanan perusahaan.

Selain struktur operasional tersebut, dalam CV Solid Trip Experience juga terdapat sekutu pasif yang berperan sebagai penyedia modal serta pendukung operasional perusahaan. Sekutu pasif tidak terlibat secara langsung dalam pengambilan keputusan manajerial maupun kegiatan operasional sehari-hari perusahaan. Namun demikian, keberadaan sekutu pasif tetap memberikan kontribusi penting dalam mendukung kelancaran aktivitas perusahaan.

2.3.1 Deskripsi Pekerjaan

Penjabaran tugas dan tanggung jawab masing-masing bagian dalam struktur organisasi dijelaskan sebagai berikut:

1. Direktur Utama

Direktur Utama merupakan pimpinan tertinggi dalam perusahaan yang bertanggung jawab dalam mengarahkan kebijakan, strategi, serta pengelolaan operasional CV Solid Trip Experience secara menyeluruh agar berjalan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Menurut Purba et al. (2025), dalam menjalankan perannya, Direktur Utama memiliki fungsi strategis dalam menentukan arah organisasi melalui pengambilan keputusan serta pengendalian kinerja perusahaan. Sebagai bagian dari manajemen puncak, Direktur Utama juga berperan dalam menetapkan visi organisasi, memimpin perubahan, serta menyediakan sumber daya yang diperlukan untuk mencapai tujuan perusahaan. Oleh karena itu, arahan, dukungan, dan pengawasan yang diberikan oleh manajemen puncak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap efektivitas sistem



© 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 kinerja organisasi secara keseluruhan. Tanggung jawab Direktur Utama secara lebih rinci meliputi hal-hal sebagai berikut:

- a. Menetapkan arah dan strategi bisnis perusahaan agar selaras dengan visi, misi, serta tujuan jangka panjang perusahaan.
- b. Mengambil keputusan strategis yang berkaitan dengan pengembangan usaha, investasi, serta kerja sama bisnis perusahaan.
- c. Mengawasi dan mengevaluasi kinerja seluruh divisi agar operasional perusahaan berjalan efektif dan efisien.
- d. Membangun serta menjalin hubungan kerja sama strategis dengan klien, mitra bisnis, dan *stakeholder* lainnya.

2. Manajer Keuangan

Manajer keuangan memiliki peran penting dalam menjaga stabilitas finansial perusahaan melalui pengelolaan anggaran, pengawasan arus kas, serta perencanaan keuangan yang mendukung keberlanjutan operasional CV Solid Trip Experience. Dalam menjalankan fungsinya, manajer keuangan tidak hanya berfokus pada pencatatan keuangan, tetapi juga berperan dalam pengambilan keputusan strategis yang berkaitan dengan efisiensi biaya dan peningkatan kinerja perusahaan. Hal ini sejalan dengan pendapat Purba et al. (2025) yang menyatakan bahwa tugas manajer keuangan meliputi perolehan dana dengan biaya yang murah, penggunaan dana secara efektif dan efisien, analisis laporan keuangan, serta analisis lingkungan internal dan eksternal yang berkaitan dengan pengambilan keputusan perusahaan. Selain itu, keberhasilan perusahaan juga dipengaruhi oleh kemampuan manajer keuangan dalam mengelola aset dan sumber daya perusahaan secara bijaksana untuk mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan usaha.

Tanggung jawab Manajer Keuangan secara lebih rinci meliputi hal-hal sebagai berikut:

- a. Menyusun dan mengelola anggaran perusahaan serta anggaran setiap proyek *event/incentive travel*.
- b. Mengawasi arus kas, pengeluaran, serta memastikan kondisi keuangan tetap stabil.
- c. Menyusun laporan keuangan dan melakukan analisis keuntungan setiap proyek.



© 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

d. Mengelola pembayaran *vendor*, penagihan klien, serta kewajiban pajak perusahaan.

3. Manajer Operasional

Manajer operasional bertanggung jawab dalam memastikan seluruh kegiatan operasional perusahaan berjalan secara efektif dan efisien, khususnya dalam pelaksanaan program *event* dan *incentive travel* yang diselenggarakan oleh CV Solid Trip Experience. Dalam menjalankan perannya, manajer operasional memiliki fungsi strategis dalam mengelola proses operasional, melakukan koordinasi sumber daya, serta mengendalikan kualitas layanan agar sesuai dengan standar perusahaan. Hal ini didukung oleh penelitian Sari (2024), yang menunjukkan bahwa kualitas manajemen operasional memiliki hubungan positif yang signifikan terhadap kinerja perusahaan. Aspek-aspek seperti perencanaan yang baik, pengendalian proses, dan peningkatan berkelanjutan berkontribusi besar terhadap pencapaian tujuan perusahaan, sementara penerapan praktik manajemen operasional yang baik juga mampu meningkatkan kepuasan pelanggan dan mengurangi biaya operasional.

Tanggung jawab Manajer Operasional secara lebih rinci meliputi hal-hal sebagai berikut:

- a. Mengelola dan mengawasi seluruh pelaksanaan operasional *event* dan *incentive travel*.
- b. Mengkoordinasikan tim *internal* dan *vendor* agar kegiatan berjalan sesuai *timeline* dan SOP.
- c. Mengontrol kualitas layanan serta memastikan kepuasan klien.
- d. Melakukan evaluasi kegiatan dan melaporkan hasil pelaksanaan kepada Direktur Utama.

4. Human Resources

Human resources berperan dalam mengelola sumber daya manusia perusahaan mulai dari proses rekrutmen, pengembangan kompetensi, hingga menciptakan lingkungan kerja yang produktif dan profesional. Dalam menjalankan fungsinya, *Human resources* memiliki peran strategis dalam memastikan ketersediaan tenaga kerja yang kompeten melalui praktik manajemen sumber daya manusia yang



© 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

efektif, seperti rekrutmen, pelatihan, dan evaluasi kinerja. Praktik tersebut terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan kinerja karyawan serta efektivitas organisasi secara keseluruhan. Adapun di bawah ini merupakan tanggung jawab *Human resources*:

- a. Melakukan proses rekrutmen, seleksi, dan penempatan karyawan.
- b. Mengelola administrasi kepegawaian dan kontrak kerja.
- c. Mengembangkan program pelatihan dan evaluasi kinerja karyawan.
- d. Menjaga budaya kerja serta kedisiplinan di lingkungan perusahaan.
5. *Finance & Admin*

Finance & admin bertanggung jawab dalam mengelola seluruh aktivitas keuangan dan administrasi perusahaan guna memastikan operasional berjalan dengan tertib, efektif, dan terdokumentasi dengan baik. Peran ini mencakup pencatatan transaksi keuangan, penyusunan laporan keuangan seperti arus kas dan laba rugi, serta pengelolaan dokumen administrasi perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian oleh Jannah et al. (2023), yang menyatakan bahwa melakukan pencatatan laporan modal usaha, laporan arus kas, dan laporan laba rugi merupakan bagian penting dalam pengelolaan keuangan usaha, sehingga menunjukkan bahwa pencatatan keuangan menjadi fungsi utama dalam menjaga stabilitas finansial perusahaan. Adapun di bawah ini merupakan tanggung jawab *finance & admin*:

- a. Melakukan pencatatan seluruh transaksi keuangan secara sistematis dan terstruktur.
- b. Menyusun laporan keuangan seperti laporan arus kas, laba rugi, dan anggaran perusahaan.
- c. Mengelola administrasi perusahaan, termasuk arsip dokumen dan kontrak kerja sama.
- d. Mengatur proses pembayaran kepada vendor serta penagihan kepada klien.

6. *Event Operations*

Event operations memiliki peran utama dalam mengelola dan memastikan seluruh kegiatan *event* berjalan sesuai dengan rencana, mulai dari tahap persiapan hingga evaluasi kegiatan. Tanggung jawab divisi ini meliputi koordinasi tim *internal*, pengelolaan *vendor*, pengaturan logistik, serta pengawasan jalannya acara



© 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

agar sesuai dengan konsep dan *timeline* yang telah ditetapkan. Hal ini didukung oleh penelitian Rahayu et al. (2025) yang menyatakan bahwa manajemen operasional *event* meliputi perencanaan, koordinasi sumber daya, serta pengawasan pelaksanaan kegiatan, sehingga menunjukkan bahwa fungsi operasional tidak hanya sebatas pelaksanaan, tetapi juga mencakup pengendalian kegiatan. Adapun di bawah ini merupakan tanggung jawab *event operations*:

- a. Menangani teknis pelaksanaan *event* di lapangan.
- b. Mengatur kebutuhan perlengkapan, logistik, dan koordinasi *vendor*.
- c. Memastikan kegiatan berjalan sesuai *rundown* dan standar operasional.
- d. Menangani kendala teknis selama acara berlangsung.

7. *Marketing & Business Development*

Marketing & business development bertanggung jawab dalam mengembangkan strategi pemasaran serta memperluas peluang bisnis perusahaan guna meningkatkan jumlah klien dan memperkuat posisi perusahaan di industri MICE. Peran ini mencakup penyusunan strategi promosi, pengelolaan media komunikasi pemasaran, pencarian klien baru, serta pengembangan kerja sama dengan mitra bisnis. Hal ini sejalan dengan penelitian oleh Muchtar et al. (2024) yang menyatakan bahwa bauran pemasaran (*marketing mix*) yang tepat berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, sehingga menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang efektif sangat berperan dalam keberhasilan perusahaan jasa. Adapun di bawah ini merupakan tanggung jawab *marketing & business development*:

- a. Menyusun strategi pemasaran dan promosi perusahaan.
- b. Mencari dan menjalin kerja sama dengan klien serta mitra bisnis.
- c. Mengelola media sosial dan materi promosi perusahaan.
- d. Melakukan analisis pasar dan pengembangan peluang bisnis baru.

8. *Production & Logistics*

Production & Logistics berfokus pada eksekusi teknis dan visual acara, mengubah konsep menjadi pengalaman nyata bagi peserta. Sedangkan *logistics* bertindak sebagai urat nadi operasional, memastikan semua kebutuhan barang, kru, dan pengisi acara tersedia di tempat dan waktu yang tepat (Alcor Prime, n.d.).



© 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

Adapun di bawah ini merupakan tanggung jawab Production & Logistics:

- a. Menyiapkan dan mengeksekusi kebutuhan produksi acara sesuai *rundown*.
- b. Mengelola pengadaan dan penggunaan perlengkapan *event*.
- c. Berkoordinasi dengan vendor dan *supplier*.
- d. Mengatur distribusi logistik, transportasi, dan kebutuhan operasional.

9. Tour Planner & Travel Consultant

Tour Planner bertanggung jawab untuk menyusun dan mengorganisasi perjalanan wisata secara menyeluruh. Profesi ini bisa bekerja untuk agen perjalanan, perusahaan *event organizer*, *travel startup*, atau bahkan secara mandiri sebagai *freelancer* (JDI Media, 2025). Sedangkan *tour consultant* bertindak sebagai penasihat sekaligus pemasar yang berhadapan langsung dengan klien (Jogja Tama Tri Citra, n.d, 2025). Adapun di bawah ini merupakan tanggung jawab *tour planner & tour consultant*:

- a. Memberikan konsultasi dan menawarkan paket perjalanan sesuai kebutuhan pelanggan.
- b. Menyusun *itinerary*, menghitung biaya, dan menyiapkan dokumen perjalanan.
- c. Melakukan reservasi serta koordinasi dengan vendor (hotel, transportasi, dan lainnya).
- d. Menangani komunikasi dan kendala pelanggan sebelum, selama, dan setelah perjalanan.
- e. Melakukan monitoring pelaksanaan *tour* serta evaluasi layanan pasca perjalanan.

Berdasarkan penjabaran tugas dan tanggung jawab pada setiap posisi dalam struktur organisasi CV Solid Trip Experience, dapat disimpulkan bahwa perusahaan menerapkan pembagian kerja yang jelas dan terstruktur sesuai dengan fungsi masing-masing divisi. Setiap posisi, mulai dari Direktur Utama hingga divisi operasional dan kreatif, memiliki peran yang saling terintegrasi dalam mendukung kelancaran kegiatan *incentive travel* dan *event MICE*. Oleh karena itu, struktur organisasi yang sistematis ini menjadi pondasi penting dalam mendukung efektivitas kinerja perusahaan dan pencapaian tujuan bisnis CV Solid Trip Experience.

Hak Cipta:

Tabel 2. 5 Susunan Pemilik dan Pemegang Saham

Nama	Jumlah Saham	Presentase
Soraya Latifa Arief	Rp 200.000.000	40%
Muhammad Aviandido Ibrahim	Rp 150.000.000	30%
Alika Azhari Balqis	Rp 150.000.000	30%
TOTAL	Rp 500.000.000	100%

2.5 Jadwal Kegiatan Pra Operasional Perusahaan

Untuk membuat perusahaan siap beroperasi, proses pendirian CV Solid Trip Experience diperkirakan akan berlangsung selama 10 bulan, yaitu dari April 2026 hingga Desember 2026. Berikut ini adalah rencana kegiatan pra operasional CV Solid Trip Experience:

Tabel 2. 6 Jadwal Kegiatan Pra Operasional Perusahaan

[illegible]

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



© 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.	Aktivitas	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Ags	Sep	Okt	Nov	Des
	Perusahaan										
4.	Penentuan Lokasi Perusahaan										
5.	Pengurusan Perizinan Pendirian Perusahaan										
6.	Pemenuhan Peralatan dan Perlengkapan										
7.	Promosi dan Pembuatan Media Sosial										

Sumber: Data diolah CV Solid Trip Experience (2026)

Berdasarkan *timeline* kegiatan yang telah disusun, proses pendirian dan persiapan operasional CV Solid Trip Experience dilakukan secara bertahap sepanjang tahun 2026 dengan urutan kegiatan yang terstruktur. Tahap awal dimulai pada bulan Maret sampai April dengan pelaksanaan riset pasar dan analisis pasar untuk memahami kondisi industri serta peluang bisnis *incentive travel*. Selanjutnya pada April hingga Mei dilakukan penyusunan profil perusahaan yang mencakup perumusan konsep usaha, identitas perusahaan, serta perencanaan awal operasional. Setelah itu, pada bulan Mei hingga Juli dilakukan penentuan lokasi perusahaan sebagai pusat kegiatan administrasi dan koordinasi operasional. Tahap berikutnya adalah pengurusan perizinan pendirian perusahaan yang berlangsung pada Agustus hingga Oktober, diikuti dengan pemenuhan peralatan dan perlengkapan operasional pada September hingga Desember. Sementara itu, kegiatan promosi dan pembuatan media sosial dilakukan mulai September hingga Desember sebagai upaya memperkenalkan perusahaan kepada pasar dan membangun citra merek. Secara keseluruhan, *timeline* ini menunjukkan bahwa proses pendirian CV Solid Trip Experience direncanakan secara sistematis untuk memastikan kesiapan operasional perusahaan sebelum menjalankan layanan *incentive travel* secara optimal.

2.5.1 Riset Pasar

Riset pasar dalam konteks industri MICE (*Meeting, Incentive, Conference, and Exhibition*) menunjukkan bahwa sektor ini memiliki dampak ekonomi 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

serta potensi pertumbuhan yang besar, khususnya di Indonesia. Berdasarkan data statistik yang lebih terkini mengenai angka kunjungan dan ekonomi MICE memperkuat dinamika pasar hingga September 2025, dukungan pemerintah terhadap kegiatan MICE menghasilkan lebih dari 10,8 juta pengunjung dan sekitar Rp11,82 triliun perputaran ekonomi, yang menunjukkan tren permintaan dan peran sektor ini sebagai pendorong perekonomian (Zatnika, 2025). Data tersebut menunjukkan bahwa industri MICE tidak hanya berperan sebagai sektor pendukung pariwisata, tetapi juga menjadi salah satu penggerak ekonomi yang penting. Dengan demikian, tren permintaan industri MICE di Indonesia tetap menunjukkan arah yang positif, didukung oleh meningkatnya penyelenggaraan *event* berskala besar serta kebutuhan perusahaan terhadap program perjalanan insentif yang berkualitas dan memberikan pengalaman yang berkesan bagi peserta.

Pengambilan data dalam kegiatan pra operasional dilakukan melalui dua metode utama, yaitu wawancara dan survei. Wawancara dilakukan kepada pelaku industri *event organizer* dan *incentive travel* yang memiliki pengalaman pada penyelenggaraan *incentive travel*, dengan tujuan memperoleh informasi mendalam mengenai kondisi pasar, tren industri, serta strategi bisnis yang relevan. Melalui wawancara dengan 5 perusahaan pesaing, diperoleh gambaran nyata terkait tingkat persaingan, tantangan industri, serta pendekatan yang digunakan dalam menyelenggarakan program *incentive travel*.

Pengumpulan data juga dilakukan melalui survei menggunakan kuesioner yang ditujukan kepada calon konsumen. Sebanyak 54 responden terlibat dalam penelitian ini, baik yang telah maupun yang memiliki minat terhadap program *incentive travel* berbasis *experiential tourism*. Survei ini bertujuan untuk mengidentifikasi minat pasar, preferensi konsumen, serta potensi pengembangan produk. Data dari wawancara dan survei kemudian dianalisis secara terintegrasi untuk menghasilkan pemahaman yang lebih komprehensif, sehingga dapat menjadi dasar yang kuat dalam penyusunan strategi bisnis CV Solid Trip Experience.

2.5.2 Analisis Pasar

Analisis riset pasar merupakan bagian yang sangat penting dalam penyusunan *business plan* karena berfungsi sebagai dasar dalam menilai kelayakan dan potensi



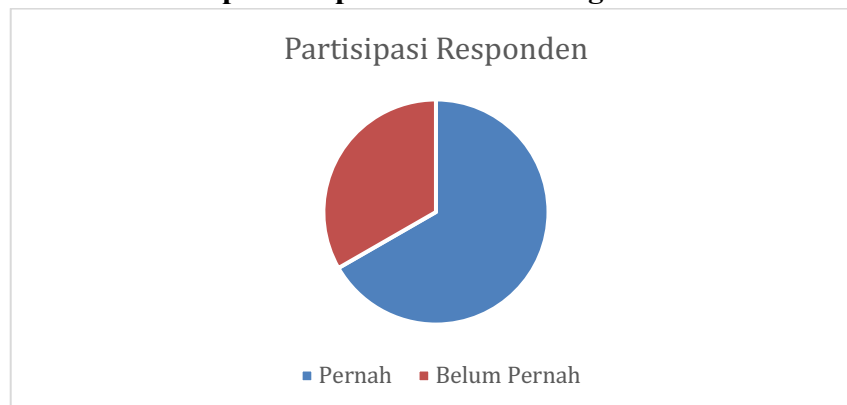
Hak Cipta :

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

keberhasilan usaha yang akan dijalankan. Dalam konteks industri MICE, khususnya pada jasa *incentive travel* berbasis *experiential tourism*, analisis pasar diperlukan untuk memahami kondisi pasar saat ini, potensi pertumbuhan industri. Selain itu, analisis ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi tingkat persaingan di industri serta menentukan strategi pemasaran yang tepat bagi CV Solid Trip Experience. Proses riset pasar pada *business plan* ini dilakukan selama beberapa bulan melalui metode wawancara dengan pelaku industri serta penyebaran kuesioner kepada calon peserta *incentive travel*. Hasil dari riset tersebut menunjukkan bahwa industri *incentive travel* memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan dengan wisata rekreasi pada umumnya. Hal ini disebabkan karena layanan *incentive travel* melibatkan klien korporasi yang memiliki kebutuhan lebih kompleks, perencanaan kegiatan yang lebih terstruktur, serta tujuan yang berkaitan dengan peningkatan motivasi karyawan, hubungan tim, dan pencapaian target organisasi.

Untuk memahami tingkat pengalaman dan keterlibatan calon peserta terhadap program *incentive travel*, dilakukan survei kepada 54 responden. Hasil survey ini menjadi dasar untuk menganalisis preferensi dan minat responden terhadap program yang akan ditawarkan. Adapun hasil survei terkait partisipasi responden dalam program *incentive travel* dapat dilihat pada Grafik 2.1 sebagai berikut

Grafik 2. 1 Partisipasi Responden dalam Program *Incentive Travel*



Sumber: Data diolah CV Solid Trip Experience (2026)

Berdasarkan Grafik 2.1, sebanyak 66,7% karyawan responden pernah mengikuti program *incentive travel*, sedangkan 33,3% lainnya belum pernah. Data ini menunjukkan bahwa sebagian besar karyawan telah memiliki pengalaman



Hak Cipta :

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

terhadap program tersebut, sehingga memiliki pemahaman awal mengenai konsep kegiatan *incentive travel*. Adapun ketertarikan karyawan terhadap program tersebut sebagai bentuk penghargaan dari perusahaan dapat dilihat pada hasil survei yang tersaji pada Grafik 2.2 sebagai berikut.

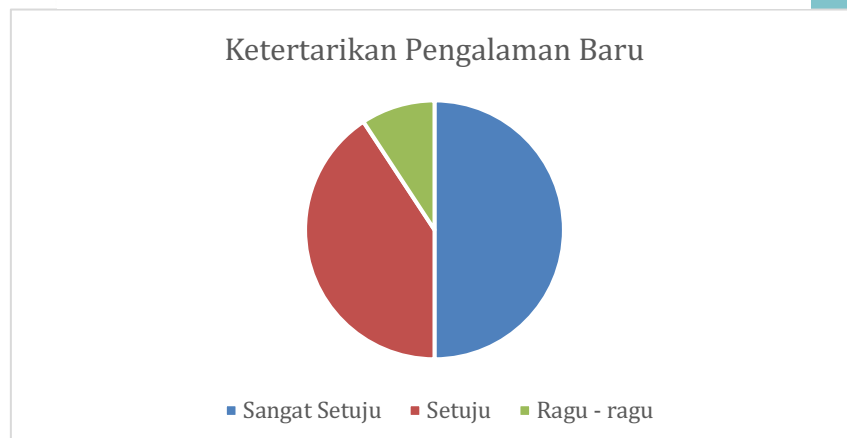
Grafik 2. 2 Partisipasi Responden dalam Program *Incentive Travel*



Sumber: Data diolah CV Solid Trip Experience (2026)

Berdasarkan Grafik 2.2, mayoritas karyawan memberikan penilaian sangat setuju 72,2%, diikuti setuju 25,9%. Hal ini menunjukkan bahwa karyawan sangat tertarik apabila perusahaan memberikan program perjalanan sebagai bentuk penghargaan bagi karyawan. Selain itu, preferensi terhadap jenis pengalaman dalam perjalanan juga menjadi aspek penting untuk dianalisis, hal ini dapat dilihat pada hasil survei yang tersaji pada Grafik 2.3 sebagai berikut.

Grafik 2. 3 Ketertarikan pada Pengalaman Baru



Sumber: Data diolah CV Solid Trip Experience (2026)

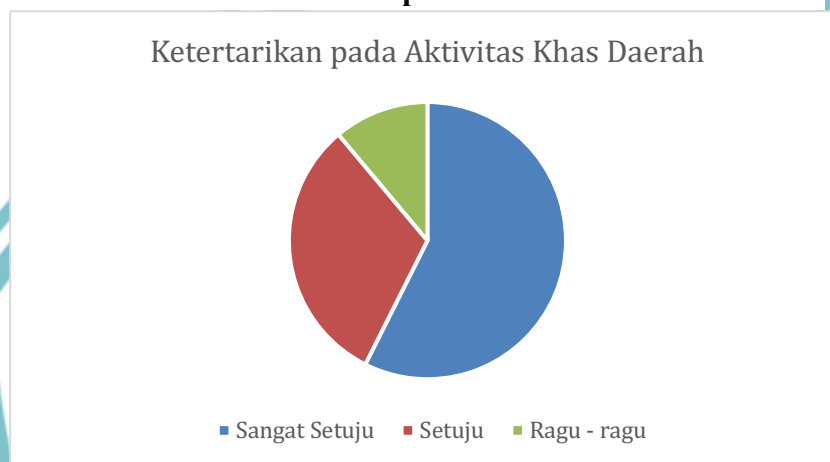


Hak Cipta :

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

Berdasarkan Grafik 2.3, mayoritas karyawan memberikan penilaian sangat setuju sebanyak 50%, diikuti setuju 40,7%. Responden memberikan penilaian sangat setuju, yang menunjukkan bahwa responden lebih tertarik pada perjalanan yang memberikan pengalaman baru dibandingkan wisata biasa. Adapun ketertarikan terhadap aktivitas khas daerah dalam konsep *experiential tourism* dan dapat dilihat pada hasil survei yang tersaji pada Grafik 2.4 sebagai berikut.

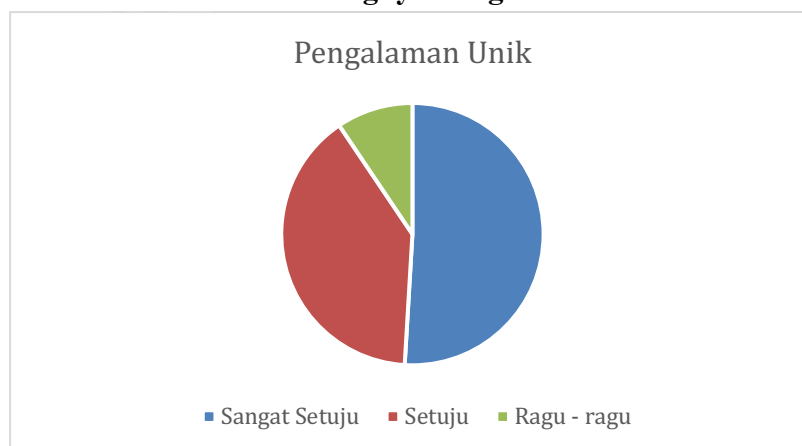
Grafik 2. 4 Ketertarikan pada Aktivitas Khas Daerah



Sumber: Data diolah CV Solid Trip Experience (2026)

Berdasarkan Grafik 2.4, mayoritas karyawan memberikan penilaian sangat setuju sebanyak 57,4%, diikuti setuju 31,5%. Responden memberikan penilaian sangat setuju, yang menunjukkan bahwa aktivitas khas daerah menjadi daya tarik utama dalam program perjalanan. Selanjutnya, dianalisis sejauh mana pengalaman yang unik dan berbeda menjadi faktor utama dalam pemilihan program perjalanan. Hal ini dapat dilihat pada survei yang tersaji pada Grafik 2.5 sebagai berikut.

Grafik 2. 5 Pentingnya Pengalaman Unik



Sumber: Data diolah CV Solid Trip Experience (2026)



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Berdasarkan Grafik 2.5, mayoritas karyawan memberikan penilaian sangat setuju sebanyak 50%, diikuti setuju 38,9%. Responden sangat setuju bahwa pengalaman yang unik dan berbeda menjadi faktor penting dalam memilih program perjalanan. Adapun kreativitas dalam perancangan program juga menjadi faktor penting dalam meningkatkan minat peserta dapat dilihat pada hasil survei yang ditampilkan pada Grafik 2.6 sebagai berikut.

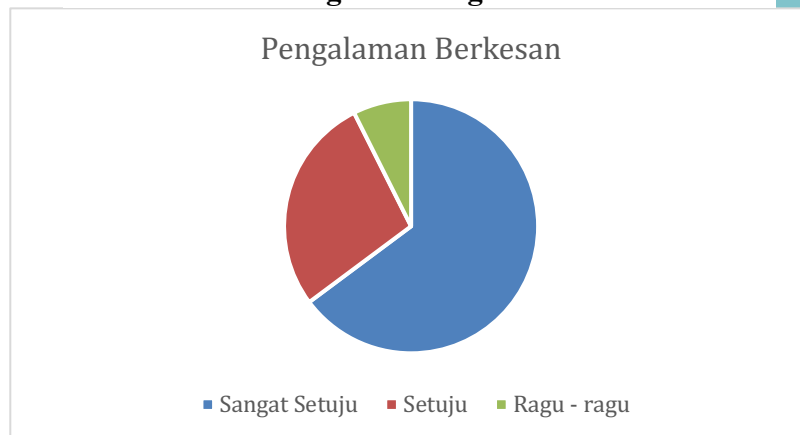
Grafik 2. 6 Ketertarikan terhadap Program Kreatif



Sumber: Data diolah CV Solid Trip Experience (2026)

Berdasarkan Grafik 2.6, mayoritas karyawan memberikan penilaian sangat setuju sebanyak 61,1%, diikuti setuju 29,6%. Responden memberikan penilaian sangat setuju, yang menunjukkan bahwa program yang dirancang secara kreatif meningkatkan minat partisipasi. Lebih lanjut, pengalaman yang berkesan dianalisis sebagai salah satu faktor utama dalam keputusan mengikuti program dapat dilihat pada hasil survei yang ditampilkan pada Grafik 2.7.

Grafik 2. 7 Pengaruh Pengalaman Berkesan



Sumber: Data diolah CV Solid Trip Experience (2026)



© 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 2.7, mayoritas karyawan memberikan penilaian sangat setuju sebanyak 64,8%, diikuti setuju 27,8%. Responden sangat setuju bahwa pengalaman berkesan menjadi alasan utama mengikuti program *incentive travel*. Sejalan dengan hasil survei yang telah dilakukan kepada 54 responden, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menunjukkan tingkat ketertarikan yang tinggi terhadap program *incentive travel*, khususnya yang berbasis *experiential tourism*, karena dinilai mampu memberikan pengalaman yang lebih bermakna dibandingkan wisata konvensional. Responden cenderung menyukai program yang melibatkan aktivitas interaktif, eksplorasi budaya lokal, serta kegiatan yang mendorong kebersamaan dan kolaborasi antar peserta.

Untuk memastikan bahwa program yang dirancang mampu bersaing di pasar, diperlukan analisis lebih lanjut terhadap kondisi kompetitor yang telah lebih dahulu bergerak di industri ini, baik dari segi layanan, strategi pemasaran, maupun keunggulan yang ditawarkan. Berikut adalah hasil survei yang telah dilakukan terhadap perusahaan pesaing, terlihat bahwa angka pelaksanaan *event incentive travel* dari tahun ke tahun cenderung meningkat, namun tidak sepenuhnya stabil. CV Solid Trip Experience berhasil mengumpulkan data valid 5 responden. Adapun hasil kuesioner terkait pelaksanaan *event incentive travel* pada tahun 2021-2025 dapat dilihat pada Tabel 2.7 berikut.

Tabel 2. 7 Penjualan *Incentive Travel* Perusahaan Pesaing 2021-2025

PERUSAHAAN	2021	2022	2023	2024	2025
CV Xsis Kreasi Unique (Xsis Management)	10	14	29	30	45
PT. Duage Manajemen Indonesia	41	50	50	100	50
PT Simple Creative Production	4	5	40	50	40
Cakar Langit Indonesia	53	35	42	45	50
Bahari Outbound & Event	18	25	33	28	33
TOTAL	126	129	194	253	218

Sumber: Data diolah CV Solid Trip Experience (2026)

Berdasarkan Tabel 2.7 menunjukkan bahwa terkait jumlah pelaksanaan *event incentive travel* cenderung meningkat, namun tidak sepenuhnya stabil. Dari total *event* pada periode 2021-2025, selanjutnya ditampilkan data *pie chart* untuk



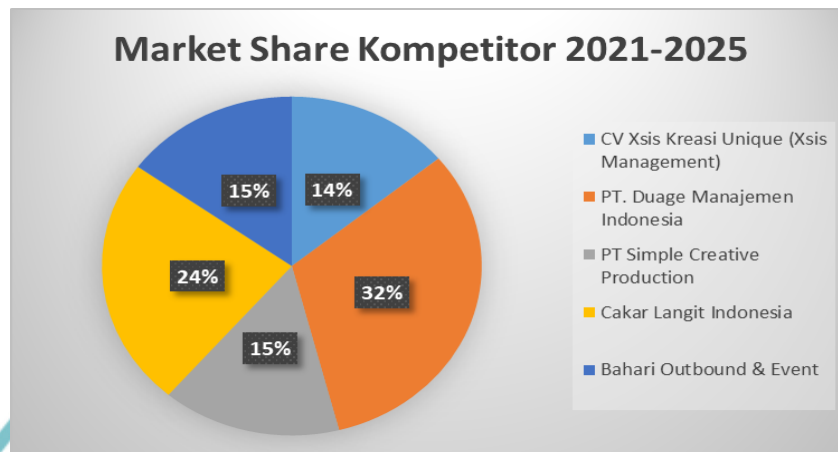
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

mengetahui presentase *market share* oleh masing-masing perusahaan. *Market share* para kompetitor selama periode tersebut tersaji pada Grafik 2.8 sebagai berikut.

Grafik 2. 8 Market Share Perusahaan Kompetitor 2021-2025



Sumber: Data diolah CV Solid Trip Experience (2026)

Berdasarkan Grafik 2.8 menunjukkan bahwa PT Duage Manajemen Indonesia menjadi *market leader* selama periode 2021-2025 dengan pangsa pasar sebesar 32%. Posisi kedua ditempati oleh Cakar Langit Indonesia sebesar 24%, diikuti oleh PT Simple Creative Production dan Bahari Outbound and Event sebesar 15%, dan CV Xsis Kreasi Unique sebesar 14%. Selain data kuantitatif, CV Solid Trip Experience juga melakukan wawancara dengan 3 perusahaan kompetitor, yaitu PT Simple Creative Production, Cakar Langit Indonesia, dan CV Xsis Kreasi Unique, untuk memperdalam temuan survei dan memperoleh Gambaran mengenai kondisi industri *incentive travel*.

Kompetitor menekankan pentingnya menghadirkan program *incentive travel* yang tidak hanya bersifat rekreatif, tetapi juga mampu memberikan pengalaman yang bermakna bagi peserta melalui pendekatan *experiential tourism*. Hal ini dapat diwujudkan melalui penyusunan aktivitas yang interaktif, penguatan konsep berbasis budaya lokal, serta strategi promosi yang kreatif dan memanfaatkan platform digital. Namun, dalam pelaksanaannya, perusahaan menghadapi berbagai tantangan, seperti tingginya tingkat persaingan antar penyedia jasa, perubahan kebijakan pemerintah yang mempengaruhi sektor pariwisata dan MICE, perkembangan teknologi yang menuntut inovasi berkelanjutan, serta kondisi



Hak Cipta :

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

ekonomi dan global yang dapat berdampak pada daya beli dan keputusan perusahaan dalam menyelenggarakan program *incentive travel*.

Temuan yang diperoleh menjadi dasar dalam menentukan segmentasi pasar yang lebih spesifik serta memperkuat citra CV Solid Trip Experience sebagai penyedia jasa *incentive travel* berbasis pengalaman yang profesional, inovatif, dan fleksibel terhadap perubahan. Melalui analisis ini, perusahaan semakin mampu membentuk *value proposition* sebagai mitra strategis dalam menciptakan program *incentive travel* yang berkesan sekaligus menyesuaikan dengan kebutuhan dan kondisi klien. Hasil analisis pasar ini selanjutnya digunakan untuk memetakan posisi perusahaan di industri MICE serta menyusun strategi bisnis yang kompetitif dan fleksibel dalam menghadapi dinamika pasar.

2.5.3 Penyusunan Profil Perusahaan

Tahap awal dalam penyusunan profil perusahaan CV Solid Trip Experience adalah menetapkan konsep usaha, yaitu sebagai penyedia jasa *incentive travel* berbasis *experiential tourism* di industri MICE. Setelah konsep usaha ditetapkan, langkah selanjutnya adalah menentukan identitas perusahaan yang meliputi penentuan nama perusahaan, perancangan logo, serta penyusunan visi, misi, dan nilai perusahaan yang mencerminkan komitmen untuk menghadirkan pengalaman perjalanan yang berkesan dan bernilai strategis bagi klien korporasi.

Langkah selanjutnya, perusahaan menyusun struktur organisasi beserta pembagian tugas untuk memastikan setiap fungsi kerja dapat berjalan secara efektif dan terkoordinasi dalam mendukung kegiatan operasional perusahaan. Pada tahap berikutnya dilakukan perancangan layanan utama yang akan ditawarkan, yaitu program *incentive travel* yang bersifat *customized*, mulai dari penyusunan konsep kegiatan, aktivitas *team building*, pengelolaan perjalanan, hingga evaluasi pasca kegiatan. Selain itu, perusahaan juga menetapkan target pasar serta *positioning* agar CV Solid Trip Experience dapat berperan sebagai mitra strategis bagi perusahaan atau organisasi yang membutuhkan program apresiasi karyawan berbasis pengalaman. Secara keseluruhan, proses penyusunan profil perusahaan ini dilakukan selama kurang lebih 2 bulan yang mencakup perumusan konsep usaha,



© 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

pengembangan identitas perusahaan, perancangan layanan, hingga pembentukan struktur organisasi sebagai dasar pengelolaan perusahaan secara profesional.

2.5.4 Penentuan Lokasi Perusahaan

Penentuan lokasi CV Solid Trip Experience dilakukan dengan mempertimbangkan berbagai aspek penting yang dapat mendukung kelancaran serta efektivitas operasional perusahaan dalam jangka panjang. Beberapa faktor utama yang menjadi pertimbangan meliputi kemudahan koordinasi tim, efisiensi biaya operasional, fleksibilitas kerja, serta aksesibilitas lokasi yang memudahkan mobilitas perusahaan dalam menjalankan kegiatan bisnis. Selain itu, karakteristik bisnis *incentive travel* yang sebagian besar aktivitasnya dilakukan di luar kantor, terutama di lokasi destinasi kegiatan, juga menjadi pertimbangan dalam menentukan fungsi kantor perusahaan. Oleh karena itu, kantor perusahaan difokuskan sebagai pusat administrasi, perencanaan program, serta komunikasi dengan klien dan mitra kerja, bukan sebagai tempat pelayanan peserta secara langsung. Aktivitas yang dilakukan di kantor meliputi penyusunan konsep program, koordinasi dengan *vendor*, pengelolaan proyek, serta pengaturan teknis operasional sebelum dan setelah kegiatan berlangsung.

Berdasarkan pertimbangan tersebut, perusahaan menetapkan lokasi usaha di Jl. Kasuari, Jl. Bintaro Utama 9, Pd. Pucung, Kec. Pd. Aren, Kota Tangerang Selatan, Banten, 15229. Lokasi ini dipilih karena memiliki aksesibilitas tinggi, terhubung dengan jaringan jalan tol, dekat dengan stasiun KRL, serta berdekatan dengan pusat bisnis Jakarta. Kondisi tersebut mendukung mobilitas perusahaan dan klien, sekaligus meningkatkan efisiensi biaya operasional. Bangunan yang digunakan sebagai kantor perusahaan berupa rumah tinggal yang pemanfaatannya diberikan oleh sekutu pasif (komanditer) sebagai bentuk kontribusi dalam mendukung operasional awal perusahaan. Pemanfaatan bangunan tersebut memungkinkan perusahaan untuk menekan biaya sewa atau pengadaan kantor pada tahap awal pendirian usaha, sehingga sumber daya finansial dapat lebih difokuskan pada pengembangan program, pemasaran, serta peningkatan kualitas layanan *incentive travel* yang ditawarkan. Proses pencarian dan penentuan lokasi usaha ini



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

dilakukan selama kurang lebih 3 bulan hingga diperoleh lokasi yang paling sesuai dengan kebutuhan operasional CV Solid Trip Experience.

2.5.5 Pengurusan Perizinan Pendirian Perusahaan

Pendirian CV Solid Trip Experience dilakukan melalui proses pengurusan legalitas usaha sesuai dengan ketentuan peraturan yang berlaku di Indonesia. Bentuk badan usaha yang dipilih adalah *Commanditaire Vennootschap* (CV) karena dinilai sesuai dengan karakter usaha jasa *event organizer* dan *incentive travel* yang membutuhkan fleksibilitas dalam pengelolaan usaha serta pembagian peran antara pihak pengelola operasional dan pemilik modal. Ketentuan pendirian CV mengacu pada Peraturan Pemerintah Nomor 28 Tahun 2025 tentang Penyelenggaraan Perizinan Berusaha Berbasis Risiko. Proses pengurusan perizinan pendirian CV Solid Trip Experience diperkirakan memerlukan waktu sekitar 3 bulan. Selama periode tersebut, perusahaan akan melalui beberapa tahapan pengurusan legalitas usaha sebagai berikut:

1. Pengajuan dan penentuan nama usaha CV
2. Pembuatan akta pendirian CV melalui notaris
3. Pendaftaran akta pendirian CV pada instansi yang berwenang
4. Pengumuman pendirian CV dalam Berita Negara Republik Indonesia (BNRI)
5. Pengajuan Nomor Induk Berusaha (NIB) melalui sistem OSS (*Online Single Submission*)
6. Pengurusan NPWP Perusahaan
7. Pemenuhan perizinan berusaha sesuai bidang kegiatan *event organizer* dan *incentive travel*

Melalui rangkaian proses tersebut, CV Solid Trip Experience sudah memiliki legalitas usaha yang sah sehingga dapat menjalankan kegiatan operasional secara profesional serta meningkatkan kepercayaan klien dalam menggunakan layanan yang ditawarkan.

2.5.6 Pemenuhan Peralatan dan Perlengkapan

Untuk mendukung kelancaran kegiatan operasional perusahaan, diperlukan pemenuhan peralatan dan perlengkapan kerja yang memadai. Penyediaan fasilitas ini bertujuan menunjang aktivitas administrasi, perencanaan program, koordinasi



© 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

tim, serta komunikasi dengan klien agar dapat berjalan secara efektif dan efisien. Adapun rincian kebutuhan peralatan dan perlengkapan kantor yang akan disediakan dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 2. 8 Peralatan dan Perlengkapan Perusahaan

PERALATAN	SPESIFIKASI	QUANTITY	
I. PERALATAN KANTOR			
Laptop	ASUS ROG Zephyrus G14 (2024/2025)	3	Unit
Monitor	MSI MPG321URX QD-OLED	1	Unit
Meja Kantor	Homedoki Meja Kantor	3	Unit
Kursi Kantor	Homedoki Kursi Kantor	6	Unit
Printer Scanner	Epson Printer Colour Multifunction L Series L3250 (<i>Print, Scan dan Copy</i>)	2	Unit
Sofa	Homedoki Sofa	1	Unit
Air Conditioner	Gree AC Split Standard 1 pk GWC-09MOO3	2	Unit
Hard Disk	Seagate One Touch 1TB	3	Unit
Flash Disk	Kingston Data Traveler Exodia DTXM 256GB USB 3.2 Flash Drive	2	Unit
TV 43 Inch	Samsung (QLED 4K QE1)	2	Unit
CCTV	Ezviz H8c 4MP 2K+ Outdoor CCTV Pan & Tilt Wifi IP Camera Auto Tracking + SD Card 64 GB Lens Smart Digital Live	3	Unit
Brankas Kantor	Deli Brankas 35x33x42 ET 534	1	Unit
Kulkas	LG Kulkas 2 pintu 202L/187L	1	Unit
Papan Tulis Tiang	Uk 120x180	1	Unit
Dispenser Minuman	AQUA Elektronik AWD-612BE Water Dispenser Bottom Loading	1	Unit
P3K	Onemed	2	Unit
Fire Extinguisher	APAR SNI Foam 3 KG Commando	2	Unit
Tempat Sampah	Dalton 30 Liter	1	Unit
II. PERLENGKAPAN KANTOR			



© 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

PERALATAN	SPESIFIKASI	QUANTITY	
I. PERALATAN KANTOR			
Pre-Length 50 Meter		3	Unit
Kertas HVS A4		3	Rim
Pulpen		2	Pack
Stabilo		1	Pack
Stamp Pad		1	Pcs
Stamp Ink		1	Pcs
Papper Cutter		2	Pcs
Tinta Printer		1	Set
Sticky Notes		2	Pack
Papper Clip		2	Pack
Stapler		3	Pcs
Perferator		3	Pcs
Isi Stapler		2	Pack
Cutter		3	Pcs
Isi Cutter		1	Pack
Gunting		3	Pcs
Map Coklat		1	Pack
Amplop		1	Pack
Kwitansi		1	Pack
Lem Kertas		5	Pcs
Lakban Kertas		3	Pack
Lakban Hitam		3	Pack
Clear Tape		3	Pack
Double Tape Kertas		3	Pack
Double Tape 3M		3	Pack
Penggaris Besi 30 cm		2	Pcs
Penggaris Besi 100 cm		2	Pcs
III. PERLENGKAPAN PANTRY			
Teh Celup	Sariwangi	2	Box
Kopi Sachet	Nescafe Ice Roast	2	Pack
Gula Pasir	Gulaku	2	Pcs
Air Mineral Galon	Aqua 19L	10	Galon
Gelas	One Two Cups Gelas Kaca	10	Pcs
Piring	Piring Melamin	10	Pcs



© 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

PERALATAN	SPESIFIKASI	QUANTITY	
I. PERALATAN KANTOR			
Mangkuk	Mangkuk Melamin	10	Pcs
Sendok	Sendok Stainless	10	Pcs
Garpu	Garpu Stainless	10	Pcs
IV. PERLENGKAPAN KEBERSIHAN			
Sabun Cuci Piring	Mama Lime 680ml	2	Pcs
Tissue Kering	Paseo Smart Tissue 500's	3	Pcs
Pengharum Ruangan	BayFresh	3	Pcs
Sabun Cuci Tangan	Dettol Sensitive Hand Wash	3	Pcs
Pewangi Lantai	Super Pel	2	Pcs
Sapu	Dragon	1	Pcs
Pel	Goto Mop	1	Pcs
Keset	Terry Palmer	3	Pcs
Ember	22 Liter	1	Pcs

Sumber: CV Solid Trip Experience (2026)

Penyediaan peralatan ini bertujuan menunjang aktivitas administrasi, perencanaan program, koordinasi tim, serta komunikasi dengan klien agar seluruh kegiatan perusahaan dapat berjalan secara efektif dan efisien. Proses pemenuhan seluruh peralatan dan perlengkapan tersebut dilakukan secara bertahap selama 4 (empat) bulan hingga seluruh fasilitas operasional perusahaan dapat tersedia secara lengkap. Dengan tersedianya peralatan tersebut, diharapkan kegiatan operasional CV Solid Trip Experience dapat berjalan secara optimal dalam mendukung penyelenggaraan program *incentive travel* dan aktivitas bisnis perusahaan.

2.5.7 Promosi dan Pembuatan Media Sosial Pemasaran Perusahaan

Pada tahap akhir pra-operasional, CV Solid Trip Experience melaksanakan kegiatan promosi dan pengelolaan media sosial perusahaan selama 4 (empat) bulan sebagai upaya membangun *brand awareness* dan memperkenalkan layanan *incentive travel* berbasis *experiential tourism* kepada target pasar. Strategi promosi yang diterapkan meliputi promosi *online* melalui berbagai *platform* digital, seperti Instagram, TikTok, LinkedIn, dan *website* perusahaan untuk menampilkan profil usaha, informasi program, serta konten edukatif terkait manfaat *incentive travel*. Selain itu, perusahaan juga memanfaatkan iklan digital guna memperluas



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

jangkauan promosi dan meningkatkan visibilitas merek. Di samping promosi digital, perusahaan melakukan promosi *offline* melalui *sales call*, presentasi penawaran kepada perusahaan, serta partisipasi dalam *travel fair* atau pameran pariwisata untuk memperkenalkan layanan secara langsung dan memperluas jaringan kerja sama dengan calon klien korporasi.



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

BAB III GAMBARAN PASAR

Dalam pengembangan usaha CV Solid Trip Experience, analisis pasar dan strategi pemasaran memegang peranan penting. Penerapan strategi pemasaran yang efektif memungkinkan perusahaan menghadirkan layanan *incentive travel* berbasis *experiential tourism* yang relevan dengan kebutuhan dan karakteristik pasar sasaran, khususnya perusahaan atau korporasi. Melalui evaluasi terhadap tren industri MICE, *market share*, tingkat persaingan, serta preferensi klien, CV Solid Trip Experience dapat mengidentifikasi peluang pasar dan merancang pendekatan pemasaran yang lebih efektif dan terarah. Proses ini diawali dengan penelitian mendalam mengenai karakteristik pasar, termasuk kebutuhan perusahaan, perilaku konsumen korporasi, tren *incentive travel* berbasis pengalaman, serta potensi pengembangan layanan yang relevan dengan dinamika industri.

3.1 Produk atau Jasa yang Dihasilkan

CV Solid Trip Experience merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa *incentive travel planner* dengan mengusung konsep *experiential tourism*. Perusahaan menawarkan layanan yang terintegrasi mulai dari perencanaan program, penyusunan konsep kegiatan, pengelolaan perjalanan, pelaksanaan *event*, hingga evaluasi pasca kegiatan. Dalam setiap program yang diselenggarakan, perusahaan berfokus pada penciptaan pengalaman yang berkesan melalui aktivitas yang melibatkan interaksi, pembelajaran, serta eksplorasi budaya lokal.

3.1.1 Paket dan Spesifikasi Produk

Produk utama CV Solid Trip Experience terdiri dari dua paket, yaitu *Elevated Experiential Journey* dan *Ethereal Journey*, yang disesuaikan dengan kebutuhan serta tujuan klien. Kedua paket ini dirancang untuk menghadirkan pengalaman *incentive travel* berbasis *experiential tourism*. Selain itu, tersedia produk pendukung untuk meningkatkan keterlibatan peserta dan kualitas pengalaman perjalanan. Untuk mendukung kegiatan pemasaran serta memudahkan calon klien dalam memahami produk yang ditawarkan, CV Solid Trip Experience menyajikan poster promosi sebagai informasi singkat mengenai konsep dan keunggulan 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

Tampilan poster Elevated Experiential Journey tersaji pada gambar 3.1 di bawah ini.



Gambar 3. 1 Poster Elevated Experiential Journey

Sumber: CV Solid Trip Experience (2026)

Selain itu, CV Solid Trip Experience juga menyajikan *itinerary* sebagai gambaran susunan kegiatan acara. Berikut merupakan *itinerary* Elevated Experiential Journey.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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



Tabel 3. 1 *Itinerary* Elevated Experiential Journey

ITENERARY ELEVATED EXPERIENTIAL JOURNEY CV SOLID TRIP EXPERIENCE

NO.	WAKTU	KEGIATAN
DAY 1		
1	05.30 – 06.00	Registrasi Peserta
2	06.00 – 10.00	Perjalanan Menuju Desa Baduy
3	10.00 – 10.30	<i>Welcome Snack</i>
4	10.30 – 11.30	<i>Opening Ceremony</i>
5	11.30 – 12.30	<i>Lunch</i>
6	12.30 – 16.00	Baduy Cultural Exploration
7	16.00 – 17.00	Check-in Rumah Adat Baduy
8	17.00 – 18.00	<i>Free Time</i>
9	18.00 – 19.00	Makan Malam
10	19.00 – 21.00	<i>Reflection Session</i>
11	21.00	Istirahat
DAY 2		
1	06.00 – 07.00	<i>Morning Walk</i>
2	07.00 – 08.00	Sarapan
3	08.00 – 10.00	<i>Team Building Session</i>
4	10.00 – 12.00	<i>Workshop Alat Musik Karinding</i>
5	12.00 – 13.00	Lunch
6	13.00 – 15.00	<i>Experiential Trekking & Village Activity</i>
7	15.00 – 16.00	Perjalanan Menuju Hotel
8	16.00 – 18.30	<i>Free Time & Preparation Gala Dinner</i>
9	18.30 – 21.30	<i>Gala Dinner & Awarding Night</i>
10	21.30	Istirahat
DAY 3		
1	06.00 – 07.30	Sarapan, <i>Checkout</i> Hotel, & Persiapan Menuju Little Green Canyon
2	07.30 – 08.00	Perjalanan Menuju Curug Putri (Little Green Canyon)
3	08.00 – 10.30	Eksplorasi Little Green Canyon & River Tubing
4	10.30 – 11.30	Bersih Diri & Ganti Pakaian
5	11.30 – 12.30	Makan Siang
6	12.30 – 13.30	<i>Closing Reflection & Group Photo</i>
7	13.30 – 14.30	<i>Shopping Oleh-Oleh</i>
8	14.30 - selesai	Perjalanan Pulang

Sumber: CV Solid Trip Experience (2026)



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Setelah memperoleh gambaran mengenai rangkaian kegiatan melalui poster dan *itinerary*, calon klien juga perlu mengetahui estimasi biaya yang diperlukan untuk penyelenggaraan program *incentive travel*. Oleh karena itu, CV Solid Trip Experience menyusun rincian dan spesifikasi produk sebagai dokumen penawaran yang memuat rincian harga paket beserta komponen layanan yang termasuk di dalamnya. Dokumen ini menjadi acuan bagi calon klien untuk memahami fasilitas yang ditawarkan serta ruang lingkup layanan yang akan diterima dalam setiap paket *incentive travel*.



Tabel 3. 2 Paket *Elevated Experiential Journey*

NO	KEBUTUHAN	PAX	QTY	FREQ	HARGA SATUAN	TOTAL	TOTAL KESELURUHAN
TRANSPORTASI							Rp 29.700.000
1	Hiace Premio Luxury 10 - 11 Seats	30 Pax	3 Unit	3 Days	Rp 2.500.000	Rp 22.500.000	
2	BBM Perjalanan	3 Unit	3 Days		Rp 500.000	Rp 4.500.000	
3	Tol dan Parkir		1 Package		Rp 600.000	Rp 1.800.000	
4	Tips Supir	3 Pax	3 Package		Rp 300.000	Rp 900.000	
AKOMODASI							Rp 13.180.000
1	Horison Altama Twin Bed 1 Days	30 Pax	15 Unit	1 Days	Rp 550.000	Rp 8.250.000	
2	Horson Altama Double Bed 1 Days	2 Pax	1 Days		Rp 630.000	Rp 630.000	
3	Homestay Rumah Adat Baduy	32 Pax	8 Unit		Rp 350.000	Rp 2.800.000	
4	Donasi Adat		1 Package		Rp 1.500.000	Rp 1.500.000	
KONSUMSI							Rp 10.720.000
1	Lunch	32 Pax	32 Package	3 Days	Rp 50.000	Rp 4.800.000	
2	Dinner	32 Pax	32 Package	2 Days	Rp 75.000	Rp 4.800.000	
3	Snack Perjalanan	32 Pax	32 Package	1 Days	Rp 35.000	Rp 1.120.000	
PROGRAM							Rp 23.300.000
1	Game Master	1 Pax	1 Package	1 Days	Rp 2.500.000	Rp 2.500.000	
2	Facilitator Team Building	4 Pax			Rp 500.000	Rp 2.000.000	
3	Tools Team Building				Rp 500.000	Rp 500.000	
4	Master Of Ceremony	1 Pax	1 Person		Rp 4.500.000	Rp 4.500.000	

kritik atau tinjauan suatu ma

NO	KEBUTUHAN	PAX	QTY	FREQ	HARGA SATUAN	TOTAL	TOTAL KESELURUHAN
PPN 11%							Rp 223.956.375
HARGA PER PAX							Rp 6.998.637

Sumber: CV Solid Trip Experience (2026)

Paket *Elevated Experiential Journey* merupakan program *incentive travel* selama 3 hari dengan konsep *experiential tourism* di Baduy. Paket ini mencakup transportasi, akomodasi, konsumsi, rangkaian program seperti *team building* dan *workshop*, *awarding* ataupun *award dinner*, serta dukungan produksi. Selain itu, kegiatan didukung oleh tim operasional profesional untuk memastikan kelancaran acara. Total biaya modal paket ini sebesar Rp161.410.000 dengan profit margin sebesar 25%, yaitu Rp201.762.500. Dengan tambahan PPN 11% menjadi Rp223.956.375.

Selain Paket *Elevated Experiential Journey*, CV Solid Trip Experience juga menawarkan paket *Ethereal Journey* sebagai alternatif program *incentive travel* yang dirancang dengan konsep dan karakteristik yang berbeda sesuai kebutuhan klien. Untuk memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai produk yang ditawarkan, berikut disajikan poster promosi Paket *Ethereal Journey* yang memuat informasi mengenai konsep paket.

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

CV SOLID TRIP EXPERIENCE

CORPORATE TRIP TO WAE REBO

Ethereal Journey
Paket 3 Hari 2 Malam

Get special deals for your corporate trip including flight tickets and hotels!

Package Include

- 5 Stars Hotel & Meals
- Traditional Welcoming
- Photographer
- Transportation
- Tour Guide
- Ticketing

For Booking +123-456-7890

Rp 12.163.000,- per Orang **BOOK NOW**

Gambar 3. 2 Poster Ethereal Journey

Sumber: CV Solid Trip Experience (2026)

Selain menyajikan poster sebagai gambaran perjalanan yang ditawarkan, CV Solid Trip Experience juga menyajikan *itinerary* sebagai gambaran susunan kegiatan acara. Berikut merupakan *itinerary* Ethereal Journey.



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. 3 Itinerary Ethereal Journey



**ITENERARY
ETHEREAL JOURNEY
CV SOLID TRIP EXPERIENCE**

NO.	WAKTU	KEGIATAN
DAY 1		
1	04.30 – 05.30	Berkumpul di Bandara Soekarno Hatta
2	05.30 – 08.00	Penerbangan Jakarta – Labuan Bajo
3	08.00 – 09.30	<i>Welcome Refreshment & Briefing</i>
4	09.00 – 12.00	Perjalanan Menuju Desa Wae Rebo
5	12.00 – 13.00	<i>Lunch</i>
6	13.00 – 15.00	Trekking Menuju Desa Wae Rebo
7	15.00 - 16.00	<i>Welcome Ceremony</i> Wae Rebo
8	16.00 – 17.00	<i>Check-in</i> Rumah Adat Wae Rebo
9	17.00 – 18.00	<i>Cultural Interaction Session</i>
10	18.00 – 19.00	Dinner
11	19.00 – 21.00	<i>Reflection Session</i>
12	21.00	Istirahat
DAY 2		
1	06.00 – 07.00	<i>Sunrise Experience & Morning Walk</i>
2	07.00 – 08.00	Sarapan
3	08.00 – 10.00	<i>Workshop</i> Menenun Kain Songke
4	10.00 – 11.00	<i>Team Building Session</i>
5	11.00 – 12.00	<i>Lunch</i>
6	12.00 – 15.00	Perjalanan Kembali Menuju Labuan Bajo
7	15.00 – 16.00	<i>Check-in</i> Zasgo Hotel
8	16.00 – 18.00	<i>Free Time & Preparation</i> Gala Dinner
9	18.00 – 21.30	<i>Gala Dinner & Awarding Night</i>
10	21.30	Istirahat
DAY 3		
1	06.00 – 07.00	Sarapan
2	07.00 – 08.00	<i>Checkout</i> Hotel
3	08.00 – 13.00	<i>Ethereal Sailing Experience</i>
4	13.00 – 14.00	<i>Lunch on Board</i>
5	14.00 – 15.00	<i>Closing Reflection Session</i>
6	15.00 – 16.00	<i>Shopping</i> Oleh-Oleh
7	16.00 – 17.00	Perjalanan Menuju Bandara Komodo
8	17.00 – 19.30	Penerbangan Labuan Bajo - Jakarta
9	19.30	Perjalanan Pulang

Sumber: CV Solid Trip Experience (2026)



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Setelah memperoleh gambaran mengenai konsep program melalui poster dan itinerary, calon klien perlu mengetahui rincian biaya yang dibutuhkan dalam penyelenggaraan program *incentive travel*. Oleh karena itu, CV Solid Trip Experience menyusun rincian dan spesifikasi produk sebagai dokumen penawaran yang memuat rincian harga paket beserta komponen layanan yang termasuk di dalamnya. Berikut adalah rincian dan spesifikasi paket produk *Ethereal Journey*.



Hak Cipta :

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

Tabel 3. 4 Paket Ethereal Journey

Kritik atau tinjauan suatu ma

NO	KEBUTUHAN	PAX	QTY	FREQ	HARGA SATUAN	TOTAL	TOTAL KESELURUHAN
1	Game Master	1 Pax	1 Package	1 Days	Rp 2.500.000	Rp 2.500.000	
2	Facilitator Team Building	4 Pax			Rp 500.000	Rp 2.000.000	
3	Tools Team Building				Rp 500.000	Rp 500.000	
4	Master Of Ceremony	1 Pax	1 Person		Rp 4.500.000	Rp 4.500.000	
5	Workshop Menenun Kain Songke	32 Pax	32 Package		Rp 80.000	Rp 2.560.000	
6	Guide Lokal Wae Lokal	2 Pax	2 Person		Rp 500.000	Rp 1.000.000	
PRODUCTION							Rp 57.460.000
1	Sound System 3.000 watt		1 Package	1 Days	Rp 12.000.000	Rp 12.000.000	
2	Lighting System		1 Package		Rp 8.000.000	Rp 8.000.000	
3	LED 300 Indoor Uk. 5 m x 3 m		15 m²		Rp 500.000	Rp 7.500.000	
4	Photowall		1 Package	3 Days	Rp 3.000.000	Rp 9.000.000	
5	ID Card & Lanyard	32 Pax	32 Unit	1 Package	Rp 30.000	Rp 960.000	
6	Tumblr Souvenir	32 Pax	32 Unit		Rp 50.000	Rp 1.600.000	
7	Kamera Disposable	32 Pax	32 Unit		Rp 200.000	Rp 6.400.000	
8	Paket Souvenir	32 Pax	32 Unit		Rp 125.000	Rp 12.000.000	
OPERATIONAL							Rp 27.310.000
1	Project Manager	1 Pax	1 Event	3 Days	Rp 2.000.000	Rp 6.000.000	
2	Production Manager	1 Pax			Rp 1.000.000	Rp 3.000.000	
3	Supporting Crew	5 Pax			Rp 500.000	Rp 7.500.000	
4	Tour Leader	2 Pax			Rp 800.000	Rp 4.800.000	
5	Lunch Crew	9 Pax			Rp 35.000	Rp 105.000	
6	Dinner Crew	9 Pax			Rp 35.000	Rp 105.000	
7	BBM, Tol, dan Parkir	2 Car		1 Days	Rp 1.500.000	Rp 3.000.000	

NO	KEBUTUHAN	PAX	QTY	FREQ	HARGA SATUAN	TOTAL	TOTAL KESELURUHAN
8	Penginapan Crew	4 Room		2 Days	Rp 350.000	Rp 2.800.000	
TOTAL COST							Rp 283.505.000
PROFIT MARGIN (25%)							Rp 354.381.250
PPN 11%							Rp 393.363.188
HARGA PER PAX							Rp 12.292.600

Sumber: CV Solid Trip Experience (2026)

Paket *Everest Journey* merupakan program *incentive travel* selama 3 hari dengan konsep *experiential tourism* di Wae Rebo dan Labuan Bajo. Paket ini mencakup transportasi udara dan darat, akomodasi, konsumsi, serta rangkaian program seperti *team building*, *workshop*, dan pendampingan oleh fasilitator serta *guide* lokal. Selain itu, paket ini juga didukung oleh kebutuhan produksi, serta tim operasional profesional untuk memastikan kegiatan berjalan dengan lancar dan memberikan pengalaman yang berkesan bagi peserta. Total biaya awal paket ini sebesar Rp283.505.000 dengan profit margin sebesar 25%, yaitu Rp354.381.250. Dengan tambahan PPN 11% menjadi Rp393.363.188. Rincian dan spesifikasi dari paket produk pendukung Rafting tersaji pada tabel berikut.

Tabel 3. 5 Produk Pendukung Rafting

NO	ACTIVITY	PAX	QTY	FREQ	HARGA SATUAN	TOTAL	TOTAL KESELURUHAN
SUPPORT ACTIVITY							Rp 4.500.000
1	30 Pax	30 Pax	30 Package	1 Days	Rp 150.000	Rp 4.500.000	
OPERATIONAL							Rp 6.800.000
1	3 Pax	3 Pax	3 Pax	1 Days	Rp 300.000	Rp 900.000	
2	30 Pax	30 Pax	30 Pax	1 Days	Rp 35.000	Rp 1.050.000	
3	1 Unit	1 Unit	1 Unit	1 Days	Rp 2.350.000	Rp 2.350.000	
4	Photographer	1 Pax	1 Package	1 Days	Rp 1.000.000	Rp 2.000.000	
5	Videographer	1 Pax	1 Package	1 Days	Rp 1.500.000	Rp 1.500.000	
TOTAL COST							Rp 11.300.000
PROFIT MARGIN (25%)							Rp 14.125.000
PPN 11%							Rp 1.553.750
GRAND TOTAL							Rp 15.678.750

Sumber: CV Solid Trip Experience (2026)

Produk pendukung rafting merupakan produk pendukung dari CV Solid Trip Experience. Paket ini mencakup aktivitas utama berupa rafting untuk 30 peserta selama 1 hari, sudah termasuk paket kegiatan lengkap. Selain itu, paket ini didukung oleh kebutuhan seperti *supporting crew*, konsumsi peserta, serta tim dokumentasi yang terdiri dari fotografer dan videografer guna memastikan kegiatan berjalan lancar. Selain itu, panitia memberikan pengalaman yang berkesan bagi peserta. Total biaya produk pendukung sebesar Rp11.300.000 dengan profit margin sebesar 25%, yaitu 14.125.000, dan tambahan PPN 11%, sehingga total biaya yang harus dibayarkan oleh klien adalah Rp15.678.750. Rincian paket dan spesifikasi dari produk *Outbound Games* tersaji pada Tabel 3.4 sebagai berikut.

Tabel 3. 6 Produk Pendukung *Outbound Games*

NO	ACTIVITY	PAX	QTY	FREQ	HARGA SATUAN	TOTAL	TOTAL KESELURUHAN
SUPPORT ACTIVITY							Rp 4.500.000
1	Outbound Games	30 Pax	30 Package	1 Days	Rp 150.000	Rp 4.500.000	
OPERATIONAL							Rp 6.800.000
1	Supporting Crew	3 Pax	3 Pax	1 Days	Rp 300.000	Rp 900.000	
2	Snack Peserta	30 Pax	30 Pax	1 Days	Rp 35.000	Rp 1.050.000	
3	Bus (30 Seats)		1 Unit	1 Days	Rp 2.350.000	Rp 2.350.000	
4	Photographer	1 Pax	1 Package	1 Days	Rp 1.000.000	Rp 2.000.000	
5	Videographer	1 Pax	1 Package	1 Days	Rp 1.500.000	Rp 1.500.000	
TOTAL COST							Rp 11.300.000
PROFIT MARGIN (25%)							Rp 14.125.000
PPN 11%							Rp 1.553.750
GRAND TOTAL							Rp 15.678.750

Sumber: CV Solid Trip Experience (2026)

bound Games merupakan program *support trip* dengan jenis kegiatan *team building* yang berfokus pada kerjasama tim, *leadership*, dan *problem solving* peserta melalui berbagai permainan interaktif seperti *tower building challenge*, dan *mini amazing race* untuk 30 peserta selama 1 hari, yang sudah termasuk konsumsi. Selain itu, paket ini juga didukung oleh kebutuhan operasional seperti *supporting crew*, konsumsi peserta, dan jasa dari fotografer dan videografer guna memastikan kegiatan berjalan dengan lancar dan menyenangkan bagi peserta. Total biaya untuk aktivitas utama (*support activity*) sebesar Rp11.300.000 dengan biaya transportasi Rp2.000.000, dan tambahan PPN 11%, sehingga total biaya yang harus dibayarkan oleh klien adalah Rp15.000.000. Produk pendukung *entertainment* tersaji pada Tabel 3.5 sebagai berikut.

Tabel 3. 7 Produk Pendukung *Entertainment*

NO.	ACTIVITY	DESCRIPTION	QTY	FREQ	HARGA SATUAN	TOTAL	TOTAL KESELURUHAN
SUPPORT ACTIVITY							Rp 21.000.000
1	MC Professional	1 MC professional (Bahasa Indonesia / English), durasi ± 4 jam, include briefing & rehearsal	1 Package	1 Day	Rp 6.000.000	Rp 6.000.000	
2	Host/ MC	5 Personel (durasi 90 menit)	1 Package	1 Day	Rp 15.000.000	Rp 15.000.000	
OPERATIONAL							Rp 4.650.000
1	Supporting Crew		3 Pax	1 Day	Rp 300.000	Rp 900.000	
2	Talent		10 Pax	1 Day	Rp 75.000	Rp 750.000	
3	Rehearsal		10 Pax	1 Day	Rp 50.000	Rp 500.000	
4	Photographer		1 Package	1 Day	Rp 1.000.000	Rp 1.000.000	
5	Videoographer		1 Package	1 Day	Rp 1.500.000	Rp 1.500.000	
TOTAL COST							Rp 25.650.000
PROFIT MARGIN (25%)							Rp 32.062.500
PPN 11%							Rp 3.526.875
GRAND TOTAL							Rp 35.589.375

Sumber: CV Solid Trip Experience (2026)

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

Berdasarkan Tabel 3.5 menunjukkan bahwa Produk Pendukung *Entertainment*. Paket ini mencakup DJ *performance* dan *home band*. Selain itu, paket ini juga didukung oleh kebutuhan operasional seperti *supporting crew*, *talent meal*, serta tim dokumentasi yang terdiri dari fotografer dan videografer. Total biaya untuk entertainment sebesar Rp25.650.000 dengan profit margin 25%, yaitu Rp32.062.500, dan tambahan PPN 11%, sehingga total biaya yang harus dibayarkan oleh klien adalah Rp35.589.375.

3.1.2 Produk Utama

Produk utama yang ditawarkan oleh CV Solid Trip Experience berupa program *incentive travel* berbasis *experiential tourism* yang dirancang untuk memberikan pengalaman perjalanan yang tidak hanya bersifat rekreasi, tetapi juga memiliki nilai strategis bagi perusahaan. Program ini dikemas dalam dua paket utama, yaitu *Elevated Experiential Journey* dan *Ethereal Journey*, yang masing-masing disesuaikan dengan kebutuhan, tujuan, serta karakteristik klien korporasi. Selain itu, perusahaan juga memiliki *signature product* berupa *souvenir* dan dokumentasi pengalaman, seperti *tumblr* dan *disposable camera*, yang disiapkan khusus untuk membantu peserta mengabadikan momen perjalanan mereka sebagai bagian dari pengalaman yang berkesan dan bermakna. Untuk mengetahui detail kedua paket utama, berikut penjelasannya:

1. Paket *Elevated Experiential Journey*

Paket *Elevated Experiential Journey* merupakan program *incentive travel* premium yang berfokus pada pengalaman autentik dan keterlibatan emosional peserta melalui eksplorasi budaya lokal, seperti di kawasan Baduy. Program ini berdurasi 3 hari 2 malam dengan kombinasi aktivitas seperti *trekking*, interaksi dengan masyarakat lokal, serta kegiatan *team building*. Fasilitas yang diberikan mencakup transportasi, akomodasi hotel dan *homestay*, konsumsi, hingga perlengkapan kegiatan dan *souvenir*, dengan estimasi biaya mulai dari Rp295.000.000. Pada paket ini ada regulasi yang perlu disepakati oleh kedua belah pihak, CV Solid Trip Experience dan klien. Adapun regulasi pada paket ini meliputi:



© 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

- a. Konsultasi program dilakukan secara gratis untuk menyesuaikan kebutuhan klien.
- b. Seluruh kesepakatan program dituangkan dalam Surat Perjanjian Kerja Sama (SPK).
- c. Pembayaran dilakukan dalam dua tahap yaitu DP 50% dan pelunasan maksimal H-1 sebelum keberangkatan.
- d. Perubahan jadwal atau pembatalan wajib diinformasikan maksimal 14 hari sebelum kegiatan.
- e. Seluruh dokumentasi kegiatan menjadi bagian dari portofolio perusahaan kecuali ditentukan lain dalam perjanjian.

2. Paket *Ethereal Journey*

Paket *Ethereal Journey* menawarkan pengalaman *incentive travel* yang lebih eksklusif dengan destinasi premium seperti Wae Rebo dan Labuan Bajo. Program ini juga berdurasi 3 hari 2 malam, namun dilengkapi dengan aktivitas yang lebih variatif seperti *trekking*, *campfire*, *snorkeling*, hingga eksplorasi habitat komodo, serta fasilitas yang lebih lengkap seperti transportasi udara, *speedboat*, akomodasi premium, dan perlengkapan perjalanan tambahan, dengan estimasi biaya mulai dari Rp530.000.000. Pada paket ini ada regulasi yang perlu disepakati oleh kedua belah pihak, CV Solid Trip Experience dan klien. Adapun regulasi pada paket ini meliputi:

- a. Konsultasi dan perancangan program dilakukan secara gratis dan dapat disesuaikan dengan kebutuhan klien.
- b. Klien berhak mengajukan revisi program maksimal tiga kali sebelum finalisasi.
- c. Seluruh kesepakatan kerja sama dituangkan dalam Surat Perjanjian Kerja Sama (SPK).
- d. Pembayaran dilakukan dalam dua tahap yaitu DP 50% dan pelunasan maksimal H-1 sebelum kegiatan.
- e. Perubahan atau pembatalan kegiatan wajib diinformasikan maksimal 14 hari sebelum pelaksanaan.
- f. Perusahaan menjamin pelaksanaan program sesuai standar operasional dan keselamatan yang telah ditetapkan.



© 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 adanya regulasi ini, setiap paket tidak hanya memberikan pengalaman yang berkualitas, tetapi juga menjamin kejelasan prosedur kerja sama antara perusahaan dan klien.

3.1.3 Produk Pendukung

Produk pendukung CV Solid Trip Experience terdiri dari berbagai aktivitas tambahan yang dirancang untuk memperkaya pengalaman peserta dalam program *incentive travel*, seperti *rafting*, *Outbond Games*, dan *Entertainment*. Aktivitas ini bersifat fleksibel dan dapat disesuaikan dengan konsep serta tujuan program, baik untuk meningkatkan *teamwork*, *leadership*, maupun sebagai sarana rekreasi yang menyenangkan. Setiap aktivitas didukung oleh instruktur profesional, perlengkapan standar keselamatan, serta lokasi yang telah disesuaikan dengan kebutuhan kegiatan. Estimasi biaya untuk produk pendukung ini bervariasi tergantung jenis aktivitas, jumlah peserta, serta lokasi pelaksanaan. Pada produk pendukung ini terdapat regulasi yang perlu disepakati oleh kedua belah pihak, yaitu CV Solid Trip Experience dan klien. Adapun regulasi tersebut meliputi:

1. Konsultasi dan pemilihan aktivitas dilakukan secara gratis dan dapat disesuaikan dengan kebutuhan program klien.
2. Klien dapat memilih satu atau beberapa aktivitas sebagai bagian dari rangkaian program *incentive travel*.
3. Seluruh kesepakatan aktivitas dituangkan dalam Surat Perjanjian Kerja Sama (SPK).
4. Pembayaran aktivitas mengikuti ketentuan paket utama atau sesuai kesepakatan yang telah disetujui bersama.
5. Pelaksanaan kegiatan wajib mengikuti standar keselamatan serta arahan dari instruktur di lapangan.
6. Perubahan jadwal atau pembatalan kegiatan wajib diinformasikan maksimal 7–14 hari sebelum pelaksanaan, tergantung jenis aktivitas.

Dengan adanya produk pendukung ini, program *incentive travel* yang ditawarkan tidak hanya menjadi lebih variatif dan menarik, tetapi juga mampu memberikan pengalaman yang lebih interaktif, menantang, dan berkesan bagi seluruh peserta.



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 Gambaran Pasar

Industri MICE (*Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition*) merupakan salah satu sektor yang mengalami perkembangan signifikan seiring dengan meningkatnya kebutuhan perusahaan terhadap kegiatan yang bersifat strategis, produktif, dan berorientasi pada pengalaman peserta. Salah satu bagian dari industri MICE yang menunjukkan potensi pertumbuhan adalah jasa *incentive travel*, yaitu program perjalanan yang diberikan perusahaan sebagai bentuk penghargaan, motivasi, maupun peningkatan loyalitas karyawan dan mitra kerja. Menurut penelitian oleh *Tourism Management*, *incentive travel* memiliki pengaruh positif terhadap motivasi kerja, *employee engagement*, serta hubungan interpersonal dalam perusahaan, sehingga banyak organisasi mulai memanfaatkan program perjalanan insentif sebagai bagian dari strategi perusahaan (Chen & Peng 2016)

Perkembangan tren pariwisata berbasis pengalaman atau *experiential tourism* juga turut memengaruhi perubahan perilaku konsumen dalam memilih program perjalanan. Wisatawan saat ini tidak hanya mencari destinasi, tetapi juga pengalaman yang autentik, personal, dan melibatkan interaksi budaya maupun aktivitas yang berkesan. Hal tersebut didukung oleh penelitian yang menyatakan bahwa *experiential tourism* mampu meningkatkan kepuasan wisatawan karena memberikan keterlibatan emosional dan pengalaman yang lebih mendalam dibandingkan wisata konvensional (Kim & Thapa 2018) Kondisi ini membuka peluang bagi CV Solid Trip Experience untuk menghadirkan program *incentive travel* yang tidak hanya berfungsi sebagai perjalanan perusahaan, tetapi juga memberikan pengalaman wisata yang bermakna bagi peserta. Berdasarkan hal tersebut, CV Solid Trip Experience melakukan riset terhadap 5 perusahaan kompetitor untuk mengetahui jumlah *event incentive travel* dalam kurun waktu 5 tahun terakhir, yang disajikan di grafik 3.1 sebagai 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Grafik 3. 1 Grafik Perkembangan Kompetitor 2021-2025



Sumber: CV Solid Trip Experience (2026)

Berdasarkan hasil riset pasar yang dilakukan, diketahui bahwa permintaan terhadap program *incentive travel* terus mengalami peningkatan seiring dengan pemulihan industri pariwisata dan kebutuhan perusahaan dalam meningkatkan *employee engagement*. Namun, berdasarkan hasil wawancara dengan perusahaan kompetitor, pada tahun 2025 sempat terjadi penurunan permintaan program *incentive travel* akibat kebijakan efisiensi anggaran di berbagai perusahaan. Hal ini berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber yang menyatakan bahwa banyak perusahaan menekan pengeluaran non-prioritas, termasuk kegiatan *outing* dan *incentive*. Meskipun demikian, kebutuhan terhadap program yang mampu meningkatkan motivasi, loyalitas, dan bonding karyawan tetap menjadi perhatian perusahaan, sehingga peluang pasar *incentive travel* masih dinilai potensial untuk berkembang kembali.

3.3 Segmentasi Pasar yang Dituju

CV Solid Trip Experience menerapkan segmentasi pasar untuk menentukan target konsumen yang paling potensial dan menyusun strategi pemasaran yang tepat sasaran. Mengingat industri MICE berfokus pada klien korporasi, segmentasi dilakukan berdasarkan empat aspek utama, yaitu demografis, geografis, psikografis, dan perilaku konsumen. Berikut penjelasan masing-masing segmentasi:



© 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

1. Segmentasi Demografis

Segmentasi demografis CV Solid Trip Experience difokuskan pada segmen korporasi yang meliputi perusahaan swasta, multinasional, *start-up*, dan organisasi yang memiliki kebutuhan program *incentive travel* untuk apresiasi karyawan dan penguatan tim. Target utama adalah perusahaan dengan kondisi finansial stabil serta memiliki anggaran khusus untuk kegiatan pengembangan SDM. Dari sisi karakteristik, perusahaan yang disasar umumnya memiliki tenaga kerja usia produktif. Berdasarkan pendapat Disnakertas (2026), yang menyatakan bahwa usia kerja atau usia produktif di Indonesia berada pada rentang 15–64 tahun, sedangkan usia di bawah atau di atas rentang tersebut tergolong bukan tenaga kerja, maka tenaga kerja yang menjadi sasaran perusahaan umumnya berada dalam kelompok usia produktif tersebut. Selain itu, tenaga kerja juga dapat diklasifikasikan berdasarkan kemampuan, yaitu tenaga kerja terdidik, tenaga kerja terlatih, serta tenaga kerja yang tidak terdidik dan tidak terlatih. Segmen yang menjadi target CV Solid Trip Experience didominasi oleh tenaga kerja profesional muda hingga *middle management* yang termasuk dalam kategori tenaga kerja terdidik dan/atau terlatih, serta bekerja di lingkungan yang menyediakan *benefit* tambahan seperti *outing*, *reward*, atau *incentive travel* sebagai bentuk peningkatan motivasi dan *employee engagement*.

2. Segmentasi Geografi

CV Solid Trip Experience berfokus pada pasar awal di wilayah Jabodetabek sebagai pusat bisnis, dengan perluasan ke kota-kota besar di Indonesia. Fokus ini dipilih karena lokasi perusahaan di Kota Tangerang Selatan memberikan kemudahan akses dan mobilitas operasional dalam menjangkau klien di wilayah Jabodetabek. Pemilihan lokasi ini juga diperkuat oleh pengalaman penulis yang pernah bekerja dan berdomisili di sekitar Kota Tangerang Selatan, sehingga telah memahami secara langsung potensi pasar, karakteristik lingkungan bisnis, serta keunggulan strategis wilayah tersebut sebagai pusat aktivitas perusahaan. Layanan yang ditawarkan bersifat fleksibel untuk memenuhi kebutuhan destinasi domestik maupun internasional.



© 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

3. Segmentasi Psikografis

Menargetkan perusahaan yang menghargai pengalaman, berorientasi pada pengembangan karyawan, terbuka terhadap inovasi, serta mengutamakan kualitas layanan. Target juga mencakup perusahaan yang tertarik pada konsep *experiential tourism*. Kriteria tersebut dipilih karena tidak semua perusahaan memiliki budaya yang menghargai kontribusi karyawan, mendukung pengembangan kompetensi, dan terbuka terhadap inovasi. Oleh karena itu, CV Solid Trip Experience menargetkan perusahaan yang memandang *experiential tourism* sebagai strategi untuk meningkatkan motivasi, keterlibatan, dan kualitas sumber daya manusia.

4. Segmentasi Perilaku Konsumen (*Behavioral*)

CV Solid Trip Experience menargetkan perusahaan yang secara rutin menyelenggarakan *incentive travel*, *outing*, maupun *team building*, serta membutuhkan program yang bersifat *customized*. Dalam setiap program yang dirancang, perusahaan berfokus pada penciptaan kebersamaan (*bonding*) antar peserta sebagai nilai utama.

5. *Targeting*

Dalam konteks ini, perusahaan menggunakan strategi *concentrated targeting*, yaitu dengan memfokuskan pada klien korporasi (swasta, multinasional, start-up, organisasi) yang memiliki kebutuhan program *incentive travel*. Target utama adalah perusahaan dengan karyawan menengah-besar, memiliki anggaran *employee engagement*, dan mengutamakan layanan berkualitas serta program *tailor-made*.

6. *Positioning*

CV Solid Trip Experience memposisikan diri sebagai usaha penyedia jasa *incentive travel* berbasis *experiential tourism* yang profesional, kreatif, dan terpercaya. Keunggulan utama meliputi program *customized*, pengalaman interaktif, layanan terintegrasi, konsep kreatif, dan komitmen sebagai mitra yang andal.

3.4 Tren Perkembangan Pasar

CV Solid Trip Experience menganalisis tren perkembangan pasar untuk memahami arah pertumbuhan industri di masa depan. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui persentase data terkait pertumbuhan pasar yang ada, sehingga



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

perusahaan dapat merumuskan strategi penjualan dan memahami dinamika pasar selama lima tahun ke depan. Dalam industri *incentive travel*, CV Solid Trip Experience mengidentifikasi lima kompetitor utama, yaitu CV Xsis Kreasi Unique, PT Duage Manajemen Indonesia, PT Simple Creative Production, Cakar Langit Indonesia, dan Bahari Outbond & Event. Kelima perusahaan tersebut telah beroperasi di pasar selama lebih dari lima tahun dan memiliki posisi yang cukup kuat dalam industri. Data mengenai perkembangan pasar dan jumlah *event* dari masing-masing kompetitor diperoleh melalui wawancara dan penyebaran kuesioner. Tren perkembangan pasar dalam lima tahun terakhir yang tersaji pada Tabel 3.8 sebagai berikut.

Tabel 3. 8 Tren Perkembangan Kompetitor 2021-2025

PERUSAHAAN	2021		2022		2023		2024		2025	
CV Xsis Kreasi Unique (Xsis Management)	10	8%	14	11%	29	15%	30	12%	45	21%
PT. Duage Manajemen Indonesia	41	33%	50	39%	50	26%	100	40%	50	23%
PT Simple Creative Production	4	3%	5	4%	40	21%	50	20%	40	18%
Cakar Langit Indonesia	53	42%	35	27%	42	22%	45	18%	50	23%
Bahari Outbound & Event	18	14%	25	19%	33	17%	28	11%	33	15%
TOTAL	126	100%	129	100%	194	100%	253	100%	218	100%

Sumber: Data diolah CV Solid Trip Experience (2026)

Berdasarkan Tabel 3.6 menunjukkan bahwa seluruh pesaing utama CV Solid Trip Experience mengalami peningkatan jumlah *event incentive travel* secara konsisten dalam lima tahun terakhir, meskipun mengalami fluktuasi di awal periode. Pada tahun 2021, jumlah *event incentive travel* relatif rendah di seluruh perusahaan pesaing, dengan total hanya 126 proyek. Hal ini dapat dimaklumi mengingat tahun tersebut merupakan masa pandemi COVID-19, di mana aktivitas *incentive travel*, dan kegiatan tatap muka mengalami pembatasan yang sangat ketat. Kondisi ini menyebabkan menurunnya permintaan terhadap jasa usaha *incentive travel* secara 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

Memasuki tahun 2022, terjadi peningkatan jumlah *event* menjadi 129, menandakan mulai pulihnya sektor industri *event* setelah beradaptasi dengan protokol kesehatan dan kebijakan *new normal*. Tahun 2023 menjadi titik balik yang penting dalam pertumbuhan industri ini, dengan total *event* mencapai 194. Kenaikan tajam ini menunjukkan bahwa banyak perusahaan mulai kembali menggelar *incentive travel* secara aktif. Tren pertumbuhan berlanjut pada tahun 2024 dengan total *event* meningkat menjadi 253. Namun pada tahun 2025, jumlah *event incentive travel* mengalami sedikit penurunan dari tahun sebelumnya dengan total hanya 218 *event*. Hal ini mengingat pada tahun 2025 merupakan masa transisi pemerintahan, di mana kebanyakan perusahaan menerapkan peraturan efisiensi yang dikeluarkan oleh pemerintah. Dari tren tersebut, dapat disimpulkan bahwa industri *incentive travel* mengalami pemulihan dan pertumbuhan pasca pandemi.

Untuk memperoleh gambaran yang lebih akurat mengenai arah perkembangan pasar ke depan, CV Solid Trip Experience menggunakan metode *Least Square* sebagai alat menghitung tren pertumbuhan pasar. Metode ini dipilih karena mampu memberikan estimasi proyeksi secara kuantitatif terhadap pola pertumbuhan berdasarkan data yang ada. Menurut Putri & Astiti (2023) *Least square* merupakan metode regresi untuk mendapatkan hubungan antara sumbu Y dan sumbu X. Masing-masing perhitungan tersebut akan dicari nilai standar deviasinya. Perhitungan dilakukan dengan menganalisis data jumlah *event incentive travel* dari lima kompetitor utama selama periode lima tahun terakhir. Hasil analisis ini menjadi dasar penting dalam menyusun proyeksi penjualan, mengidentifikasi peluang pasar, serta merumuskan strategi pemasaran dan pengembangan produk yang lebih relevan dengan kebutuhan pasar di masa mendatang. Perhitungan metode *Least Square* dapat dirumuskan dengan persamaan $Y = a + bX$. Namun, untuk menghitung nilai Y perlu diawali dengan menentukan konstanta a dan b, yang dapat diperoleh melalui rumus berikut:

$$Y = a + bx$$

Diketahui:

Y = nilai Trend untuk periode tertentu

a = Konstanta, nilai Y jika X=0



© 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 = Koefisien X, kemiringan garis trend (*slope*)

n = Jumlah unit tahun yang dihitung dari tahun dasar

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

$$a = \frac{\sum y}{n} \quad b = \frac{\sum xy}{\sum x^2}$$

Diketahui:

Y = Data berkala (*Time Series*)

a = Nilai tren tahun awal

b = Rata-rata pertumbuhan atau perubahan nilai tren terhadap X (waktu)

X = Periode waktu (tahun)

n = Periode tahun

Untuk mendapatkan persamaan yang diperlukan dalam proses perhitungan tersebut, CV Solid Trip Experience melakukan analisis terhadap perkembangan jumlah *incentive travel* berdasarkan data dari lima perusahaan kompetitor selama lima tahun terakhir, yaitu dari tahun 2021 hingga 2025. Berikut ini tersaji perhitungan tren perkembangan pasar *incentive travel* pada periode tersebut yang tersaji pada Tabel 3.7 sebagai berikut.

Tabel 3. 9 Perhitungan Tren Perkembangan Pasar 2021-2025

TAHUN	x_i	y_i	$x_i \cdot y_i$	x^2
2021	-2	126	-252	4
2022	-1	129	-129	1
2023	0	194	0	0
2024	1	253	253	1
2025	2	218	436	4
TOTAL	0	920	308	10

Sumber: Data diolah CV Solid Trip Experience (2026)

Berdasarkan Tabel 3.7 menunjukkan bahwa perhitungan tren dilakukan dengan menggunakan variabel x_i sebagai periode waktu dan y_i sebagai jumlah *event incentive travel* pada masing-masing periode. Rentang waktu yang dianalisis adalah selama lima tahun, yakni dari 2021 hingga 2025, dengan tahun 2021 ditetapkan sebagai tahun dasar dengan penentuan kode (X) -2, -1, 0, 1, 2.



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, akan dilakukan perhitungan untuk memperoleh nilai konstanta a dan b dalam persamaan tren linear $Y = a + bX$, guna memproyeksikan rata-rata jumlah *event incentive travel* dari kelima pesaing untuk lima tahun ke depan.

$$a = \frac{920}{5} = 184 \quad b = \frac{308}{10} = 30,8$$

Berdasarkan hasil perhitungan sebelumnya, diperoleh nilai $a = 184$ dan $b = 30,8$. Nilai-nilai variabel yang telah diketahui dimasukkan ke dalam rumus $Y = a + bX$, sehingga menghasilkan data proyeksi yang tersaji pada Tabel 3.11 sebagai berikut.

Tabel 3. 10 Tren *Incentive Travel* Kompetitor 2026-2031

TREND INCENTIVE TRAVEL KOMPETITOR		
TAHUN	TREN PERKEMBANGAN	PEMBULATAN
2026	276,4	276
2027	307,2	307
2028	338	338
2029	368,8	369
2030	399,6	400
2031	430,4	430

Sumber: Data diolah CV Solid Trip Experience (2026)

Berdasarkan Tabel 3.8 menunjukkan bahwa hasil yang diperoleh melalui proses perhitungan yang akan dijelaskan pada uraian berikut:

a. Tahun 2026 $Y = a + bx$ $Y = 184 + 30,8 (3)$ $Y = 276,4 \approx 276$	b. Tahun 2027 $Y = a + bx$ $Y = 184 + 30,8 (4)$ $Y = 307,2 \approx 307$
c. Tahun 2028 $Y = a + bx$ $Y = 184 + 30,8 (5)$ $Y = 338$	d. Tahun 2029 $Y = a + bx$ $Y = 184 + 30,8 (6)$ $Y = 368,8 \approx 369$
e. Tahun 2030 $Y = a + bx$ $Y = 184 + 30,8 (7)$ $Y = 399,6 \approx 400$	f. Tahun 2031 $Y = a + bx$ $Y = 184 + 30,8 (8)$ $Y = 430,4 \approx 430$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, diperoleh tren jumlah *event incentive travel* dari lima perusahaan kompetitor utama, di mana hasil perhitungan telah dibulatkan untuk mempermudah interpretasi angka desimal. Pada tahun 2026 diproyeksikan terdapat sebanyak 276 *event incentive travel*, tahun 2027 sebanyak



© 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

307 *event*, tahun 2028 meningkat menjadi 338 *event*, tahun 2029 sebanyak 369 *event*, pada tahun 2030 sebanyak 400 *event incentive travel*, dan pada tahun 2031 menjadi 430 *event*. Data ini mengindikasikan adanya tren pertumbuhan yang stabil dan signifikan dari tahun ke tahun dalam industri jasa penyedia *incentive travel*. Setelah mengetahui tren perkembangan jumlah *event* secara agregat untuk periode 2026 hingga 2031, langkah selanjutnya adalah menghitung tren pertumbuhan masing-masing kompetitor secara individual dalam kurun waktu lima tahun ke depan dengan menggunakan metode *Least Square*, dengan menggunakan rumus persamaan $Y = a + bX$. Pendekatan ini digunakan untuk menyederhanakan proses perhitungan dan mempermudah interpretasi tren dalam kurun waktu yang dianalisis. Adapun perhitungan lengkapnya tersaji pada bagian berikut:

1. CV Xsis Kreasi Unique

Rincian perhitungan tren pertumbuhan *event incentive travel* milik CV Kreasi Unique yang tersaji pada Tabel 3.9 sebagai berikut.

Tabel 3. 11 Tren Perkembangan Pasar CV Kreasi Unique

TAHUN	x_i	y_i	$x_i \cdot y_i$	x^2
2021	-2	10	-20	4
2022	-1	14	-14	1
2023	0	29	0	0
2024	1	30	30	1
2025	2	45	90	4
TOTAL	0	128	86	10

Sumber: Data diolah CV Solid Trip Experience (2026)

Berdasarkan Tabel 3.9 menunjukkan bahwa tren perkembangan *event incentive travel* CV Kreasi Unique selama lima tahun ke depan menunjukkan sebagai berikut:

$$a = \frac{128}{5} = 25,6 \quad b = \frac{86}{10} = 8,6$$

Berdasarkan hasil perhitungan sebelumnya, diperoleh nilai $a = 25,6$ dan $b = 8,6$. Nilai-nilai variabel yang telah diketahui dimasukkan ke dalam rumus $Y = a + bX$ untuk menghitung proyeksi jumlah *event incentive travel* di tahun-tahun berikutnya. Hasil perhitungannya tersaji pada uraian berikut.

a. Tahun 2026 $Y = a + bx$ $Y = 25,6 + 8,6 (3)$	b. Tahun 2027 $Y = a + bx$ $Y = 25,6 + 8,6 (4)$
--	--



© 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

$Y = 51,4 \approx 51$	$Y = 60$
c. Tahun 2028 $Y = a + bx$ $Y = 25,6 + 8,6 (5)$ $Y = 68,6 \approx 69$	d. Tahun 2029 $Y = a + bx$ $Y = 25,6 + 8,6 (6)$ $Y = 77,2 \approx 77$
e. Tahun 2030 $Y = a + bx$ $Y = 25,6 + 8,6 (7)$ $Y = 85,8 \approx 86$	f. Tahun 2031 $Y = a + bx$ $Y = 25,6 + 8,6 (8)$ $Y = 94,4 \approx 94$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, diperoleh angka tren perkembangan jumlah *event incentive travel* CV Kreasi Unique. Pada tahun 2026 diproyeksikan terdapat 51 *event incentive travel*, tahun 2027 sebanyak 60 *event incentive travel*, tahun 2028 sebanyak 69 *event incentive travel*, tahun 2029 meningkat menjadi 77 *event*, tahun 2030 diperkirakan mencapai 86 *event*, dan pada tahun 2031 diproyeksikan meningkat menjadi 94 *event*. Proyeksi ini mencerminkan adanya pertumbuhan yang konsisten dari tahun ke tahun.

2. PT Duage Manajemen Indonesia

Rincian perhitungan tren pertumbuhan *event incentive travel* milik PT Duage Manajemen Indonesia yang tersaji pada Tabel 3.10 sebagai berikut.

Tabel 3. 12 Tren Perkembangan Pasar PT Duage Manajemen Indonesia

TAHUN	x_i	y_i	$x_i \cdot y_i$	x^2
2021	-2	41	-82	4
2022	-1	50	-50	1
2023	0	50	0	0
2024	1	100	100	1
2025	2	50	100	4
TOTAL	0	291	68	10

Sumber: Data diolah CV Solid Trip Experience (2026)

Berdasarkan Tabel 3.10 menunjukkan bahwa tren perkembangan *event incentive travel* PT Duage Manajemen Indonesia selama lima tahun ke depan menunjukkan sebagai berikut:

$$a = \frac{291}{5} = 58,2 \quad b = \frac{68}{10} = 6,8$$



© 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 hasil perhitungan sebelumnya, diperoleh nilai $a = 58,2$ dan $b = 6,8$.

Nilai-nilai variabel yang telah diketahui dimasukkan ke dalam rumus $Y = a + bX$ untuk menghitung proyeksi jumlah *event incentive travel* di tahun-tahun berikutnya. Hasil perhitungannya tersaji pada uraian berikut.

a. Tahun 2026 $Y = a + bx$ $Y = 58,2 + 6,8 (3)$ $Y = 78,6 \approx 79$	b. Tahun 2027 $Y = a + bx$ $Y = 58,2 + 6,8 (4)$ $Y = 85,4 \approx 85$
c. Tahun 2028 $Y = a + bx$ $Y = 58,2 + 6,8 (5)$ $Y = 92,2 \approx 92$	d. Tahun 2029 $Y = a + bx$ $Y = 58,2 + 6,8 (6)$ $Y = 99$
e. Tahun 2030 $Y = a + bx$ $Y = 58,2 + 6,8 (7)$ $Y = 105,8 \approx 106$	f. Tahun 2031 $Y = a + bx$ $Y = 58,2 + 6,8 (8)$ $Y = 112,6 \approx 113$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, diperoleh angka tren perkembangan jumlah *event incentive travel* PT Duage Manajemen Indonesia. Pada tahun 2026 diproyeksikan terdapat 79 *event incentive travel*, tahun 2027 sebanyak 85 *event incentive travel*, tahun 2028 sebanyak 92 *event incentive travel*, tahun 2029 meningkat menjadi 99 *event*, tahun 2030 diperkirakan mencapai 106 *event incentive travel*, dan meningkat di tahun 2031 menjadi 113 *event*. Proyeksi ini mencerminkan adanya pertumbuhan yang konsisten dari tahun ke tahun.

3. PT Simple Creative Production

Rincian perhitungan tren pertumbuhan *event incentive travel* milik PT Simple Creative Production yang tersaji pada Tabel 3.11 sebagai berikut.

Tabel 3. 13 Tren Perkembangan Pasar PT Simple Creative Production

TAHUN	x_i	y_i	$x_i \cdot y_i$	x^2
2021	-2	4	-8	4
2022	-1	5	-5	1
2023	0	40	0	0
2024	1	50	50	1
2025	2	40	80	4
TOTAL	0	139	117	10

Sumber: Data diolah CV Solid Trip Experience (2026)



Hak Cipta :

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

Berdasarkan Tabel 3.11 menunjukkan bahwa tren perkembangan *event incentive travel* PT Simple Creative Production selama lima tahun ke depan menunjukkan sebagai berikut:

$$a = \frac{139}{5} = 27,8 \quad b = \frac{117}{10} = 11,7$$

Berdasarkan hasil perhitungan sebelumnya, diperoleh nilai $a = 27,8$ dan $b = 11,7$. Nilai-nilai variabel yang telah diketahui dimasukkan ke dalam rumus $Y = a + bX$ untuk menghitung proyeksi jumlah *event incentive travel* di tahun-tahun berikutnya. Hasil perhitungannya tersaji pada uraian berikut.

a. Tahun 2026 $Y = a + bx$ $Y = 27,8 + 11,7 (3)$ $Y = 62,9 \approx 63$	b. Tahun 2027 $Y = a + bx$ $Y = 27,8 + 11,7 (4)$ $Y = 74,6 \approx 75$
c. Tahun 2028 $Y = a + bx$ $Y = 27,8 + 11,7 (5)$ $Y = 86,3 \approx 86$	d. Tahun 2029 $Y = a + bx$ $Y = 27,8 + 11,7 (6)$ $Y = 98$
e. Tahun 2030 $Y = a + bx$ $Y = 27,8 + 11,7 (7)$ $Y = 109,7 \approx 110$	f. Tahun 2031 $Y = a + bx$ $Y = 27,8 + 11,7 (8)$ $Y = 121,4 \approx 121$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, diperoleh angka tren perkembangan jumlah *event incentive travel* PT Simple Creative Production. Pada tahun 2026 diproyeksikan terdapat 63 *event incentive travel*, tahun 2027 sebanyak 75 *event incentive travel*, tahun 2028 sebanyak 86 *event incentive travel*, tahun 2029 meningkat menjadi 98 *event*, tahun 2030 diperkirakan mencapai 110 *event*, dan di tahun 2031 diproyeksikan meningkat hingga 121 *event incentive travel*. Proyeksi ini mencerminkan adanya pertumbuhan yang konsisten dari tahun ke tahun.

4. Cakar Langit Indonesia

Rincian perhitungan tren *event incentive travel* milik Cakar Langit Indonesia yang tersaji pada Tabel 3.12 sebagai 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Tabel 3. 14 Tren Perkembangan Pasar Cakar Langit Indonesia

TAHUN	x_i	y_i	$x_i \cdot y_i$	x^2
2021	-2	53	-106	4
2022	-1	35	-35	1
2023	0	42	0	0
2024	1	45	45	1
2025	2	50	100	4
TOTAL	0	225	4	10

Sumber: Data diolah CV Solid Trip Experience (2026)

Berdasarkan Tabel 3.12 menunjukkan bahwa tren *event incentive travel* Cakar Langit Indonesia selama lima tahun ke depan menunjukkan sebagai berikut:

$$a = \frac{225}{5} = 45 \quad b = \frac{4}{10} = 0,4$$

Berdasarkan hasil perhitungan sebelumnya, diperoleh nilai $a = 45$ dan $b = 0,4$. Nilai-nilai variabel yang telah diketahui dimasukkan ke dalam rumus $Y = a + bX$ untuk menghitung proyeksi jumlah *event incentive travel* di tahun-tahun berikutnya. Hasil perhitungannya tersaji pada uraian berikut.

a. Tahun 2026 $Y = a + bx$ $Y = 45 + 0,4 (3)$ $Y = 46,2 \approx 46$	b. Tahun 2027 $Y = a + bx$ $Y = 45 + 0,4 (4)$ $Y = 46,6 \approx 47$
c. Tahun 2028 $Y = a + bx$ $Y = 45 + 0,4 (5)$ $Y = 47$	d. Tahun 2029 $Y = a + bx$ $Y = 45 + 0,4 (6)$ $Y = 47,4 \approx 47$
e. Tahun 2030 $Y = a + bx$ $Y = 45 + 0,4 (7)$ $Y = 47,8 \approx 48$	f. Tahun 2031 $Y = a + bx$ $Y = 45 + 0,4 (8)$ $Y = 48,2 \approx 48$

Berdasarkan hasil perhitungan, jumlah *event incentive travel* Cakar Langit Indonesia diproyeksikan mengalami peningkatan yang relatif rendah selama periode 2026–2031. Pada tahun 2026 terdapat 46 *event*, kemudian meningkat menjadi 47 *event* pada tahun 2027 dan tetap stagnan hingga tahun 2029. Selanjutnya, jumlah *event* kembali meningkat menjadi 48 *event* pada tahun 2030 dan bertahan hingga tahun 2031. Proyeksi tersebut menunjukkan bahwa



Hak Cipta :

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

pertumbuhan jumlah *event* cenderung stabil dengan peningkatan yang tidak signifikan dibandingkan kompetitor lainnya.

5. Bahari Outbond & Event

Rincian perhitungan tren pertumbuhan *event incentive travel* milik PT Simple Creative Production yang tersaji pada Tabel 3.13 sebagai berikut.

Tabel 3. 15 Tren Perkembangan Pasar Bahari Outbond & Event

TAHUN	x_i	y_i	$x_i \cdot y_i$	x^2
2021	-2	18	-36	4
2022	-1	25	-25	1
2023	0	33	0	0
2024	1	28	28	1
2025	2	33	66	4
TOTAL	0	137	33	10

Sumber: Data diolah CV Solid Trip Experience (2026)

Berdasarkan Tabel 3.13 menunjukkan bahwa tren perkembangan *event incentive travel* Bahari Outbond & Event selama lima tahun ke depan menunjukkan sebagai berikut:

$$a = \frac{137}{5} = 27,4 \quad b = \frac{33}{10} = 3,3$$

Berdasarkan hasil perhitungan sebelumnya, diperoleh nilai $a = 27,4$ dan $b = 3,3$. Nilai-nilai variabel yang telah diketahui dimasukkan ke dalam rumus $Y = a + bX$ untuk menghitung proyeksi jumlah *event incentive travel* di tahun-tahun berikutnya. Hasil perhitungannya tersaji pada uraian berikut.

a. Tahun 2026 $Y = a + bx$ $Y = 27,4 + 3,3 (3)$ $Y = 37,3 \approx 37$	b. Tahun 2027 $Y = a + bx$ $Y = 27,4 + 3,3 (4)$ $Y = 40,6 \approx 41$
c. Tahun 2028 $Y = a + bx$ $Y = 27,4 + 3,3 (5)$ $Y = 43,9 \approx 44$	d. Tahun 2029 $Y = a + bx$ $Y = 27,4 + 3,3 (6)$ $Y = 47,2 \approx 47$
e. Tahun 2030 $Y = a + bx$ $Y = 27,4 + 3,3 (7)$ $Y = 50,5 \approx 51$	f. Tahun 2031 $Y = a + bx$ $Y = 27,4 + 3,3 (8)$ $Y = 53,8 \approx 54$



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, diperoleh angka tren perkembangan jumlah *event incentive travel* Bahari Outbond & Event. Pada tahun 2026 diproyeksikan terdapat 37 *event*, tahun 2027 sebanyak 41 *event incentive travel*, tahun 2028 sebanyak 44 *event incentive travel*, tahun 2029 meningkat menjadi 47 *event*, pada tahun 2030 diperkirakan mencapai 51 *event incentive travel*, dan pada tahun 2031 diproyeksikan meningkat menjadi 54 *event* Proyeksi ini mencerminkan adanya pertumbuhan yang konsisten dari tahun ke tahun.

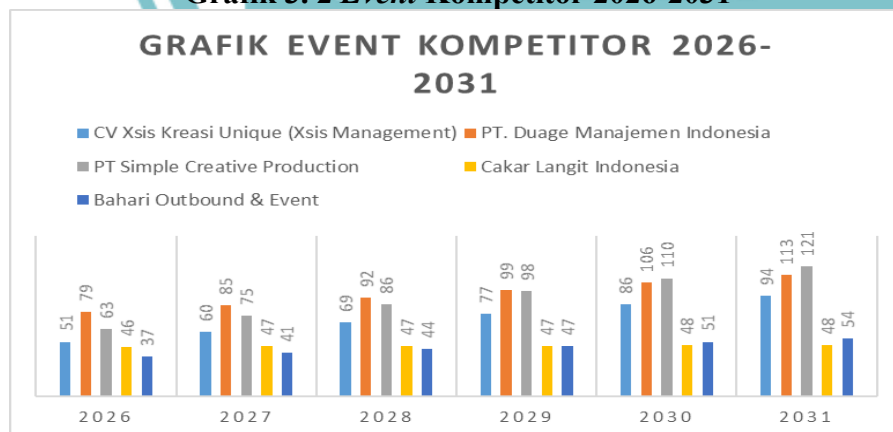
Tabel 3. 16 Proyeksi Event Incentive Travel Kompetitor 2026-2031

PERUSAHAAN	2026		2027		2028		2029		2030		2031	
CV Xsis Kreasi Unique (Xsis Management)	51	18%	60	19%	69	20%	77	21%	86	21%	94	22%
PT. Duage Manajemen Indonesia	79	29%	85	28%	92	27%	99	27%	106	26%	113	26%
PT Simple Creative Production	63	23%	75	24%	86	25%	98	27%	110	27%	121	28%
Cakar Langit Indonesia	46	17%	47	15%	47	14%	47	13%	48	12%	48	11%
Bahari Outbound & Event	37	13%	41	13%	44	13%	47	13%	51	13%	54	13%
TOTAL	276	100%	308	100%	338	100%	368	100%	401	100%	430	100%

Sumber: Data diolah CV Solid Trip Experience (2026)

Berdasarkan Tabel 3.14 menunjukkan bahwa *event incentive travel* dari lima perusahaan kompetitor utama mengalami peningkatan selama periode 2026 hingga 2030, yaitu dari 276 *event* pada tahun 2026 menjadi 430 *event* pada tahun 2031. PT Duage Manajemen Indonesia menjadi *market leader* dengan jumlah *event incentive travel* terbanyak hingga tahun 2029. Hal ini mencerminkan pertumbuhan pasar yang positif dalam industri *incentive travel*. Tren *market* tahun 2026 - 2031 tersaji pada Grafik 3.2 sebagai berikut.

Grafik 3. 2 Event Kompetitor 2026-2031



Sumber: Data diolah CV Solid Trip Experience (2026)



Hak Cipta :

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

Berdasarkan Grafik 3.2 menunjukkan bahwa sebagian besar perusahaan kompetitor mengalami peningkatan jumlah *event incentive travel* selama periode 2026–2031. PT Simple Creative Production menjadi perusahaan dengan jumlah *event* tertinggi pada tahun 2031, diikuti oleh PT. Duage Manajemen Indonesia dan CV Xsis Kreasi Unique (Xsis Management). Sementara itu, Bahari Outbound & Event juga menunjukkan pertumbuhan yang cukup konsisten. Berbeda dengan kompetitor lainnya, Cakar Langit Indonesia mengalami pertumbuhan yang relatif rendah, sehingga perkembangannya cenderung lebih lambat dibandingkan perusahaan lain.

3.5 Proyeksi Penjualan

Berdasarkan perhitungan tren perkembangan dan *market share* para kompetitor pada tahun 2026–2030, tahap selanjutnya adalah menghitung proyeksi penjualan selama lima tahun ke depan dengan menggunakan persentase tren perkembangan dari para kompetitor. Proyeksi ini penting bagi perusahaan sebagai dasar dalam menyusun strategi pertumbuhan, menetapkan target pendapatan, serta mengantisipasi dinamika pasar di masa mendatang. Proyeksi penjualan dari kelima kompetitor utama CV Solid Trip Experience tersaji pada Tabel 3.15 sebagai berikut.

Tabel 3. 17 Proyeksi *Event Incentive Travel* Kompetitor 2026-2031

PERUSAHAAN	2026		2027		2028		2029		2030		2031	
CV Xsis Kreasi Unique (Xsis Management)	51	18%	60	19%	69	20%	77	21%	86	21%	94	22%
PT. Duage Manajemen Indonesia	79	29%	85	28%	92	27%	99	27%	106	26%	113	26%
PT Simple Creative Production	63	23%	75	24%	86	25%	98	27%	110	27%	121	28%
Cakar Langit Indonesia	46	17%	47	15%	47	14%	47	13%	48	12%	48	11%
Bahari Outbound & Event	37	13%	41	13%	44	13%	47	13%	51	13%	54	13%
TOTAL	276	100%	308	100%	338	100%	368	100%	401	100%	430	100%

Sumber: Data diolah CV Solid Trip Experience (2026)

Berdasarkan Tabel 3.15 menunjukkan bahwa CV Solid Trip Experience melihat adanya peluang untuk memasuki pasar dengan memanfaatkan tren pertumbuhan yang dimiliki oleh para kompetitor. PT Simple Creative Production memiliki persentase tertinggi sebesar 23% hingga 28% dan disusul keempat



Hak Cipta :

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

kompetitor lainnya. Target *market share* perusahaan ditetapkan sebesar 8–10%, berdasarkan analisis terhadap pertumbuhan kompetitor dan kondisi pasar saat ini. Meskipun para kompetitor telah lebih dahulu menguasai pasar, CV Solid Trip Experience melihat adanya peluang melalui pendekatan berbeda, yakni dengan menawarkan *incentive travel* berbasis *experiential tourism*. Proyeksi *market share* perusahaan dalam lima tahun ke depan, sebagai hasil dari strategi penetrasi pasar yang disusun berdasarkan tren pertumbuhan kompetitor tersaji pada Tabel 3.16 sebagai berikut.

Tabel 3. 18 Market Share CV Solid Trip Experience 2026-2031

PERUSAHAAN	2026		2027		2028		2029		2030		2031	
CV Xsis Kreasi Unique (Xsis Management)	51	18%	60	18%	69	18%	77	19%	86	19%	94	20%
PT. Duage Manajemen Indonesia	79	29%	85	25%	92	24%	99	24%	106	24%	113	24%
PT Simple Creative Production	63	23%	75	22%	86	23%	98	24%	110	25%	121	25%
Cakar Langit Indonesia	46	17%	47	14%	47	13%	47	12%	48	11%	48	10%
Bahari Outbound & Event	37	13%	41	12%	44	12%	47	12%	51	11%	54	11%
CV Solid Trip Experience			20	6%	27	7%	33	8%	40	9%	48	10%
TOTAL	276	100%	328	100%	365	100%	401	100%	441	100%	478	100%

Sumber: Data diolah CV Solid Trip Experience (2026)

Berdasarkan Tabel 3.16, proyeksi *market share* CV Solid Trip Experience periode 2027–2031 disusun berdasarkan strategi penetrasi pasar serta analisis tren pertumbuhan dari lima kompetitor utama di industri *incentive travel*. Pada tahun 2026, *market share* masih 0% karena perusahaan berada pada tahap pra-operasional. Pada tahun pertama, perusahaan menargetkan *market share* 6%, kemudian meningkat 1% setiap tahun hingga mencapai 10% pada tahun 2031, seiring meningkatnya kepercayaan klien, kualitas layanan, dan profesionalitas tim. Dengan demikian, target tersebut dinilai realistis dan bertahap. Distribusi *market share* tahun 2027 disajikan pada Grafik 3.3 dalam bentuk *pie chart*.



© 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

Grafik 3. 3 Market Share Incentive Travel 2027



Sumber: Data diolah CV Solid Trip Experience (2026)

Berdasarkan Grafik 3.3 menunjukkan bahwa *market share incentive travel* pada tahun 2027 didominasi oleh PT Duage Manajemen Indonesia sebesar 26%, diikuti PT Simple Creative Production 23%, dan CV Xsis Kreasi Unique 18%. Sementara itu, CV Solid Trip Experience memiliki pangsa pasar sebesar 6%, menunjukkan peluang untuk meningkatkan penetrasi pasar di tahun berikutnya. Adapun distribusi *market share* tahun 2028 ditampilkan dalam bentuk *pie chart* tersaji pada Grafik 3.4 sebagai berikut.

Grafik 3. 4 Market Share Incentive Travel 2028



Sumber: Data diolah CV Solid Trip Experience (2026)

Berdasarkan Grafik 3.4 menunjukkan bahwa *market share incentive travel* pada tahun 2028 didominasi oleh PT Duage Manajemen Indonesia sebesar 25%, diikuti PT Simple Creative Production 24%, dan CV Xsis Kreasi Unique 19%.



© 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

Sementara itu, CV Solid Trip Experience memiliki pangsa pasar sebesar 7%, menunjukkan peluang untuk meningkatkan penetrasi pasar di tahun berikutnya. Adapun distribusi *market share* tahun 2029 ditampilkan dalam bentuk *pie chart* tersaji pada Grafik 3.5 sebagai berikut.

Grafik 3. 5 Market Share Incentive Travel 2029



Sumber: Data diolah CV Solid Trip Experience (2026)

Berdasarkan Grafik 3.5 menunjukkan bahwa *market share incentive travel* pada tahun 2029 didominasi oleh PT Duage Manajemen Indonesia sebesar 25%, diikuti PT Simple Creative Production 24%, dan CV Xsis Kreasi Unique 19%. Sementara itu, CV Solid Trip Experience memiliki pangsa pasar sebesar 8%, menunjukkan peluang untuk meningkatkan penetrasi pasar di tahun berikutnya. Adapun distribusi *market share* tahun 2030 ditampilkan dalam bentuk *pie chart* tersaji pada Grafik 3.6 sebagai berikut.

Grafik 3. 6 Market Share Incentive Travel 2030



Sumber: Data diolah CV Solid Trip Experience (2026)



© 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 3.6 menunjukkan bahwa tahun 2030 distribusi *market share* relatif stabil. PT Simple Creative Production memiliki *market share* 25%, disusul PT Duage Manajemen Indonesia sebesar 24%, dan CV Xsis Kreasi Unique 19%. CV Solid Trip Experience meningkat menjadi 9%, menandakan potensi perkembangan yang positif. Adapun distribusi *market share* tahun 2031 ditampilkan dalam bentuk *pie chart* tersaji pada Grafik 3.7 sebagai berikut.

Grafik 3. 7 Market Share Incentive Travel 2031



Sumber: Data diolah CV Solid Trip Experience (2026)

Selanjutnya, tersaji diagram yang menunjukkan posisi CV Solid Trip Experience dalam keseluruhan distribusi *market share* dari kelima kompetitor utama. Diagram ini memberikan gambaran mengenai sejauh mana CV Solid Trip Experience berkontribusi dalam pasar *incentive travel* yang telah dikuasai oleh para kompetitor. Distribusi *market share* tahun 2026-2031 ditampilkan dalam bentuk *pie chart* tersaji pada Grafik 3.7 sebagai 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Grafik 3. 8 *Market Share* CV Solid Trip Experience 2026-2031



Sumber: Data diolah CV Solid Trip Experience (2026)

Berdasarkan Grafik 3.7 menunjukkan bahwa distribusi *market share event incentive travel* selama periode 2026 hingga 2031 yang dikuasai oleh enam perusahaan yang bergerak di bidang *incentive travel*, termasuk CV Solid Trip Experience. Dari grafik tersebut terlihat bahwa PT Duage Manajemen Indonesia masih menjadi pemain dominan dengan memiliki persentase sebesar 26%, disusul oleh PT Simple Creative Production sebesar 24%, dan CV Xsis Kreasi Unique sebesar 19%, Cakar Langit Indonesia sebesar 13%, dan Bahari Outbond & Event sebesar 12%. Dalam distribusi ini, CV Solid Trip Experience berhasil memperoleh pasar sebesar 7%, yang merupakan hasil dari strategi penetrasi secara bertahap selama beberapa tahun terakhir.

Selanjutnya, proyeksi tersebut akan dijadikan dasar dalam pendistribusian produk terjual. Sebelum menyusun proyeksi penjualan, perusahaan terlebih dahulu memetakan penjualan *event incentive travel* secara bulanan selama satu tahun melalui penyebaran kuesioner kepada lima kompetitor utama di industri. Kuesioner ini bertujuan menggali informasi terkait pola permintaan klien tiap bulan. Hasilnya digunakan sebagai dasar analisis dalam penyusunan proyeksi penjualan bulanan. Hasil kuesioner ditampilkan pada Grafik 3.8 sebagai berikut.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

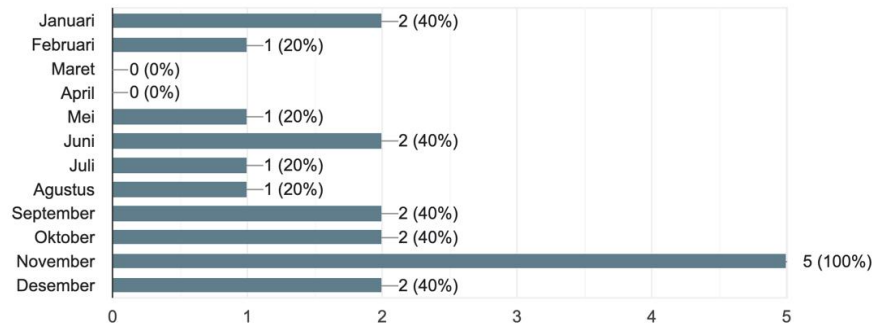
Hak Cipta :

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

Grafik 3. 9 Periode Permintaan *Event* Oleh Kompetitor

Dalam setahun, kapan periode penjualan di bidang Incentive travel/corporate gathering tertinggi?
(boleh pilih lebih dari satu)

5 jawaban



Sumber: Data diolah CV Solid Trip Experience (2026)

Berdasarkan Grafik 3.8 menunjukkan bahwa bulan November merupakan periode dengan tingkat permintaan tertinggi terhadap penyelenggaraan *incentive travel*, dengan presentase 100% responden. Selain itu, bulan Januari, Juni, September, Oktober, dan Desember juga menunjukkan tren permintaan yang cukup tinggi dengan masing-masing 40%. Bulan Maret dan April menjadi periode dengan tingkat penyelenggaraan *event incentive travel* terendah, dengan permintaan cenderung meningkat pada akhir tahun. Pola tersebut kemudian dijadikan dasar penyusunan proyeksi penjualan bulanan oleh CV Solid Trip Experience. Proyeksi penjualan produk tahun 2027 tersaji pada Tabel 3.17 sebagai berikut.

Tabel 3. 19 Proyeksi Penjualan CV Solid Trip Experience 2027

PROYEKSI PENJUALAN	2027											
	JAN	FEB	MAR	APR	MEI	JUN	JUL	AGS	SEP	OKT	NOV	DES
Elevated Experiential Journey									1		1	1
Ethereal Journey										1		
Rafting	1				1	1	1	2			1	
Outbond	1				1		1		1		1	1
Entertainment	1			1							1	
TOTAL	3	0	0	1	2	1	2	2	2	1	4	2

Sumber: Data diolah CV Solid Trip Experience (2026)



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Berdasarkan Tabel 3.17 menunjukkan bahwa proyeksi penjualan *event* CV Solid Trip Experience tahun 2027 menunjukkan aktivitas mulai Januari hingga Desember. Tren ini sejalan dengan hasil kuesioner terhadap lima kompetitor utama, yang menunjukkan permintaan tertinggi terjadi di akhir tahun. Proyeksi penjualan tahun 2028 tersaji pada Tabel 3.18 sebagai berikut.

Tabel 3. 20 Proyeksi Penjualan CV Solid Trip Experience 2028

PROYEKSI PENJUALAN	2028											
	JAN	FEB	MAR	APR	MEI	JUN	JUL	AGS	SEP	OKT	NOV	DES
Elevated Experiential Journey	1					1					1	
Ethereal Journey					1					1		
Rafting				2			1	1	1	2	2	
Outbond				2	1		1		1	1	1	2
Entertainment	1				1	1					1	
TOTAL	2	0	0	4	3	2	2	1	2	4	5	2

Sumber: Data diolah CV Solid Trip Experience (2026)

Berdasarkan Tabel 3.18 menunjukkan bahwa proyeksi penjualan *event* CV Solid Trip Experience tahun 2028 menunjukkan peningkatan aktivitas yang dimulai dari bulan Januari, menunjukkan permintaan tertinggi terjadi di akhir tahun hingga awal tahun. Tidak terdapat penjualan pada Februari–Maret karena minimnya *event*. Proyeksi penjualan tahun 2029 tersaji pada Tabel 3.19 sebagai berikut.

Tabel 3. 21 Proyeksi Penjualan CV Solid Trip Experience 2029

PROYEKSI PENJUALAN	2029											
	JAN	FEB	MAR	APR	MEI	JUN	JUL	AGS	SEP	OKT	NOV	DES
Elevated Experiential Journey		1						1	1		1	
Ethereal Journey				1	1					1		1
Rafting	2	1	1			2	1		1		1	1
Outbond	2					1	2			1	1	1
Entertainment				1	1			1	1	1	2	
TOTAL	4	2	1	2	2	3	3	2	3	3	5	3

Sumber: Data diolah CV Solid Trip Experience (2026)



© 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 Tabel 3.19 menunjukkan bahwa proyeksi *event incentive travel* CV Solid Trip Experience pada tahun 2029 menunjukkan distribusi penjualan yang lebih merata sepanjang tahun dibandingkan tahun sebelumnya, dengan aktivitas mulai terlihat sejak bulan Januari. Puncak permintaan terjadi pada bulan November, dengan total 5 *event*.

Tabel 3.22 Proyeksi Penjualan CV Solid Trip Experience 2030

PROYEKSI PENJUALAN	2030											
	JAN	FEB	MAR	APR	MEI	JUN	JUL	AGS	SEP	OKT	NOV	DES
Elevated Experiential Journey	1	1				1			1	1		1
Ethereal Journey	1	1		1				1				
Rafting	1		1	1	1		1	1	1	2	2	1
Outbond		1	1		1	1	1		1	1	2	1
Entertainment	1	1				1		1	1	1	1	1
TOTAL	4	4	2	2	2	3	2	3	4	5	5	4

Sumber: Data diolah CV Solid Trip Experience (2026)

Berdasarkan Tabel 3.20 menunjukkan proyeksi *event incentive travel* CV Solid Trip Experience pada tahun 2030 mencapai angka tertinggi dibanding tahun-tahun sebelumnya. Di tahun keempat bisnis semakin stabil dan terpercaya, sehingga bisnis makin stabil dan dipercaya lebih banyak klien. Tahun ini, perusahaan menargetkan 40 *event*, penjualan tertinggi pada Oktober dan November 5 *event* setiap bulan, sesuai tren dan hasil riset sebelumnya.

Tabel 3. 23 Proyeksi Penjualan CV Solid Trip Experience 2031

PROYEKSI PENJUALAN	2031											
	JAN	FEB	MAR	APR	MEI	JUN	JUL	AGS	SEP	OKT	NOV	DES
Elevated Experiential Journey	1	1		1		1	1		1	1	1	1
Ethereal Journey	2	1			1	1					1	1
Rafting	1		1		1	1	1	2	2	1	1	1
Outbond		1	1	1	2		2			2	1	1
Entertainment	1	2		1			1				2	2
TOTAL	5	5	2	3	4	3	5	2	3	4	6	6

Sumber: Data diolah CV Solid Trip Experience (2026)



Hak Cipta :

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

Berdasarkan Tabel 3.21 menunjukkan bahwa proyeksi *event incentive travel* CV Solid Trip Experience pada tahun 2031 mencapai angka tertinggi dibanding tahun-tahun sebelumnya. Hal ini seiring dengan usia perusahaan yang telah memasuki tahun keempat, sehingga bisnis makin stabil dan dipercaya lebih banyak klien. Pada tahun ini, perusahaan menargetkan 48 *event*, dengan penjualan tertinggi terjadi di bulan November (9 *event*), sesuai tren dan hasil riset sebelumnya. Data bulanan tersebut menjadi dasar penyusunan akumulasi proyek empat tahun terakhir yang tersaji Tabel 3.22 sebagai berikut.

Tabel 3. 24 Proyeksi Penjualan CV Solid Trip Experience 2027-2030

PROYEKSI PENJUALAN	JUMLAH PENJUALAN				
	2027	2028	2029	2030	2031
Elevated Experiential Journey	3	3	4	6	9
Ethereal Journey	1	2	4	4	7
Rafting	7	9	10	12	12
Outbond	6	9	8	10	11
Entertainment	3	4	7	8	9
TOTAL	20	27	33	40	48

Sumber: Data diolah CV Solid Trip Experience (2026)

Berdasarkan Tabel 3.22 menunjukkan bahwa proyeksi *event incentive travel* CV Solid Trip Experience selama periode 2027 hingga 2030 yang mencakup dua produk utama dan tiga produk pendukung diproyeksikan mengalami pertumbuhan penjualan yang stabil dari tahun ke tahun.

3.6 Strategi Pemasaran

Menurut Sundari (2024) Strategi pemasaran adalah upaya yang dilakukan seseorang untuk memasarkan suatu produk baik itu barang maupun jasa, dengan menggunakan pola rencana dan taktik tertentu sehingga jumlah penjualan menjadi lebih tinggi. Pengertian strategi pemasaran juga dapat diartikan sebagai rangkaian upaya yang dilakukan oleh perusahaan dalam rangka mencapai tujuan tertentu, karena potensi untuk menjual proposisi terbatas pada jumlah orang yang mengetahui hal tersebut. Kotler & Armstrong (2016) mengemukakan bahwa bauran



© 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

pemasaran terdiri dari empat elemen utama (4P), yaitu *product*, *price*, *place*, dan *promotion*. Dalam pemasaran jasa, konsep ini berkembang menjadi 7P dengan penambahan *people*, *process*, dan *physical evidence*, untuk menyesuaikan karakteristik jasa yang tidak berwujud dan bergantung pada interaksi layanan. Berdasarkan pendekatan tersebut, strategi pemasaran CV Solid Trip Experience dijabarkan sebagai berikut:

1. *Product* (Produk)

Produk yang ditawarkan oleh CV Solid Trip Experience berfokus pada layanan *incentive travel* berbasis *experiential tourism* yang dirancang untuk memberikan pengalaman berkesan dan interaktif bagi klien korporasi. Pendekatan ini selaras dengan tren pariwisata modern yang lebih mengedepankan pengalaman kompleks dan keterlibatan emosional peserta (Zhao et al, 2026) Untuk memastikan hasil yang maksimal, kami menerapkan proses *co-creation* yang melibatkan klien secara aktif dalam setiap rangkaian kegiatan, mulai dari konsultasi, perancangan konsep, pelaksanaan program, hingga evaluasi, guna menciptakan layanan yang sangat personal. Perusahaan memiliki dua produk utama sebagai berikut:

a. Paket Elevated Experiential Journey

Program *incentive travel* ke Baduy yang menawarkan pengalaman budaya autentik dan eksklusif. Peserta diajak untuk merasakan kehidupan masyarakat adat secara langsung, sehingga memberikan nilai pembelajaran, refleksi, dan kebersamaan yang mendalam.

b. Paket Ethereal Journey

Program *incentive travel* ke Wae Rebo yang dilanjutkan ke Pulau Komodo, menghadirkan perpaduan pengalaman budaya dan keindahan alam. Program ini dirancang untuk memberikan pengalaman inspiratif, petualangan, serta memperkuat kebersamaan melalui aktivitas yang unik dan berkesan.

Selain produk utama, CV Solid Trip Experience juga menyediakan berbagai produk pendukung untuk memperkaya pengalaman peserta, yaitu *Rafting*, *ATV Ride*, *Outbound*, dan *Paintball*. Produk pendukung ini dapat dikombinasikan dengan produk utama sesuai kebutuhan klien, sehingga menciptakan program



© 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

incentive travel yang lebih variatif, menarik, dan sesuai dengan tujuan perusahaan.

2. Price (Harga)

Strategi penetapan harga yang diterapkan oleh CV Solid Trip Experience bersifat fleksibel dan disesuaikan dengan kebutuhan serta anggaran klien. Perusahaan menggunakan pendekatan *value-based pricing*, di mana harga ditentukan berdasarkan nilai yang diterima oleh klien, seperti kualitas pengalaman, kreativitas program, serta profesionalitas layanan (Iqbal et al., 2025). Dengan pendekatan ini, perusahaan tidak hanya bersaing dari segi harga, tetapi lebih menekankan pada kualitas dan manfaat jangka panjang yang diperoleh klien melalui program *incentive travel* yang diselenggarakan.

Tabel 3. 25 Proyeksi Harga CV Solid Trip Experience

PROYEKSI HARGA PENJUALAN					
NAMA PAKET	2027	2028	2029	2030	2031
Elevated Experiential Journey	Rp223.956.375,00	Rp230.675.066	Rp237.595.318	Rp254.226.991	Rp272.022.880
Ethereal Journey	Rp393.363.188	Rp405.164.084	Rp417.319.006	Rp429.838.576	Rp442.733.734
Rafting	Rp15.678.750	Rp 16.149.113	Rp 16.633.586	Rp 17.132.593	Rp 17.646.571
Outbond	Rp15.678.750	Rp 16.149.113	Rp 16.633.586	Rp 17.132.593	Rp 17.646.571
Entertainment	Rp35.589.375	Rp 36.657.056	Rp 37.756.768	Rp 38.889.471	Rp 40.056.155

Sumber: Data diolah CV Solid Trip Experience (2026)

Berdasarkan Tabel 3.23 menunjukkan bahwa daftar harga paket produk CV Solid Trip Experience dari tahun 2027 hingga 2031 masing-masing menunjukkan tren kenaikan harga secara bertahap dari tahun ke tahun. Kenaikan ini mencerminkan penyesuaian terhadap inflasi, peningkatan biaya produksi, dan kondisi pasar yang dinamis.

3. Place (Distribusi)

CV Solid Trip Experience berlokasi di Tangerang Selatan, yang memiliki akses strategis terhadap pusat bisnis di wilayah Jabodetabek. Lokasi ini memfasilitasi koordinasi yang efisien dengan klien serta mitra kerja dalam industri MICE. Aksesibilitas geografis yang unggul terbukti menjadi faktor krusial dalam mengoptimalkan biaya transaksi serta mempercepat respons terhadap kebutuhan



© 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

klien dalam ekosistem bisnis yang dinamis (He & Zhuo, 2026). Selain itu, pemilihan lokasi yang tepat merupakan fondasi bagi penyedia jasa untuk menjaga konsistensi layanan dan memperkuat daya saing di tengah pasar yang kompetitif (Nasqa et al., 2025). Distribusi layanan perusahaan dilakukan melalui dua pendekatan utama sebagai berikut:

- a. *Online* (daring): melalui *website* resmi, media sosial seperti Instagram, TikTok, dan LinkedIn sebagai sarana promosi dan komunikasi dengan klien.
- b. *Offline* (luring): melalui kegiatan *sales call*, presentasi langsung kepada perusahaan, serta partisipasi dalam pameran atau *event* pariwisata.

Pemanfaatan *platform* digital menjadi fokus utama karena mampu menjangkau pasar yang lebih luas serta menampilkan visualisasi program secara menarik.

4. *Promotion* (Promosi)

Strategi promosi dilakukan secara terpadu melalui berbagai media, baik *online* maupun *offline*, untuk memastikan konsistensi pesan di seluruh saluran komunikasi. Integrasi antara media digital dan pendekatan konvensional, seperti *personal selling*, terbukti krusial dalam menargetkan segmen korporasi yang memiliki proses pengambilan keputusan yang kompleks (Ma'ruf & Anwar, 2024). Pendekatan *hybrid* ini memungkinkan perusahaan untuk membangun *brand awareness* melalui platform digital sekaligus menjaga hubungan profesional dan kepercayaan melalui interaksi tatap muka yang personal (Wibowo, 2026). Untuk menjelaskan lebih lanjut mengenai strategi promosi yang dilakukan oleh CV Solid Trip Experience, berikut akan dijelaskan bentuk-bentuk promosi yang dilakukan:

a. Instagram

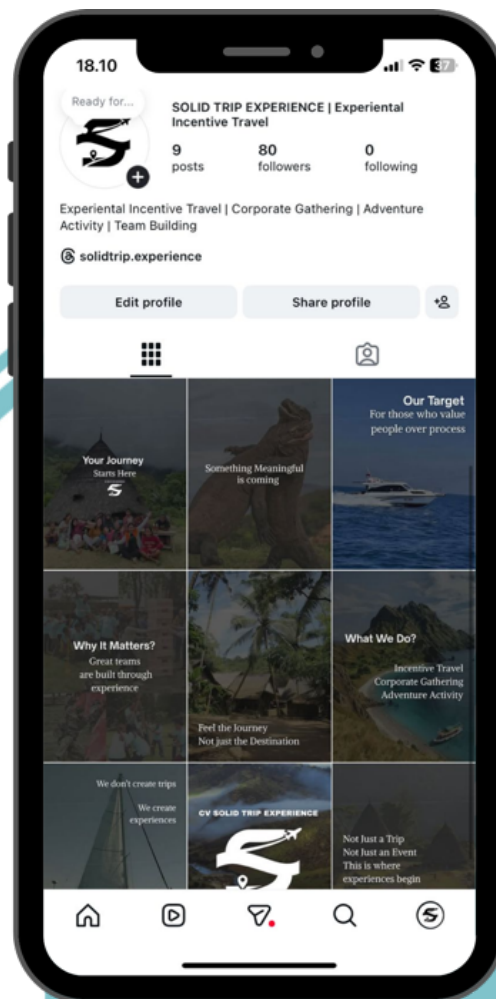
CV Solid Trip Experience menggunakan platform Instagram sebagai media promosi melalui akun *@solidtrip.experience* yang secara konsisten mengunggah berbagai jenis konten untuk membangun *brand awareness* dan memperkuat citra perusahaan. Tampilan Instagram CV Solid Trip Experience tersaji pada Gambar 3.1 sebagai 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Gambar 3. 3 Tampilan Instagram CV Solid Trip Experience

Sumber: Data diolah CV Solid Trip Experience (2026)

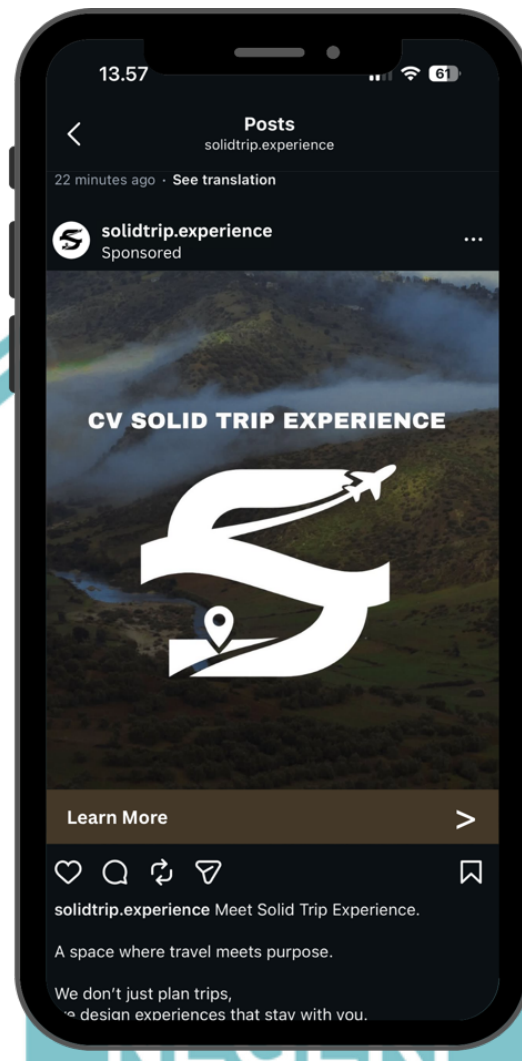
Instagram CV Solid Trip Experience akan mengunggah beragam konten, mulai dari dokumentasi perjalanan *incentive*, *highlight* pengalaman peserta, edukasi mengenai *experiential tourism*, hingga testimoni klien, guna menjaga relevansi dan meningkatkan engagement audiens. Fitur Instagram seperti Feeds, Stories, Reels, dan Highlights dimanfaatkan secara optimal agar pesan yang disampaikan lebih menarik dan menjangkau target pasar secara luas. Selain itu, perusahaan juga akan memanfaatkan Instagram Ads untuk meningkatkan *brand awareness* dan menjangkau calon klien potensial secara lebih efektif, yang tersaji pada Gambar 3.2 sebagai 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Gambar 3. 4 Tampilan Instagram Ads Feeds CV Solid Trip Experience

Sumber: Data diolah CV Solid Trip Experience (2026)

CV Solid Trip Experience akan menjalankan Instagram Ads untuk *feeds* untuk *awareness*.

b. TikTok

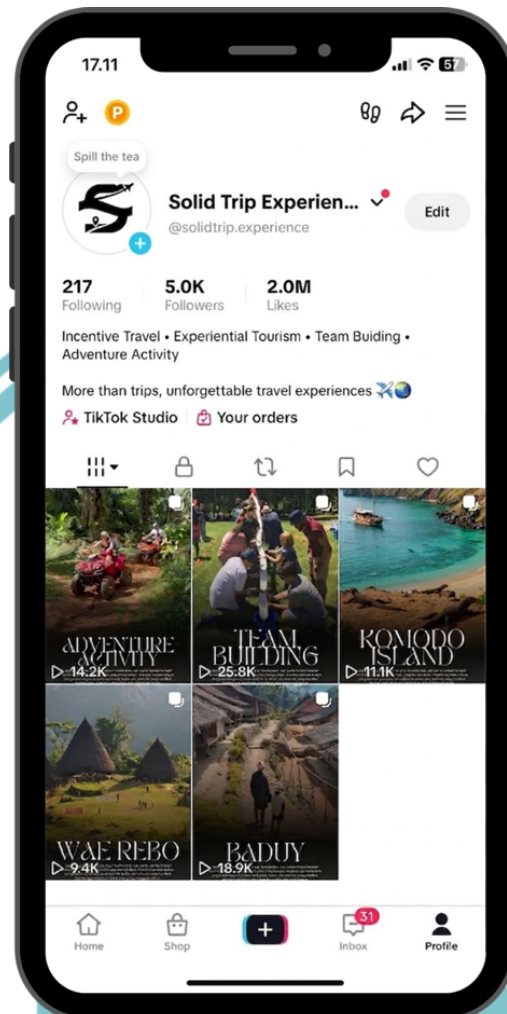
CV Solid Trip Experience memanfaatkan platform ini dengan membuat konten video yang mengikuti tren untuk keperluan branding perusahaan dan meningkatkan *brand awareness*. Tampilan TikTok CV Solid Trip Experience tersaji pada Gambar 3.3 sebagai berikut.



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



Gambar 3. 5 Tampilan TikTok CV Solid Trip Experience

Sumber: Data diolah CV Solid Trip Experience (2026)

CV Solid Trip Experience akan membagikan konten edukatif seputar *experiential tourism*, manfaat *incentive travel*, serta *insight* perjalanan berbasis pengalaman. Konten ini bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada *audiens* mengenai pentingnya pengalaman yang bermakna dalam perjalanan, sehingga meningkatkan *awareness* dan ketertarikan terhadap konsep yang ditawarkan perusahaan.

c. LinkedIn

LinkedIn merupakan platform profesional yang tidak hanya digunakan sebagai media pencarian kerja, tetapi juga efektif untuk pemasaran bisnis. CV Solid Trip Experience memanfaatkan LinkedIn sebagai sarana untuk menjangkau klien

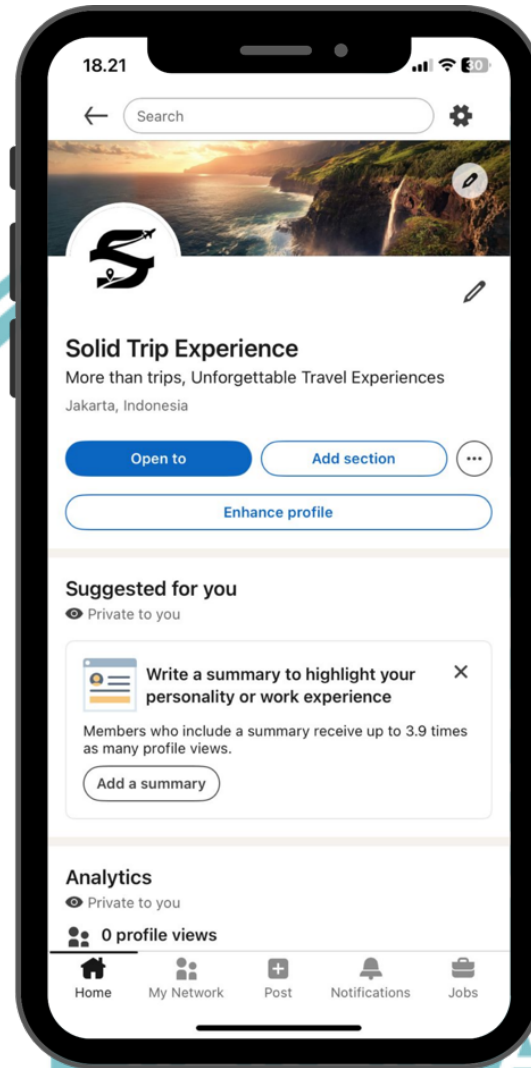


© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

korporat serta membangun relasi dengan mitra bisnis potensial. Tampilan LinkedIn CV Solid Trip Experience tersaji pada Gambar 3.4 sebagai berikut.



Gambar 3. 6 Tampilan LinkedIn CV Solid Trip Experience

Sumber: Data diolah CV Solid Trip Experience (2026)

CV Solid Trip Experience akan membagikan berbagai jenis konten, seperti artikel, carousel LinkedIn, video singkat, hingga insight terkait *incentive travel* dan *experiential tourism*. Selain itu, perusahaan juga akan memanfaatkan fitur LinkedIn Ads untuk menjangkau audiens secara lebih spesifik, dengan target pemasangan iklan sebanyak dua kali dalam satu bulan dan estimasi 1.000 penayangan per iklan. Strategi ini bertujuan untuk memperkuat citra profesional perusahaan serta meningkatkan peluang kerja sama dengan klien korporat dan mitra bisnis.



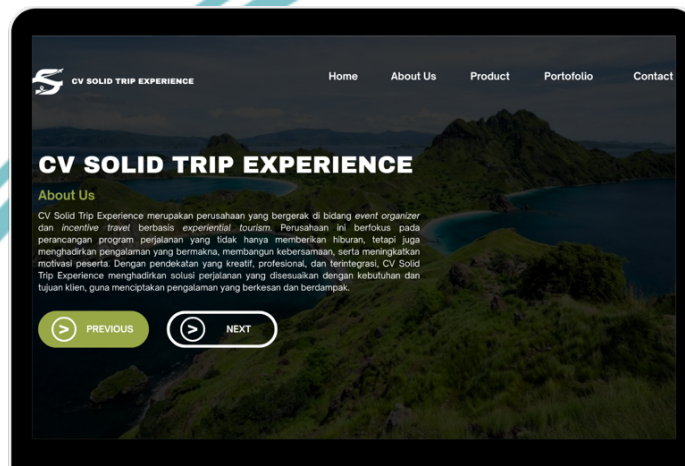
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

d. Website

Website merupakan pusat informasi utama dari CV Solid Trip Experience, yang dapat diakses melalui laman www.solidtripexperience.com. Melalui *website* ini, tersaji berbagai informasi penting yang dirancang khusus untuk memudahkan klien potensial dalam mengenal perusahaan lebih dekat. Tampilan *website* CV Solid Trip Experience tersaji pada Gambar 3.5 sebagai berikut.



Gambar 3. 7 Tampilan Website CV Solid Trip Experience

Sumber: Data diolah CV Solid Trip Experience (2026)

CV Solid Trip Experience akan menyediakan beberapa fitur dan informasi pada *website* seperti profil singkat perusahaan, daftar produk, dan layanan yang ditawarkan, portofolio yang telah dikerjakan, testimoni klien yang sudah pernah bekerja sama, serta halaman kontak yang memudahkan calon klien untuk langsung menghubungi tim.

e. Direct Sales

CV Solid Trip Experience juga menerapkan strategi promosi melalui *direct sales* atau penawaran langsung kepada calon klien. Metode ini dilakukan dengan menghubungi perusahaan target secara langsung untuk menawarkan program *incentive travel* yang disesuaikan dengan kebutuhan dan tujuan organisasi. Melalui pendekatan ini, perusahaan dapat membangun komunikasi yang lebih personal, memahami kebutuhan klien secara mendalam, serta meningkatkan peluang terjadinya kerja sama.



© 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

f. *Travel Fair*

CV Solid Trip Experience menjadikan keikutsertaan dalam *travel fair* sebagai salah satu strategi promosi langsung untuk meningkatkan eksposur perusahaan di pasar MICE dan pariwisata. Melalui partisipasi pada berbagai pameran *travel fair*, perusahaan dapat menampilkan identitas merek, memperkenalkan layanan *incentive travel* berbasis *experiential tourism*, serta memasarkan paket-paket perjalanan yang telah dirancang sesuai kebutuhan klien korporasi. Selain sebagai sarana promosi produk, *travel fair* juga dimanfaatkan untuk membangun jejaring bisnis (*business networking*), memperoleh prospek pelanggan baru (*lead generation*), serta menjalin kemitraan dengan pelaku industri pariwisata lainnya. Strategi ini diharapkan mampu meningkatkan *brand awareness*, memperluas pangsa pasar, dan mendukung pencapaian target penjualan CV Solid Trip Experience.

Selain memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi, pemasaran produk *incentive travel* juga efektif dilakukan melalui berbagai aktivitas pemasaran langsung. Kegiatan tersebut meliputi partisipasi dalam *travel fair*, kunjungan ke pameran pariwisata, serta pengiriman *email marketing* kepada calon konsumen sebagai upaya memperluas jangkauan pasar (Jingga Suryani et al., 2025) Strategi tersebut dapat diperkuat dengan penerapan *Call to Action* (CTA) pada setiap materi promosi, baik di media sosial maupun media digital lainnya, berupa ajakan kepada calon pelanggan untuk menghubungi perusahaan melalui WhatsApp atau melakukan pemesanan paket secara langsung (Silalahi et al., 2026). Efektivitas kombinasi strategi promosi tersebut juga diperkuat oleh hasil wawancara penulis dengan pelaku industri di bidang *incentive travel*, yang menyatakan bahwa promosi melalui kegiatan *travel fair*, *email marketing*, serta CTA yang jelas mampu meningkatkan peluang terjadinya komunikasi dengan calon klien dan mendorong keputusan pembelian.

5. *People* (Orang)

CV Solid Trip Experience didukung oleh sumber daya manusia yang kompeten dan profesional di bidangnya. Struktur organisasi perusahaan mencakup Direktur Utama, Manajer Keuangan, serta Manajer Operasional yang memegang peran



© 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

strategis dalam tata kelola perusahaan. Dukungan operasional diperkuat oleh divisi *event operations, marketing & business development*, serta *creative planner & production* yang berfokus pada pemberian layanan optimal. Kapabilitas SDM yang terstruktur secara efektif ini menjadi fondasi dalam menjamin kualitas layanan yang diberikan kepada klien. Selain aspek internal, perusahaan menjalin kolaborasi strategis dengan mitra profesional, termasuk pemandu wisata lokal yang memiliki pengetahuan mendalam mengenai destinasi, guna memastikan pengalaman peserta yang autentik, berkesan, dan memiliki nilai tambah tinggi bagi klien korporasi (Weiler & Black, 2015).

6. *Process* (Proses)

Dalam kerangka bauran pemasaran 7P, elemen *Process* (proses) memegang peranan krusial dalam menentukan kualitas layanan yang diterima oleh klien. Proses di sini dipahami sebagai mekanisme pengambilan keputusan manajemen yang mencakup analisis, perencanaan, implementasi, dan pengendalian dalam bidang pemasaran, di mana fokus utamanya adalah menciptakan alur kerja yang efisien dari tahap promosi hingga penyelesaian layanan (Sukotjo & Radix, 2010). Mengacu pada konsep tersebut, proses bisnis CV Solid Trip Experience mencakup langkah-langkah sistematis untuk menyampaikan produk kepada konsumen. Alur kerja ini menjadi variabel utama yang membentuk persepsi nilai dan kepuasan pelanggan dalam industri pariwisata. Flowchart bisnis tersaji pada Gambar 3.6 sebagai 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Gambar 3. 8 Flowchart Bisnis CV Solid Trip Experience

Sumber: Data diolah CV Solid Trip Experience (2026)

Berdasarkan Gambar 3.6 menunjukkan bahwa alur kerja proyek perusahaan CV Solid Trip Experience dimulai dari tahap promosi hingga pelunasan. Berikut adalah penjelasan tiap langkah dalam proses tersebut.

a. Promosi

Perusahaan melakukan promosi melalui media sosial, relasi, serta networking untuk menjangkau calon klien di bidang *event* dan *incentive travel*.

b. Klien Menghubungi

Calon klien yang tertarik menghubungi perusahaan untuk menyampaikan kebutuhan terkait *event* atau program perjalanan.

c. Konsultasi



© 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

Dilakukan pertemuan awal untuk menggali kebutuhan klien, seperti tujuan kegiatan, konsep acara, jumlah peserta, lokasi, waktu pelaksanaan, dan anggaran.

d. Penawaran & Proposal

Perusahaan menyusun proposal berisi konsep program, *rundown* kegiatan, estimasi biaya, serta nilai tambah (*value*) yang ditawarkan kepada klien.

e. Negosiasi

Klien dan perusahaan mendiskusikan kembali proposal untuk menyesuaikan kebutuhan, anggaran, dan detail teknis hingga tercapai kesepakatan.

f. Tanda Tangan Kontrak

Kedua pihak menandatangani kontrak kerja sama sebagai dasar hukum pelaksanaan kegiatan.

g. Pembayaran DP

Klien melakukan pembayaran uang muka (*Down Payment*) sebesar 50% sebagai tanda jadi dan dasar dimulainya persiapan kegiatan.

h. Perencanaan Program

Tim internal menyusun detail teknis kegiatan, seperti *timeline*, pembagian tugas, kebutuhan logistik, serta konsep *final* program.

i. Koordinasi Vendor

Perusahaan melakukan koordinasi dengan vendor (transportasi, akomodasi, konsumsi, dokumentasi, dll.) untuk memastikan kesiapan pelaksanaan.

j. Pelaksanaan *Event/Trip*

Program dijalankan sesuai *rundown* yang telah disepakati, dengan pengawasan langsung dari tim operasional.

k. Evaluasi

Selama dan setelah kegiatan, dilakukan evaluasi untuk memastikan kualitas layanan dan mengidentifikasi perbaikan ke depan.

l. *Report* ke klien

Setelah kegiatan selesai, perusahaan menyusun laporan sebagai bentuk pertanggungjawaban kepada klien. Laporan ini mencakup dokumentasi kegiatan, rangkuman pelaksanaan program.

m. Pelunasan



© 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

Klien melakukan pembayaran sisa biaya sesuai kesepakatan setelah kegiatan berjalan atau selesai.

n. Selesai

Proyek dinyatakan selesai setelah seluruh rangkaian kegiatan dan kewajiban kedua belah pihak terpenuhi.

7. *Physical Evidence* (Bukti Fisik)

Sebagai perusahaan jasa, CV Solid Trip Experience memperkuat kepercayaan klien melalui berbagai bukti fisik yang mencerminkan profesionalitas perusahaan.

Physical evidence merupakan daya tarik lingkungan fisik tempat layanan diberikan dan didukung oleh berbagai unsur berwujud (*tangible*) yang berfungsi memperkuat kesan nilai bagi konsumen (Kusumadewi et al., 2021). Oleh karena itu, bukti fisik yang dimiliki perusahaan meliputi identitas visual perusahaan seperti kantor, logo, media promosi, *website*, serta konten media sosial yang konsisten. Selain itu, dokumentasi kegiatan dalam bentuk foto dan video, laporan hasil kegiatan, serta testimoni klien menjadi bukti nyata kualitas layanan yang diberikan. Perusahaan juga menyediakan *output* seperti *merchandise* atau kenang-kenangan sebagai bagian dari pengalaman *incentive travel* yang berkesan bagi peserta.

3.7 Analisis Pesaing

Analisis pesaing dilakukan CV Solid Trip Experience untuk mengetahui kelebihan dan kelemahan para kompetitor, yang selanjutnya dapat memberikan gambaran menyeluruh mengenai situasi pasar saat ini. Analisis keunggulan dan kelemahan para pesaing tersaji pada Tabel 3.24 sebagai berikut.

Tabel 3. 26 Analisis Keunggulan dan Kelemahan Pesaing

NO	PESAING	KEUNGGULAN	KELEMAHAN
1.	CV Xsis Kreasi Unique	1. Xsis Kreasi Unique menyediakan layanan (<i>custom request</i>). sesuai 2. Menawarkan harga yang kompetitif dengan kualitas	1. Pilihan kegiatan <i>team building</i> tidak variatif 2. SDM yang tersedia belum mampu memanfaatkan media



© 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	PESAING	KEUNGGULAN	KELEMAHAN
		layanan yang tetap terjaga. 3. Pelayanan profesional dengan konsep acara yang kreatif dan inovatif.	digital dalam kegiatan promosi.
2.	Bahari Outbound & Event	1. Memiliki budaya kerja berbasis integritas tinggi. 2. Menerapkan standar <i>service excellence</i> dalam setiap layanan yang diberikan. 3. Memiliki kemampuan komunikasi yang baik dalam koordinasi.	1. Program <i>incentive</i> yang ditawarkan perusahaan terlalu monoton. 2. Tim kreatif tidak mampu mengikuti tren. 3. SDM memiliki keterbatasan dalam mengelola media sosial sebagai wadah untuk promosi.
3.	PT Simple Creative Production	1. Memiliki SDM yang berkualitas dan bersertifikasi. 2. Melakukan pekerjaan secara terstruktur. 3. Memiliki asset destinasi wisata.	1. SDM memiliki keterbatasan dalam mengembangkan teknologi. 2. Keterbatasan permodalan.
4.	Cakar Langit Indonesia	1. Memiliki SDM yang berpengalaman. 2. Menerapkan pelayanan yang berkualitas kepada klien.	1. Jangkauan operasional masih terbatas pada skala lokal.



© 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	PESAING	KEUNGGULAN	KELEMAHAN
		3. Memiliki kemampuan untuk menjaga hubungan jangka panjang dengan klien.	2. Penentuan harga yang belum kompetitif atau kurang fleksibel.
5.	PT Duage Management	1. Memiliki pengembangan SDM yang terstruktur untuk meningkatkan kompetensi tim. 2. Menerapkan standar operasional “4T” (Tepat Waktu, Tepat Mutu, Tepat Jumlah, Tepat Tempat) guna menjaga kualitas layanan. 3. Memiliki pengalaman operasional yang kuat.	

Sumber: Data diolah CV Solid Trip Experience (2026)

Berdasarkan Tabel 3.24, menunjukkan bahwa setiap pesaing memiliki keunggulan dan kelemahan tersendiri. Hal ini menjadi pertimbangan bagi CV Solid Trip Experience dalam menyusun strategi untuk meningkatkan daya saing, terutama dengan menonjolkan *experiential tourism* dalam *incentive travel* yang belum sepenuhnya diterapkan oleh pesaing.

3.8 Analisis S.W.O.T

Analisis SWOT dilakukan sebagai langkah strategis dalam merumuskan perencanaan jangka pendek maupun jangka panjang perusahaan. Analisis SWOT tersaji pada Tabel 3.25 sebagai berikut.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Tabel 3. 27 Analisis SWOT CV Solid Trip Experience

	Internal	Faktor Internal	
		<i>Strengths</i>	<i>Weaknesses</i>
Faktor Eksternal	Internal	1. Mengusung konsep <i>experiential tourism</i> . 2. Menyediakan layanan <i>end-to-end</i> . 3. Menyediakan layanan custom-made sesuai kebutuhan klien. 4. Memiliki SDM profesional bersertifikat dan berpengalaman.	1. Perusahaan baru yang masih membutuhkan pengenalan. 2. Perusahaan belum memiliki aset sehingga masih membutuhkan kerjasama.
	Eksternal	<i>Opportunities</i> 1. Meningkatnya kebutuhan perusahaan terhadap program <i>incentive travel</i> dan <i>team building</i> . 2. Tren <i>experiential tourism</i> yang semakin diminati pasar korporasi. 3. Dukungan teknologi digital untuk promosi dan perluasan pasar.	<i>SO Strategies</i> 1. Meningkatkan program <i>experiential</i> sebagai diferensiasi utama untuk menarik pasar. 2. Mengoptimalkan promosi digital untuk menjangkau klien lebih luas. 3. Menawarkan layanan terintegrasi sebagai nilai tambah bagi klien.
		<i>Threats</i> 1. Persaingan industri <i>event</i>	<i>WO Strategies</i> 1. Meningkatkan <i>branding</i> melalui media sosial dan portofolio proyek. 2. Membangun kerja sama strategis dengan vendor dan mitra. 3. Mengoptimalkan pengembangan SDM untuk meningkatkan kualitas layanan.
		<i>ST Strategies</i> 1. Memanfaatkan konsep	<i>WT Strategies</i> 1. Memperluas jaringan dan

Hak Cipta :

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



© 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

	<i>organizer</i> dan MICE yang semakin ketat. 2. Perubahan kebijakan pemerintah di sektor pariwisata dan perjalanan. 3. Kondisi ekonomi dan global yang mempengaruhi anggaran klien.	<i>experiential</i> sebagai pembeda dari kompetitor. 2. Menjaga kualitas layanan untuk meningkatkan loyalitas klien. 3. Adaptif terhadap perubahan tren dan kebutuhan pasar.	kolaborasi untuk mengatasi keterbatasan sumber daya. 2. Mengurangi biaya operasional dalam kondisi ekonomi tidak stabil. 3. Menyusun strategi bisnis yang fleksibel terhadap perubahan regulasi.
--	---	---	---

Sumber: Data diolah CV Solid Trip Experience (2026)

Berdasarkan analisis SWOT yang telah dilakukan, CV Solid Trip Experience memiliki kekuatan utama pada konsep *experiential tourism* yang inovatif serta layanan terintegrasi dari perencanaan hingga pelaksanaan kegiatan. Namun demikian, perusahaan masih menghadapi beberapa tantangan, seperti keterbatasan *brand awareness*, sumber daya, serta ketergantungan terhadap mitra operasional. Melalui penerapan strategi yang tepat, seperti penguatan *branding*, pemanfaatan digital marketing, serta perluasan jaringan kerja sama, perusahaan diharapkan mampu meningkatkan daya saing dan beradaptasi dengan dinamika industri MICE yang terus berkembang.

3.9 Jejaring Usaha

CV Solid Trip Experience bekerja sama dengan sejumlah vendor untuk menunjang seluruh kebutuhan produksi maupun layanan yang perusahaan sediakan. CV Solid Trip Experience menjalin dengan berbagai vendor yang bergerak di bidang transportasi, akomodasi, konsumsi, produksi & *merchandise*. Jejaring usaha vendor transportasi tersaji pada tabel sebagai 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Tabel 3. 28 Jejaring Usaha Vendor Transportasi

No	Nama Perusahaan	Alamat	Nomor Telepon
1	Alisaktur	Jl. Husein Sastranegara.67, Ellia Bandara No.RT.003/010, Prepedan, Kec. Benda, Banten 15125	0811-9000-9934
2	Sewa Bus Luxury	Jl. Akses Tol Cimanggis RT. 002/RW. 010 No. 73 Leuwinanggung, Tapos, Depok 16456	(021) 22853506
3	Rental Hiace Jakarta	Gg. H. Basar No.49, RT.6/RW.5, Jagakarsa, Kec. Jagakarsa, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12550	0821-1521-1538
4	Blue Bird Group	Jalan Taman Makan Bahagia 73, Perigi, Sektor IX Bintaro, Jakarta Selatan	(021) 74863333
5	Hiace Luxury Trans	Jl. Gotong Royong No.64, Parigi, Kec. Pd. Aren, Kota Tangerang Selatan, Banten 15227	0813-7732-4185
6	Mega Trans Group	Jl.Gotong Royong No.113E Kelurahan Perigi Lama, Kecamatan Pondok Aren, Kota Tangsel, Banten.	081224735963
7.	Batik Air	Lion Air Tower, Jl. Gajah Mada, No. 07, Jakarta Pusat, 10130	(021) 63798000
8.	Citilink Indonesia	Terminal 1B, Bandara Soekarno-Hatta, Jl. P4, Kel. pajang, kec. Benda, Kota Tangerang, Banten 15126	0811-1011-0808
9.	Super Air Jet	Lion Air Tower, Jl. Gajah Mada, No. 07, Jakarta Pusat, 10130	(021) 63798000
10.	Garuda Indonesia	Terminal Islan E (E18 s.d. E26), Bandara Soekarno-Hatta	(021) 23519999

Sumber: Data diolah CV Solid Trip Experience (2026)

Berdasarkan Tabel di atas menunjukkan bahwa daftar jejaring usaha vendor transportasi dengan CV Solid Trip Experience. Informasi mencakup nama perusahaan, alamat, dan kontak yang dapat dihubungi sebagai bentuk transparansi



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

rantai pasok yang dimiliki perusahaan. Adapun jejaring usaha vendor akomodasi tersaji pada Tabel 3.27 sebagai berikut.

Tabel 3. 29 Jejaring Usaha Vendor Akomodasi

No	Nama Perusahaan	Alamat	Nomor Telepon
1.	Horison Altama	Kadumerak, Karang Tanjung, Pandeglang Banten 42251	(0253) 202000
2.	Zasgo Hotel	Jl. Soekarno Hatta, Labuan Bajo, Kec. Komodo, Kabupaten Manggarai Barat, Nusa Tenggara Tim. 86763	0811-3879-5888

Sumber: Data diolah CV Solid Trip Experience (2026)

Berdasarkan Tabel di atas menunjukkan bahwa daftar jejaring usaha vendor akomodasi dengan CV Solid Trip Experience. Informasi mencakup nama perusahaan, alamat, dan kontak yang dapat dihubungi. Adapun jejaring usaha vendor konsumsi tersaji pada Tabel 3.28 sebagai berikut.

Tabel 3. 30 Jejaring Usaha Vendor Konsumsi

No	Nama Perusahaan	Alamat	Nomor Telepon
1.	Holland Bakery	Jl. Raya Bintaro Utama V Blok EA1 No.11, Bintaro Sektor V, Ciputat Timur, Pd. Ranji, Kec. Ciputat Tim., Kota Tangerang Selatan, Banten 15412	(021) 7374982
2.	Fin's Recipe	The Foodhall, Bintaro Jaya Xchange Mall 2 (BXc 2), B1. www.finsrecipe.com	(021) 29865000
3.	The Harvest	Jln Titihan Bintaro 9 Kav 1B Prigi Pondok Aren Tangerang Selatan 15227	1500581
4.	Dapur Solo	Lantai 2, Jl. Prof. DR. Satrio No.5, Pd. Jaya, Kec. Pd. Aren,	0812-8438-1240



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

No	Nama Perusahaan	Alamat	Nomor Telepon
		Kota Tangerang Selatan, Banten 15220	

Sumber: Data diolah CV Solid Trip Experience (2026)

Berdasarkan Tabel di atas menunjukkan bahwa daftar jejaring usaha vendor konsumsi dengan CV Solid Trip Experience. Informasi mencakup nama perusahaan, alamat, dan kontak yang dapat dihubungi. Adapun jejaring usaha vendor produksi tersaji pada Tabel 3.29 sebagai berikut.

Tabel 3. 31 Jejaring Usaha Vendor Produksi & Merchandise

No	Nama Perusahaan	Alamat	Nomor Telepon
1.	Snapy Bintaro	Ruko Bintaro Utama Blok HJ1, Jl. Bintaro Utama Bintaro Sektor 9 No.1A, Pondok Pucung, Pondok Aren, South Tangerang City, Banten 15229	(021) 27622671
2.	Pandawa Percetakan 24 Jam	Jl. Margonda Raya Kav. 462- 465, Pondok Cina, Beji, Depok	(021) 29865000
3.	Aladdin Copy & Digital Printing	Jl. Margonda Raya, No. 393 Pondok Cina, Beji, Depok	1500581
4.	Buring Copy & Digital Printing		0812-8438-1240
5.	Thunder Indonesia	Jl. Asem 54 Ciracas, Jakarta Timur	0818-0606-0608
6.	Track Production	Jl. Cibarengkok, Gn Sindur, Kabupaten Bogor, Jawa Barat	0877-7178-1698
7	Evolumens	Ruko Modern Walk, C-76, Modernland, Kec. Tangerang, Kota Tangerang, Banten 15117	0823-4270-4138



© 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 Perusahaan	Alamat	Nomor Telepon
8	Vendorindo	Jl. Antariksa No. 45 Cipedak, Jagakarsa, Jakarta Selatan	0878-8012-2020
9.	Revo Print Shop	Bintaro Jaya, CBD Emerald, Ruko Jl. Boulevard Bintaro Jaya No.1 Blok EA / A23, Parigi, Kec. Pd. Aren, Kota Tangerang Selatan, Banten 15227	0817-4828-403
10.	Paste Lab	Kaliurang St No.13, Candi Karang, Sardonoharjo, Ngaglik, Sleman Regency, Special Region of Yogyakarta 55581	0822-2977-2944
11.	Terry Palmer	Jl. Raya Pajajaran No.14 No 62, RT.002/RW.005, Gandasari, Kec. Jatiuwung, Kabupaten Tangerang, Banten 15137	0811-1211-1252
12.	Plasma Living	Gunung Anyar Surabaya, 60294	0815-7978-8952
13	Jigsaw Production	Jatiasih, Bekasi	(021)85210811

Sumber: Data diolah CV Solid Trip Experience (2026)

Berdasarkan Tabel di atas menunjukkan bahwa daftar jejaring usaha vendor produksi & *merchandise* dengan CV Solid Trip Experience. Informasi mencakup nama perusahaan, alamat, dan kontak yang dapat dihubungi.

Tabel 3. 32 Jejaring Usaha Talent Entertainment

No	Talent	Kontak
1.	MC Mima Irma	@mimamimski
2.	MC Rashika Nandita	@rashikanandita
3.	MC Njie Aditya	@njie_aditya
4.	MC Nuril Jigur	@nuriljigur



© 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	Talent	Kontak
5.	Voyage Music	+62 818-131-367 @voyage.entertainment
6.	Fame Music	082331281351 @famemusicentertainment
7.	Yello Band	@yello.band
8.	ABC Acoustic	082331281351 @abc.acoustic
9.	Mr Whooper Music	+62 817-0911-296 @mr.whooper
10.	Taf Entertainment	+62 877 7178 1698 @taf_entertainment

Sumber: Data diolah CV Solid Trip Experience (2026)

Berdasarkan Tabel di atas menunjukkan bahwa daftar jejaring usaha *talent entertainment* dengan CV Solid Trip Experience. Informasi mencakup nama *talent* dan kontak yang dapat dihubungi. Jejaring ini menjadi bagian dari database Perusahaan dalam mendukung penyelenggaraan berbagai program dan mempermudah proses koordinasi serta pemilihan talent yang sesuai dengan kebutuhan dan konsep acara klien.

**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

BAB IV

ANALISIS SUMBER DAYA MANUSIA

Sumber daya manusia merupakan faktor utama dalam mendukung keberhasilan perusahaan dalam menjalankan program incentive travel berbasis experiential tourism. Dalam industri jasa, kualitas pelayanan sangat dipengaruhi oleh kemampuan komunikasi, profesionalisme, kreativitas, serta koordinasi tim dalam memberikan pengalaman terbaik bagi klien. Oleh karena itu, perusahaan melakukan analisis sumber daya manusia untuk memastikan kebutuhan tenaga kerja dapat terpenuhi sesuai dengan perkembangan bisnis dan operasional perusahaan. Analisis ini menjadi penting untuk mengidentifikasi jumlah, kompetensi, serta penempatan tenaga kerja yang tepat, sehingga perusahaan dapat mengoptimalkan kinerja tim dan meningkatkan efisiensi operasional. Dampaknya, perusahaan mampu menjaga kualitas layanan secara konsisten, meningkatkan kepuasan klien, serta memperkuat daya saing di industri.

4.1 Analisis Kompetensi Sumber Daya Manusia

Dalam menjalankan operasional perusahaan secara optimal, keberadaan sumber daya manusia yang kompeten menjadi faktor kunci yang tidak dapat diabaikan. Oleh karena itu, diperlukan analisis yang mendalam terhadap kompetensi SDM guna memastikan bahwa setiap individu memiliki kemampuan, keterampilan, serta pengetahuan yang sesuai dengan kebutuhan dan tujuan perusahaan. Melalui analisis ini, perusahaan dapat mengidentifikasi kekuatan serta area yang perlu dikembangkan, sehingga mampu meningkatkan kinerja tim secara keseluruhan dan mendukung keberhasilan pelaksanaan program maupun kegiatan yang direncanakan.

Kompetensi merupakan suatu kemampuan untuk melaksanakan atau melakukan suatu pekerjaan atau tugas yang dilandasi atas keterampilan dan pengetahuan serta didukung oleh sikap kerja yang dituntut oleh pekerjaan tersebut. Dengan demikian, kompetensi menunjukkan keterampilan dan pengetahuan yang dicirikan oleh profesionalisme dalam suatu bidang tertentu sebagai sesuatu yang terpenting atau sebagai unggulan bidang tersebut. Karena pada umumnya



© 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

kompetensi menyangkut kemampuan dasar seseorang untuk melakukan pekerjaan (Silvana et al., 2019).

Berdasarkan struktur organisasi pada CV Solid Trip Experience menerapkan pembagian manajemen ke dalam tiga tingkatan yaitu *top management*, *middle management*, dan *operational level* yang disusun secara hierarkis untuk mendukung efektivitas pengelolaan perusahaan. Pada *top management*, posisi ini dipimpin oleh Direktur Utama yang berperan sebagai pengendali utama perusahaan. Selain itu, terdapat komanditer (sekutu pasif) yang berperan sebagai penyedia modal. Penempatan Direktur Utama sebagai satu-satunya pengambil keputusan operasional bertujuan untuk menciptakan kepemimpinan yang terpusat dan strategis, sehingga arah kebijakan perusahaan dapat berjalan konsisten sesuai visi dan misi. Sementara itu, komanditer tidak terlibat langsung dalam operasional, namun tetap penting dalam mendukung keberlangsungan usaha dari sisi pendanaan.

Pada *middle management*, struktur terdiri dari posisi manajerial seperti Manajer Keuangan, Manajer Operasional, dan *Human Resources*. Jumlah ini disesuaikan dengan fungsi inti perusahaan, yaitu pengelolaan keuangan, pelaksanaan operasional *event*, serta pengelolaan sumber daya manusia. *Level* ini berfungsi sebagai penghubung antara kebijakan strategis dari *top management* dengan pelaksanaan teknis di lapangan, sehingga diperlukan pembagian yang jelas agar koordinasi berjalan efektif dan setiap fungsi dapat dikelola secara profesional.

Pada *operational level*, terdiri dari beberapa divisi seperti *Finance & Admin*, *Event Operations*, *Marketing & Business Development*, serta *Creative Planner & Production*. Jumlah yang lebih banyak pada level ini disebabkan karena mereka berperan langsung dalam pelaksanaan kegiatan operasional sehari-hari, khususnya dalam industri MICE yang membutuhkan banyak tenaga dalam pelaksanaan *event*, koordinasi *vendor*, pengelolaan klien, serta pengembangan konsep kreatif. Struktur ini menunjukkan bahwa semakin ke bawah, jumlah tenaga kerja semakin banyak karena beban kerja bersifat teknis dan operasional. Sebaliknya, semakin ke atas, jumlahnya lebih sedikit karena fokus pada pengambilan keputusan dan perencanaan strategis.



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 demikian, pembagian *top management*, *middle management*, dan *operational level* pada CV Solid Trip Experience telah disusun secara proporsional dan relevan dengan kebutuhan perusahaan. Struktur ini mampu menciptakan alur kerja yang jelas, pembagian tugas yang efektif, serta koordinasi yang optimal, sehingga mendukung keberhasilan perusahaan dalam menyelenggarakan program *incentive travel* berbasis *experiential tourism*.

Tabel 4. 1 Penetapan Tingkat Pendidikan

Bagian/Departement	Tingkat Pendidikan	Jumlah
Top Management	S1/D4	1
Middle Management	S1/D4/D3	3
Operational Management	S1/D4/D3	4
Total		8

Sumber: Data diolah CV Solid Trip Experience (2026)

Penetapan tingkat pendidikan pada CV Solid Trip Experience yang terdiri dari lulusan S1/D4 sebanyak 1 orang dan Sarjana (S1/D4/D3) sebanyak 7 orang didasarkan pada kebutuhan kompetensi yang sesuai dengan karakteristik industri MICE, khususnya dalam bidang *incentive travel* berbasis *experiential tourism*.

Mayoritas tenaga kerja dengan tingkat pendidikan Sarjana dan Sarjana Terapan dipilih karena perusahaan membutuhkan sumber daya manusia yang memiliki kemampuan analitis, perencanaan strategis, serta pemahaman konseptual yang kuat dalam mengelola program *incentive travel*. Lulusan Sarjana, khususnya dari bidang MICE, manajemen, pariwisata, dan komunikasi, dinilai mampu memahami proses penyelenggaraan *event* secara komprehensif, mulai dari perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi kegiatan. Hal ini sangat relevan dengan layanan perusahaan yang bersifat *customized* dan berbasis pengalaman, sehingga membutuhkan pemikiran kreatif dan sistematis. Dengan demikian, pemilihan tenaga kerja dengan tingkat pendidikan yang lebih tinggi diharapkan dapat meningkatkan kualitas kinerja serta profesionalisme dalam memberikan layanan kepada klien.

Dari sisi pembagian departemen, komposisi antara *top management*, *middle management*, dan *operational level* juga menunjukkan kesesuaian dengan tingkat pendidikan yang dimiliki. Posisi *top* dan *middle management* yang didominasi oleh



© 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

lulusan Sarjana memungkinkan perusahaan memiliki kepemimpinan yang strategis dan kemampuan pengambilan keputusan yang baik, sedangkan pada *level* operasional didukung oleh kombinasi tenaga kerja yang mampu mengeksekusi program secara efektif di lapangan. Dengan demikian, pemilihan tingkat pendidikan ini memiliki relevansi yang kuat terhadap kebutuhan perusahaan, karena mampu menciptakan keseimbangan antara kemampuan konseptual dan keterampilan teknis. Kombinasi tersebut mendukung CV Solid Trip Experience dalam memberikan layanan *incentive travel* yang profesional, kreatif, serta mampu menghadirkan pengalaman yang berkesan bagi klien.

4.2 Analisis Kebutuhan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia

Dalam upaya mendukung keberhasilan operasional dan pengembangan bisnis CV Solid Trip Experience, diperlukan perencanaan sumber daya manusia yang tidak hanya berfokus pada jumlah tenaga kerja, tetapi juga pada kesesuaian kualifikasi, pengalaman, dan keterampilan yang dimiliki oleh setiap individu. Hal ini menjadi penting mengingat karakteristik industri MICE dan *experiential tourism* yang menuntut profesionalisme, kreativitas, serta kemampuan koordinasi yang tinggi dalam setiap pelaksanaan program.

Melalui analisis ini, perusahaan dapat memastikan bahwa setiap posisi diisi oleh individu yang tepat, sekaligus menjadi dasar dalam merancang strategi pengembangan SDM guna meningkatkan kinerja dan kualitas layanan secara berkelanjutan. Adapun rincian kebutuhan dan kualifikasi SDM pada masing-masing jabatan di CV Solid Trip Experience disajikan pada tabel berikut.

Tabel 4. 2 Rincian Kebutuhan dan Kualifikasi SDM

No	Jabatan	Tingkat Pendidikan	Pengalaman (tahun)	Keterampilan Khusus
1	Direktur Utama	S1 Manajemen/ Pariwisata/ Bisnis	5-10	<i>Leadership, strategic planning, decision making, networking, business development</i>
2	Manager Keuangan	S1 Akuntansi/ Keuangan	3-5	<i>Financial planning, budgeting, laporan keuangan, analisis risiko, perpajakan, serta memiliki</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

No	Jabatan	Tingkat Pendidikan	Pengalaman (tahun)	Keterampilan Khusus
				sertifikasi di bidang keuangan
3	<i>Finance & Admin</i>	D3/S1 Akuntansi/ Administrasi	1-3	Pembukuan, administrasi dokumen, pengelolaan kas, Microsoft Excel
4	Manager Operasional	S1 Manajemen/ Pariwisata/ MICE	5-7	<i>Operational management, problem solving, koordinasi tim, time management</i>
5	<i>Event Operations Staff</i>	D3/S1 MICE/ Pariwisata	1-3	<i>Event handling, komunikasi lapangan, koordinasi vendor, multitasking</i>
6	<i>Marketing & Business Development Staff</i>	S1 Marketing/ Bisnis/ Komunikasi	1-3	<i>Digital marketing, sales strategy, negosiasi, market research</i>
7	<i>Production & Logistics</i>	D3/S1 Desain/ Komunikasi/ MICE	1-3	<i>Creative concepting, desain konten, storytelling, produksi event</i>
8	<i>Tour Planner & Tour Consulting</i>	D3/S1/Manajemen Pariwisata/MICE	3-5	Komunikasi, <i>itinerary planning, Manajemen waktu, Negotiation & vendor handling, Problem solving & handling complaint</i>
9	<i>Human Resources Manager</i>	S1 Psikologi/ Manajemen SDM	5-10	<i>Recruitment, training & development, employee relations, HR administration</i>

Sumber: Data diolah CV Solid Trip Experience (2026)

Setiap posisi dalam struktur organisasi CV Solid Trip Experience dirancang untuk mendukung efektivitas operasional dan pencapaian strategi bisnis perusahaan di industri MICE yang dinamis. Direktur Utama berperan sebagai pengambil keputusan strategis dan pengarah visi perusahaan, sehingga dibutuhkan kompetensi *leadership, strategic planning, dan networking* untuk memastikan perusahaan



© 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

mampu bersaing dan berkembang. Hal ini didukung oleh penelitian Darma et al. (2024) yang menyatakan bahwa peran manajemen puncak sangat berpengaruh terhadap kinerja organisasi dan keberhasilan implementasi strategi.

Manajer Keuangan dan *Finance & Admin* dibutuhkan untuk menjaga stabilitas finansial perusahaan melalui pengelolaan anggaran, arus kas, serta administrasi keuangan yang tertib. Dalam industri *event* dan *incentive travel* yang berbasis proyek, pengelolaan biaya yang efektif menjadi kunci keberlanjutan usaha. Suriani et al. (2024) menjelaskan bahwa perencanaan dan pengendalian keuangan yang baik memiliki pengaruh signifikan terhadap efisiensi operasional dan profitabilitas perusahaan.

Manajer Operasional dan *Event Operations Staff* memiliki peran penting dalam memastikan kelancaran pelaksanaan program di lapangan. Industri MICE sangat bergantung pada ketepatan waktu, koordinasi tim, dan kualitas layanan, sehingga dibutuhkan SDM dengan kemampuan *problem solving*, koordinasi, dan manajemen waktu. Sari (2023) menyebutkan bahwa kualitas manajemen operasional berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan dan keberhasilan pelaksanaan kegiatan.

Marketing & Business Development Staff dibutuhkan untuk memperluas pasar dan meningkatkan jumlah klien melalui strategi pemasaran yang efektif. Kompetensi seperti *digital marketing*, *sales strategy*, dan *market research* menjadi penting karena tren pemasaran saat ini semakin mengarah pada platform digital. Muchtar et al. (2024) menyatakan bahwa strategi pemasaran yang tepat dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan daya saing perusahaan jasa.

Human Resources Manager memiliki peran strategis dalam mengelola dan mengembangkan SDM agar sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Pengembangan kompetensi karyawan melalui pelatihan dan evaluasi kinerja sangat penting untuk meningkatkan produktivitas dan kualitas layanan. Ratnasari (2024) menyatakan bahwa praktik manajemen SDM yang efektif, seperti pelatihan dan pengembangan, berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan dan organisasi. Secara keseluruhan, pengembangan SDM menjadi faktor krusial dalam mendukung strategi bisnis CV Solid Trip Experience. Industri MICE menuntut SDM yang tidak



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

hanya kompeten secara teknis, tetapi juga adaptif terhadap perubahan tren, teknologi, dan kebutuhan pasar. Dengan pengelolaan SDM yang tepat, perusahaan dapat meningkatkan kualitas layanan, memperkuat daya saing, serta mencapai keberlanjutan bisnis jangka panjang.

4.3 Rencana Pemenuhan Kebutuhan Sumber Daya Manusia

Untuk mendukung kelancaran operasional serta pengembangan bisnis perusahaan, diperlukan pemenuhan sumber daya manusia yang sesuai dengan kebutuhan setiap divisi. Analisis ini mencakup jumlah tenaga kerja yang dibutuhkan, tenaga yang telah tersedia, serta jumlah tenaga kerja yang perlu direkrut. Rincian tersebut dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4. 3 Rencana Pemenuhan Kebutuhan Sumber Daya Manusia

No.	Jabatan	Jumlah Kebutuhan	Tenaga yang tersedia	Tenaga yang harus di Rekrut	Tahun Perekrutan
1	Direktur Utama	1	1	0	0
2	Manager Keuangan, <i>Finance & Admin</i>	1	1	0	0
3	Manager Operasional	1	1	0	0
4	<i>Tour Planner & Tour Consultant</i>	1	1	0	0
5	<i>Production & Logistics</i>	1	1	0	0
6	Event Operations	1	1	0	0
7	Marketing & Business Development	1	0	1	2029
8	Finance & Admin	1	0	1	2030
9	Human Resources	1	0	1	2031

Sumber: Data diolah CV Solid Trip Experience (2026)



© 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 pemenuhan SDM CV Solid Trip Experience dilakukan secara bertahap dengan mempertahankan tenaga inti (*core team*) serta menambah tenaga kerja sesuai kebutuhan pada masing-masing divisi. Berdasarkan Tabel 4.3, penambahan SDM direncanakan pada beberapa divisi dengan waktu yang berbeda, yaitu *Marketing & Business Development* pada tahun 2029, *Finance & Admin* pada tahun 2030, serta *Human Resources* pada tahun 2031.

Dalam mendukung efektivitas operasional perusahaan, diperlukan sistem rekrutmen tenaga kerja internal yang terstruktur dan jelas. Proses ini bertujuan untuk memastikan setiap kebutuhan sumber daya manusia dapat dipenuhi secara efektif melalui promosi maupun mutasi karyawan internal perusahaan.

Adapun alur rekrutmen internal pada perusahaan dimulai dari identifikasi kebutuhan tenaga kerja hingga proses onboarding karyawan pada posisi baru. Berikut merupakan gambar alur rekrutmen tenaga kerja internal perusahaan tersaji dalam Gambar 4.1 sebagai berikut.



Gambar 4. 1 Alur Rekrutmen Tenaga Kerja Internal

Sumber: Data diolah CV Solid Trip Experience (2026)



© 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 gambar alur rekrutmen tenaga kerja internal di atas, setiap tahapan memiliki fungsi dan peran penting dalam mendukung proses pengisian posisi kerja di dalam perusahaan. Adapun penjelasan dari masing-masing tahapan rekrutmen internal tersebut adalah sebagai berikut:

1. Identifikasi Kebutuhan

Tahap awal dalam proses rekrutmen internal adalah mengidentifikasi kebutuhan tenaga kerja pada setiap divisi perusahaan. Kebutuhan tersebut dapat berasal dari adanya posisi kosong, promosi jabatan, mutasi karyawan, maupun peningkatan beban kerja pada divisi tertentu. **Evaluasi Kerja.**

Tahap penilaian yang telah menempati posisi baru melalui rekrutmen internal untuk memastikan kesesuaian kompetensi dan pelaksanaan tugasnya. Hasil evaluasi digunakan sebagai dasar dalam pengembangan karier, pemberian pelatihan, maupun perbaikan kinerja karyawan di masa mendatang.

2. Seleksi Administrasi

Pada tahap ini, perusahaan melakukan pemeriksaan administrasi terhadap berkas kandidat internal. Penilaian dilakukan berdasarkan pengalaman kerja, performa kerja, kompetensi, serta kesesuaian kandidat dengan kebutuhan posisi yang tersedia.

3. Interview

Kandidat yang lolos seleksi administrasi akan mengikuti tahap wawancara bersama pihak manajemen atau kepala divisi terkait. Tahap ini bertujuan untuk menilai kemampuan teknis, komunikasi, kesiapan kerja, serta kecocokan kandidat dengan posisi yang akan ditempati. Jika kandidat tidak lolos, maka proses rekrutmen dinyatakan selesai. Namun, apabila kandidat dinyatakan lolos, maka proses akan dilanjutkan ke tahap berikutnya.

4. Promosi/Mutasi

Karyawan yang lolos seleksi akan mendapatkan promosi jabatan atau mutasi sesuai kebutuhan perusahaan dan hasil evaluasi manajemen. Tahap ini dilakukan untuk mendukung pengembangan karier karyawan sekaligus memenuhi kebutuhan operasional perusahaan.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

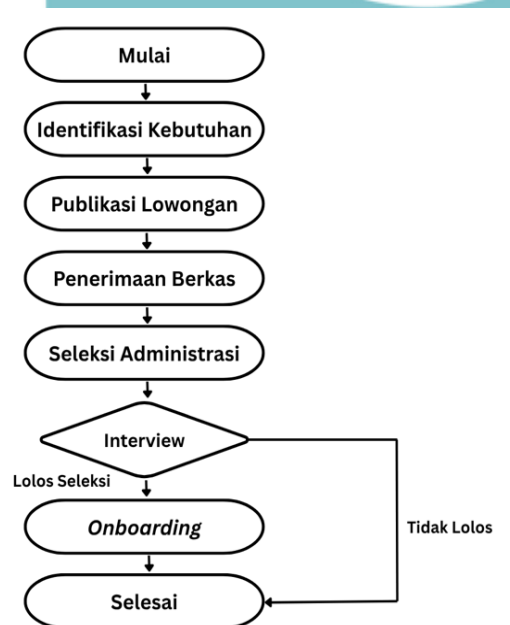
5. Onboarding

Karyawan yang menempati posisi baru akan mengikuti proses *onboarding* atau penyesuaian kerja. Pada tahap ini, perusahaan memberikan pengarahan mengenai tugas, tanggung jawab, alur kerja, serta koordinasi pada posisi yang baru.

6. Selesai

Proses rekrutmen internal dinyatakan selesai setelah karyawan resmi menjalankan tugas pada posisi yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

Pemenuhan SDM diutamakan melalui pengembangan internal terlebih dahulu sebelum mempertimbangkan rekrutmen eksternal. Pendekatan ini dipilih untuk menjaga keseimbangan antara efisiensi biaya dan efektivitas kinerja, karena perusahaan tidak merekrut secara besar-besaran, melainkan menyesuaikan dengan kebutuhan operasional dan perkembangan bisnis. Dengan demikian, perusahaan dapat menghindari pemborosan sumber daya sekaligus memastikan setiap penambahan tenaga kerja benar-benar mendukung kinerja organisasi. Berikut merupakan alur proses rekrutmen tenaga kerja yang tersaji pada Gambar 4.2 sebagai berikut.



Gambar 4. 2 Alur Rekrutmen Tenaga Kerja Eksternal

Sumber: Data diolah CV Solid Trip Experience (2026)



© 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

CV Solid Trip Experience memiliki alur rekrutmen tenaga kerja yang terstruktur dan sistematis, mulai dari tahap identifikasi kebutuhan hingga kandidat resmi bergabung dalam perusahaan. Proses ini dirancang untuk memastikan bahwa setiap tenaga kerja yang direkrut memiliki. Kompetensi yang sesuai dengan kebutuhan operasional, khususnya dalam mendukung kegiatan. *event* dan *incentive travel* yang bersifat dinamis. Adapun tahapan-tahapan dalam proses rekrutmen tenaga kerja tersebut dijelaskan sebagai berikut:

1. Identifikasi Kebutuhan

Tahap awal dalam proses rekrutmen adalah mengidentifikasi kebutuhan tenaga kerja berdasarkan posisi yang kosong, penambahan proyek *event/incentive travel*, serta beban kerja pada masing-masing divisi.

2. Publikasi Lowongan

Perusahaan mempublikasikan lowongan pekerjaan melalui berbagai media seperti media sosial, *website*, *job portal*, serta jaringan relasi untuk menjangkau kandidat yang sesuai.

3. Penerimaan Berkas

CV Solid Trip Experience menerima berkas lamaran dari kandidat, seperti CV, portofolio (khusus divisi kreatif/*event*), dan dokumen pendukung lainnya.

4. Seleksi Administrasi

Tim *Human Resources* melakukan seleksi awal berdasarkan kualifikasi pendidikan, pengalaman, serta kesesuaian kompetensi kandidat dengan kebutuhan posisi.

5. Interview

Kandidat yang lolos seleksi administrasi akan mengikuti tahap wawancara untuk menilai kemampuan teknis, komunikasi, sikap kerja, serta kesesuaian dengan budaya perusahaan.

6. Keputusan Seleksi

Pada tahap ini, perusahaan menentukan apakah kandidat dinyatakan lolos atau tidak. Jika tidak lolos, proses rekrutmen untuk kandidat tersebut dihentikan. Jika lolos, kandidat akan lanjut ke tahap berikutnya.

7. Onboarding (kandidat bergabung)



© 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

Kandidat yang lolos akan resmi bergabung dengan perusahaan dan mengikuti proses *onboarding*, seperti pengenalan perusahaan, sistem kerja, serta pembagian tugas.

8. Selesai

Proses rekrutmen dinyatakan selesai setelah kandidat resmi menjadi bagian dari tim CV Solid Trip Experience.

Berdasarkan tahapan-tahapan tersebut, proses rekrutmen CV Solid Trip Experience dilakukan secara sistematis dan terstruktur untuk memastikan perusahaan memperoleh sumber daya manusia yang sesuai dengan kebutuhan dan standar kompetensi yang ditetapkan. Alur ini tidak hanya membantu meningkatkan kualitas tenaga kerja yang direkrut, tetapi juga mendukung efektivitas kinerja tim dalam menjalankan program *incentive travel* secara optimal.

**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

BAB V

PEMANFAATAN TEKNOLOGI

Kemajuan teknologi pada era digital saat ini berperan penting dalam mendukung perkembangan industri *event organizer* dan *incentive travel*, terutama dalam aspek efisiensi operasional dan peningkatan kualitas layanan kepada klien. Pemanfaatan teknologi yang tepat memungkinkan CV Solid Trip Experience untuk mengelola perencanaan *event* secara lebih terstruktur, mempercepat komunikasi antar tim dan klien, serta menciptakan pengalaman yang lebih interaktif dan berkesan bagi peserta. Selain itu, teknologi juga membuka peluang dalam pengembangan strategi pemasaran digital dan penguatan *branding* perusahaan di tengah persaingan industri MICE yang semakin kompetitif.

Oleh karena itu, analisis dan perencanaan pemanfaatan teknologi menjadi langkah strategis yang penting bagi CV Solid Trip Experience agar dapat mendukung seluruh aktivitas bisnis secara optimal. Pada bab ini akan membahas mengenai pemanfaatan teknologi dalam mendukung operasional perusahaan, mulai dari analisis kebutuhan teknologi, perencanaan pengembangan sistem, hingga implementasi teknologi yang mencakup penggunaan perangkat keras (*hardware*) dan perangkat lunak (*software*) dalam menunjang kegiatan *event* dan *incentive travel*.

5.1 Analisis dan Perencanaan Pemanfaatan Teknologi

Dalam mendukung peningkatan produktivitas dan efisiensi kerja, teknologi digunakan sebagai sarana utama dalam operasional perusahaan. CV Solid Trip Experience mengoptimalkan penggunaan perangkat keras (*hardware*) dan perangkat lunak (*software*) untuk menunjang aktivitas pemasaran dan operasional, terutama dalam pelaksanaan *event* dan program *incentive travel*. Pemanfaatan teknologi ini membantu perusahaan dalam mengelola informasi, mempercepat koordinasi, serta meningkatkan kualitas layanan kepada klien.

5.1.1 Pemanfaatan Teknologi dalam Kegiatan Pemasaran

Teknologi dalam pemasaran berperan signifikan dalam mendukung keberhasilan strategi promosi CV Solid Trip Experience. Melalui pemanfaatan



© 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

platform digital, perusahaan dapat memperluas jangkauan pasar secara efisien dan tepat sasaran, khususnya dalam industri MICE yang menitikberatkan pada relasi dan pengalaman. Salah satu bentuk pemanfaatan teknologi yang dilakukan oleh CV Solid Trip Experience adalah melalui penggunaan media digital seperti *website* dan media sosial. Penjelasan mengenai masing-masing teknologi yang digunakan dalam kegiatan pemasaran akan diuraikan sebagai berikut.

1. *Website*

Website dimanfaatkan sebagai sarana utama dalam menyampaikan informasi perusahaan secara profesional dan terstruktur kepada calon klien. CV Solid Trip Experience menggunakan *website* untuk menampilkan profil perusahaan, layanan *incentive travel*, portofolio program, dokumentasi kegiatan, serta testimoni klien. Selain itu, *website* juga berfungsi sebagai media untuk memperkuat citra perusahaan serta meningkatkan kepercayaan calon klien melalui penyajian informasi yang lengkap dan kredibel. Dengan tampilan yang informatif dan menarik, *website* menjadi salah satu alat penting dalam mendukung strategi pemasaran digital perusahaan.

2. Media Sosial (Instagram, TikTok, Youtube, dan LinkedIn)

Media sosial digunakan sebagai sarana pemasaran yang efektif untuk menjangkau audiens yang lebih luas serta membangun interaksi dengan calon klien. Dalam implementasinya, CV Solid Trip Experience memanfaatkan *platform* seperti Instagram, TikTok, *LinkedIn*, dan *YouTube* untuk menyampaikan konten yang relevan dan menarik. Melalui Instagram, perusahaan menampilkan dokumentasi kegiatan *incentive travel*, konten visual yang estetik, serta aktivitas *team building* untuk menarik perhatian *audiens*. TikTok dimanfaatkan untuk menyajikan konten video pendek yang bersifat edukatif dan inspiratif, seperti *highlight* kegiatan, pengalaman peserta, serta konsep *experiential tourism* yang ditawarkan perusahaan.

YouTube digunakan untuk menyajikan konten video berdurasi lebih panjang seperti dokumentasi lengkap kegiatan, *company profile*, testimoni klien, serta *storytelling* pengalaman peserta secara lebih mendalam. Sementara itu, LinkedIn digunakan untuk membangun citra profesional, memperluas jaringan bisnis, serta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

menjalin hubungan dengan klien korporasi melalui konten yang lebih formal dan informatif. Keempat platform ini saling mendukung dalam memperkuat strategi pemasaran digital CV Solid Trip Experience secara menyeluruh.

5.1.2 Pemanfaatan Teknologi dalam Operasional Perusahaan

Dalam operasional perusahaan, perangkat keras (*hardware*) memiliki peran penting dalam mendukung kelancaran dan efektivitas kegiatan CV Solid Trip Experience. Perangkat keras merupakan elemen fisik dari sistem teknologi informasi yang mencakup berbagai peralatan seperti laptop, printer, perangkat komunikasi, serta jaringan internet yang digunakan dalam aktivitas sehari-hari perusahaan, khususnya dalam penyelenggaraan *event* dan *incentive travel*. Penggunaan *hardware* yang tepat dapat meningkatkan efisiensi kerja, mempercepat proses koordinasi antar tim, serta mempermudah pengelolaan data dan dokumentasi kegiatan. Selain itu, perangkat keras juga mendukung aktivitas pemasaran digital, presentasi kepada klien, serta operasional di lapangan selama pelaksanaan program. Berikut merupakan kebutuhan perangkat keras yang digunakan oleh CV Solid Trip Experience untuk mendukung kegiatan operasional perusahaan yang tersaji pada Tabel 5.1 berikut.

Tabel 5. 1 Kebutuhan Perangkat Keras (*Hardware*) CV Solid Trip Experience

Nama Barang	Jumlah Unit	Spesifikasi
Laptop	3	ASUS ROG Zephyrus G14 (2024/2025)
Printer	2	Epson Printer Colour Multifunction L Series L3250 (<i>Print, Scan dan Copy</i>)
Wi-Fi	2	Biznet, 500 Mbps
Hard Disk	3	Seagate One Touch 1TB to 5TB
Flash Disk	2	SanDisk Ultra Dual Drive Go (USB-C & USB-A)
Intercom	1	Hollyland Solidcom C1 Pro



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Nama Barang	Jumlah Unit	Spesifikasi
Monitor	2	MSI MPG321URX QD-OLED / MPG 321URX QD-OLED 32" 4K UHD GAMING MONITOR [2160p, 240Hz]
CPU Portable	2	MSI Mini Pc Cubi-5 12M - Intel Core i7-1255U Barebone
Mouse	2	SteelSeries Gaming Mouse Prime Edition Ultra Lightweight
TV	2	Samsung 43 inch (QLED 4K QEF1)

Sumber: Data diolah CV Solid Trip Experience (2026)

Berdasarkan Tabel 5.1 terdapat 5 item *hardware* yang dibutuhkan CV Solid Trip Experience, yaitu laptop, *printer*, Wi-Fi, *hard disk*, dan monitor. Adapun perangkat *software* yang digunakan untuk menunjang operasional perusahaan tersaji pada Tabel 5.2 sebagai berikut.

Tabel 5. 2 Kebutuhan Perangkat lunak (*Software*) CV Solid Trip Experience

Jenis <i>Software</i>	Nama <i>Software</i>	Fungsi
Microsoft Office	Microsoft Word 2024 Microsoft Excel Microsoft Powerpoint Microsoft Teams Microsoft Outlook	Digunakan untuk kebutuhan operasional perusahaan
Google Workspace	Google Document Google Spreadsheets Google Slides Google Email Google Drive 30TB Google Meet Google Forms Google Calendar	Digunakan untuk menunjang kegiatan operasional perusahaan yang dapat dilakukan secara bersamaan dan berbasis <i>online</i> , seperti pengolahan data, penyusunan dokumen, pembuatan presentasi, pengelolaan keuangan,



© 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

Jenis <i>Software</i>	Nama <i>Software</i>	Fungsi
		hingga pelaksanaan meeting virtual.
Adobe Creative Cloud	Adobe Illustrator Adobe Photoshop Adobe Premier Pro	Digunakan untuk mendukung proses perencanaan program seperti pembuatan konsep visual, pengolahan materi konten, serta pengeditan gambar, foto, dan video guna memperkuat <i>storytelling</i> pengalaman perjalanan.
Komunikasi	Zoom Meeting Whatsapp Google Meet	Merupakan <i>software</i> yang dimanfaatkan untuk melakukan pertemuan secara <i>daring</i> , baik untuk keperluan internal tim maupun komunikasi dengan klien.
Web browser	Google Chrome Safari	Aplikasi perangkat lunak yang digunakan untuk menjelajahi berbagai sumber informasi serta mencari referensi konten melalui jaringan internet atau <i>World Wide Web</i> .
3D Desain	Sketchup	<i>Software</i> yang digunakan untuk membuat model digital sebagai visualisasi



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

Jenis <i>Software</i>	Nama <i>Software</i>	Fungsi
		konsep serta membantu dalam pengembangan prototipe hingga produk fisik.

Sumber: Data diolah CV Solid Trip Experience (2026)

Berdasarkan Tabel 5.2 menunjukkan bahwa ada 6 (enam) jenis perangkat *software* yang dibutuhkan CV Solid Trip Experience yang digunakan sebagai penunjang kegiatan operasionalnya.

5.2 Tahapan Pengembangan Teknologi

Pengembangan teknologi dalam CV Solid Trip Experience dilakukan secara sistematis dan terstruktur untuk memastikan bahwa setiap teknologi yang digunakan mampu mendukung kegiatan operasional serta meningkatkan kualitas layanan kepada klien. Dalam industri MICE dan *incentive travel* yang dinamis, pemanfaatan teknologi tidak hanya berfungsi sebagai alat bantu, tetapi juga menjadi bagian dari strategi dalam menciptakan pengalaman yang lebih efektif dan berkesan. Oleh karena itu, tahapan pengembangan teknologi dirancang secara bertahap seperti yang tersaji pada Gambar 5.1 sebagai berikut.



Gambar 5. 1 Tahap Pengembangan Teknologi CV Solid Trip Experience

Sumber: Data diolah CV Solid Trip Experience (2026)

Berdasarkan Gambar 5.1, maka dapat dijelaskan tahapan pengembangan teknologi sebagai berikut.

1. Identifikasi Kebutuhan dan Tujuan Teknologi

Tahap awal dilakukan melalui identifikasi kebutuhan teknologi yang mendukung operasional Perusahaan, meliputi koordinasi *event*, pemasaran digital,



© 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 pengelolaan data klien. Selanjutnya, ditetapkan tujuan penggunaan teknologi yang selaras dengan strategi bisnis perusahaan.

2. Analisis dan Pemilihan Teknologi

Setelah kebutuhan teridentifikasi, perusahaan melakukan analisis terhadap berbagai alternatif teknologi yang tersedia. Pemilihan teknologi dilakukan dengan mempertimbangkan efektivitas, kemudahan penggunaan, serta kesesuaian dengan kebutuhan operasional CV Solid Trip Experience.

3. Perencanaan Anggaran dan Sumber Daya

Perusahaan menyusun perencanaan terkait biaya yang dibutuhkan serta sumber daya yang akan digunakan, baik dari sisi SDM maupun infrastruktur pendukung. Hal ini bertujuan agar implementasi teknologi berjalan secara efisien dan terkontrol.

4. Pengadaan dan Instalasi Teknologi

Setelah perencanaan disusun, dilakukan proses pengadaan perangkat keras maupun perangkat lunak, dilanjutkan dengan instalasi dan konfigurasi agar teknologi siap digunakan dalam operasional perusahaan.

5. Implementasi dan Pelatihan

Teknologi yang telah dipasang kemudian mulai digunakan dalam kegiatan operasional. Pada tahap ini juga dilakukan pelatihan kepada karyawan agar dapat memanfaatkan teknologi secara optimal dan sesuai dengan fungsinya.

6. Monitoring, Evaluasi, dan Pemeliharaan

Perusahaan melakukan pemantauan terhadap penggunaan teknologi untuk memastikan kinerjanya berjalan dengan baik. Evaluasi dilakukan secara berkala untuk mengidentifikasi kendala serta melakukan pemeliharaan agar sistem tetap optimal.

7. Pengembangan dan Peningkatan Teknologi

Perusahaan melakukan pemantauan terhadap penggunaan teknologi untuk memastikan kinerjanya berjalan dengan baik. Evaluasi dilakukan secara berkala untuk mengidentifikasi kendala serta melakukan pemeliharaan agar sistem tetap optimal.

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 VI

ANALISIS DAN RENCANA KEUANGAN

CV Solid Trip Experience telah melakukan analisis dan proyeksi keuangan secara rinci selama lima tahun kedepan dimulai pada saat pengajuan perizinan usaha pada tahun 2026, memulai penjualan pada tahun 2027 hingga analisis keuangan sampai dengan tahun 2029. Analisis keuangan yang dianalisis oleh CV Solid Trip Experience meliputi rencana kebutuhan investasi awal, anggaran biaya produksi dan penjualan, serta proyeksi penjualan tahunan. Selain itu, ditampilkan juga proyeksi arus kas, neraca keuangan, laporan laba/rugi, dan perubahan modal yang memberikan gambaran komprehensif mengenai kondisi keuangan perusahaan. Untuk menilai kelayakan dan efisiensi investasi usaha, CV Solid Trip Experience juga melakukan analisis finansial menggunakan indikator *Payback Period* (PP), *Return on Investment* (ROI), *Net Present Value* (NPV), *Internal Rate of Return* (IRR), serta *Profitability Index* (PI).

6.1 Rencana Kebutuhan Investasi

Modal investasi awal CV Solid Trip Experience berjumlah Rp 500.000.000 (lima ratus juta rupiah) dengan pembagian sebesar 50% (lima puluh persen) dari direktur utama dan sebesar 25% (dua puluh lima persen) dari masing-masing manajer keuangan dan manajer operasional yang berasal dari hasil investasi pribadi dari ketiga pendiri perusahaan. Berikut adalah rincian besaran modal yang diinvestasikan oleh pendiri CV Solid Trip Experience yang tersaji pada Tabel 6.1 sebagai berikut.

Tabel 6. 1 Rencana Investasi CV Solid Trip Experience

NAMA	JABATAN	MODAL(%)	JUMLAH
Soraya Latifa Arief	Direktur Utama	40%	Rp200.000.000
Muhammad Aviandido Ibrahim	Manajer Keuangan	30%	Rp150.000.000
Alika Azhari Balqis	Manajer Operasional	30%	Rp150.000.000
TOTAL	100%		Rp500.000.000

Sumber: Data diolah CV Solid Trip Experience (2026)



Hak Cipta :

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

Tabel 6.1 menunjukkan bahwa, modal tersebut akan digunakan untuk keperluan awal Perusahaan, mulai dari kegiatan pra-operasional hingga seluruh kegiatan Perusahaan CV Solid Trip Experience.

6.2 Rencana Harga Pokok Penjualan

Harga Pokok Penjualan yang disusun oleh CV Solid Trip Experience bertujuan untuk menganalisis beban yang dikeluarkan oleh Perusahaan dalam menghasilkan sebuah produk. CV Solid Trip Experience memiliki 5 paket produk yaitu, Paket *Elevated Experiential Journey*, Paket *Ethereal Journey*, Paket pendukung *Rafting*, Paket pendukung *Outbond Games*, dan Paket pendukung *Entertainment*. Berikut merupakan Harga Pokok Penjualan CV Solid Trip Experience yang tersaji pada Tabel 6.2 sebagai berikut.

Tabel 6. 2 Harga Pokok Penjualan

PROYEKSI PENJUALAN	PROYEKSI HARGA POKOK PENJUALAN				
	2027	2028	2029	2030	2031
<i>Elevated Experiential Journey</i>	Rp161.410.000	Rp 166.252.300	Rp171.239.869	Rp176.377.065	Rp181.668.377
<i>Ethereal Journey</i>	Rp283.505.000	Rp 292.010.150	Rp300.770.455	Rp321.824.386	Rp344.352.093
<i>Rafting</i>	Rp 11.300.000	Rp 11.639.000	Rp 11.988.170	Rp 12.827.342	Rp 13.725.256
<i>Outbond</i>	Rp 11.300.000	Rp 11.639.000	Rp 11.988.170	Rp 12.827.342	Rp 13.725.256
<i>Entertainment</i>	Rp 25.650.000	Rp 26.419.500	Rp 27.212.085	Rp 28.028.448	Rp 28.869.301

Sumber: Data diolah CV Solid Trip Experience (2026)

Berdasarkan tabel 6.2, menunjukkan proyeksi peningkatan harga pokok penjualan dari tahun 2026 hingga tahun 2031. Proyeksi harga pokok penjualan meningkat 3% setiap tahunnya berdasarkan rata-rata inflasi 5 tahun ke belakang.

6.3 Proyeksi Penjualan

Hasil proyeksi penjualan ini dibuat berdasarkan analisis proyeksi tren *market share* yang dijelaskan dalam bab analisis pasar dan rencana pemasaran. Pada tahun 2026, CV Solid Trip Experience berfokus pada kegiatan pendirian usaha, pembelian peralatan dan penyusunan strategi penjualan. Pada awal tahun 2027, perusahaan akan mulai melakukan pemasaran *event incentive travel* kepada klien.



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

Berikut merupakan gambaran proyeksi penjualan CV Solid Trip Experience pada tahun 2027 - 2031, tersaji pada Tabel 6.3 sebagai berikut.

Tabel 6. 3 Proyeksi Penjualan CV Solid Trip Experience 2027

PROYEKSI PENJUALAN CV SOLID TRIP EXPERIENCE 2027			
NAMA PAKET	TARGET	HARGA PENJUALAN	TOTAL PENJUALAN
<i>Elevated Experiental Journey</i>	3	Rp223.956.375,00	Rp671.869.125
<i>Ethereal Journey</i>	1	Rp389.200.688	Rp389.200.688
<i>Rafting</i>	7	Rp15.678.750	Rp109.751.250
<i>Outbond</i>	6	Rp15.678.750	Rp94.072.500
<i>Entertainment</i>	3	Rp35.589.375	Rp106.768.125
TOTAL	20	Rp680.103.938	Rp1.371.661.688

Sumber: Data diolah CV Solid Trip Experience (2026)

Tabel 6. 4 Proyeksi Penjualan CV Solid Trip Experience 2028

PROYEKSI PENJUALAN CV SOLID TRIP EXPERIENCE 2028			
NAMA PAKET	TARGET	HARGA PENJUALAN	TOTAL PENJUALAN
<i>Elevated Experiental Journey</i>	3	Rp230.675.066	Rp692.025.199
<i>Ethereal Journey</i>	2	Rp400.876.709	Rp801.753.417
<i>Rafting</i>	9	Rp16.149.113	Rp145.342.013
<i>Outbond</i>	9	Rp16.149.113	Rp145.342.013
<i>Entertainment</i>	4	Rp36.657.056	Rp146.628.225
TOTAL	27	Rp700.507.056	Rp1.931.090.866

Sumber: Data diolah CV Solid Trip Experience (2026)

Tabel 6. 5 Proyeksi Penjualan CV Solid Trip Experience 2029

PROYEKSI PENJUALAN CV SOLID TRIP EXPERIENCE 2029			
NAMA PAKET	TARGET	HARGA PENJUALAN	TOTAL PENJUALAN
<i>Elevated Experiental Journey</i>	4	Rp237.595.318	Rp950.381.273
<i>Ethereal Journey</i>	4	Rp412.903.010	Rp1.651.612.040
<i>Rafting</i>	10	Rp16.633.586	Rp166.335.859
<i>Outbond</i>	8	Rp16.633.586	Rp133.068.687
<i>Entertainment</i>	7	Rp37.756.768	Rp264.297.376
TOTAL	33	Rp724,377,945	Rp3,177,117,944

Sumber: Data diolah CV Solid Trip Experience (2026)



Tabel 6. 6 Proyeksi Penjualan CV Solid Trip Experience 2030

PROYEKSI PENJUALAN CV SOLID TRIP EXPERIENCE 2030			
NAMA PAKET	TARGET	HARGA PENJUALAN	TOTAL PENJUALAN
<i>Elevated Experiential Journey</i>	6	Rp254.226.991	Rp1.525.361.943
<i>Ethereal Journey</i>	4	Rp441.806.221	Rp1.767.224.882
<i>Rafting</i>	12	Rp17.797.937	Rp213.575.243
<i>Outbond</i>	10	Rp17.797.937	Rp177.979.369
<i>Entertainment</i>	8	Rp40.399.742	Rp323.197.934
TOTAL	40	Rp772.028.827	Rp4.007.339.370

Sumber: Data diolah CV Solid Trip Experience (2026)

Tabel 6. 7 Proyeksi Penjualan CV Solid Trip Experience 2031

PROYEKSI PENJUALAN CV SOLID TRIP EXPERIENCE 2031			
NAMA PAKET	TARGET	HARGA PENJUALAN	TOTAL PENJUALAN
<i>Elevated Experiential Journey</i>	9	Rp272.022.880	Rp2.448.205.919
<i>Ethereal Journey</i>	7	Rp472.732.656	Rp3.309.128.592
<i>Rafting</i>	12	Rp19.043.792	Rp228.525.510
<i>Outbond</i>	11	Rp19.043.792	Rp209.481.717
<i>Entertainment</i>	9	Rp43.227.724	Rp389.049.513
TOTAL	48	Rp826.070.844	Rp6.584.391.250

Sumber: Data diolah CV Solid Trip Experience (2026)

Berdasarkan Tabel 6.3 hingga 6.6 menunjukkan bahwa, perhitungan hasil proyeksi penjualan dibuat berdasarkan pada tren pasar yang diolah oleh CV Solid Trip Experience dengan menggunakan Harga Penjualan, dengan peningkatan biaya sebesar 3% (tiga persen) setiap tahunnya.

6.4 Proyeksi Arus Kas

Pada proyeksi arus kas CV Solid Trip Experience menggambarkan penerimaan kas yang berasal dari modal investasi dan pendapatan penjualan, kemudian dikurangi oleh pengeluaran kas yang berasal dari beban pokok penjualan, beban operasional, penyusutan peralatan dan pajak yang wajib dibayarkan setiap tahunnya hingga Tahun 2031. Berikut merupakan proyeksi arus kas CV Solid Trip Experience pada tahun 2026 - 2031, tersaji pada Tabel 6.8 sebagai 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Tabel 6. 8 Proyeksi Arus Kas CV Solid Trip Experience

PROYEKSI ARUS KAS CV SOLID TRIP EXPERIENCE						
KETERANGAN	TAHUN					
	2026 (2 Bulan)	2027	2028	2029	2030	2031
Saldo Kas Awal	Rp -	Rp266.733.580	Rp213.264.887	Rp285.837.727	Rp603.529.996	Rp1.060.532.428
Penerimaan Kas						
Penerimaan Modal	Rp500.000.000,00	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -
Pendapatan Penjualan						
Elevated Experience Journey	Rp0,00	Rp671.869.125,00	Rp692.025.198,75	Rp950.381.272,95	Rp1.525.361.943,08	Rp2.448.205.918,65
Ethereal Journey	Rp0,00	Rp389.200.688,00	Rp801.753.417,28	Rp1.651.612.039,60	Rp1.767.224.882,37	Rp3.309.128.592,24
Rafting	Rp0,00	Rp109.751.250,00	Rp145.342.012,50	Rp166.335.858,75	Rp213.575.242,64	Rp228.525.509,62
Outbond Games	Rp0,00	Rp94.072.500,00	Rp145.342.012,50	Rp133.068.687,00	Rp177.979.368,86	Rp209.481.717,15
Entertainment	Rp0,00	Rp106.768.125,00	Rp146.628.225,00	Rp264.297.375,56	Rp323.197.933,55	Rp389.049.512,50
Total Pendapatan Penjualan	Rp0,00	Rp1.371.661.688,00	Rp1.931.090.866,03	Rp3.165.695.233,86	Rp4.007.339.370,50	Rp6.584.391.250,16
Total Kas Masuk	Rp500.000.000,00	Rp1.638.395.268,00	Rp2.144.355.752,71	Rp3.451.532.960,79	Rp4.610.869.366,11	Rp7.644.923.678,52
Pengeluaran						
Pengeluaran Penjualan						
Elevated Experience Journey	Rp0,00	Rp484.230.000	Rp498.756.900	Rp684.959.476	Rp1.099.359.959	Rp1.764.472.734,16
Ethereal Journey	Rp0,00	Rp280.505.000	Rp577.840.300	Rp1.190.351.018	Rp1.273.675.589	Rp2.384.957.540,89
Rafting	Rp0,00	Rp79.100.000	Rp104.751.000	Rp119.881.700	Rp153.928.103	Rp164.703.070,00
Outbond Games	Rp0,00	Rp67.800.000	Rp104.751.000	Rp95.905.360	Rp128.273.419	Rp150.977.814,16
Entertainment	Rp0,00	Rp76.950.000	Rp105.678.000	Rp190.484.595	Rp232.935.448	Rp280.396.045,05

PROYEKSI ARUS KAS CV SOLID TRIP EXPERIENCE						
KETERANGAN	TAHUN					
	2026 (2 Bulan)	2027	2028	2029	2030	2031
Total Pengeluaran Penjualan	Rp0,00	Rp988.585.000	Rp1.391.777.200	Rp2.281.582.149	Rp2.888.172.518	Rp4.745.507.204,26
Beban Pembiayaan Perusahaan	Rp5.000.000,00	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0,00
Beban Gaji Karyawan	Rp5.800.000,00	Rp289.364.400	Rp304.700.713	Rp380.849.851	Rp461.034.893	Rp545.469.742,44
Beban TH	Rp0,00	Rp24.113.700	Rp31.410.000	Rp36.410.000	Rp34.963.658	Rp40.816.732,35
Beban BPJS Ketenagakerjaan	Rp3.201.420,00	Rp20.226.572	Rp20.372.420	Rp24.914.158	Rp29.696.609	Rp34.732.528,79
Beban BPJS Kesehatan	Rp1.832.000,00	Rp11.574.576	Rp11.580.711	Rp14.114.488	Rp16.782.556	Rp19.592.031,53
Beban Internet & Telepon	Rp5.000.000,00	Rp12.480.000	Rp12.979.200	Rp13.498.368	Rp14.038.303	Rp14.599.835
Beban Listrik & kebersihan kantor	Rp3.000.000,00	Rp18.032.550	Rp18.423.856	Rp18.823.654	Rp19.232.127	Rp19.649.464
Beban Admin Bank	Rp30.000,00	Rp180.000	Rp180.000	Rp180.000	Rp180.000	Rp180.000,00
Beban berlangganan Software	Rp0,00	Rp19.200.000	Rp20.160.000	Rp21.168.000	Rp22.226.400	Rp23.337.720
Beban pembuatan website	Rp3.000.000,00	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0,00
Beban Maintenance Website	Rp0,00	Rp4.200.000	Rp4.410.000	Rp4.630.500	Rp4.862.025	Rp5.105.126
Beban pemasaran	Rp2.500.000,00	Rp15.000.000	Rp16.500.000	Rp18.150.000	Rp19.965.000	Rp21.900.000,00
PPh 23 2%	Rp0,00	Rp7.661.534	Rp10.786.273	Rp17.682.262	Rp22.383.337	Rp36.777.681
Peralatan	Rp150.082.000,00	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0,00
Perlengkapan	Rp13.821.000,00	Rp14.512.050	Rp15.237.653	Rp15.999.535	Rp16.799.512	Rp17.639.487,48

PROYEKSI ARUS KAS CV SOLID TRIP EXPERIENCE						
KETERANGAN	TAHUN					
	2026 (2 Bulan)	2027	2028	2029	2030	2031
Total Pengeluaran	Rp233.266.420,00	Rp1.425.130.381	Rp1.858.518.026	Rp2.848.002.965	Rp3.550.336.938	Rp5.510.407.553,31
Arus Kas Bersih	Rp266.733.580,00	Rp213.264.887	Rp285.837.727	Rp603.529.996	Rp1.060.532.428	Rp2.134.516.125,21
Prive	Rp0,00	Rp0	Rp21.308.090	Rp137.753.850	Rp204.245.125	Rp510.855.034,33
Saldo Kas Akhir	Rp266.733.580,00	Rp213.264.886,68	Rp264.529.636,97	Rp465.776.146,02	Rp856.287.303,16	Rp1.623.661.090,88

Sumber: Data diolah CV Solid Trip Experience (2026)

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah, penulisan karya tulis ini dalam bentuk apapun



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Berdasarkan tabel 6.8 yang berisi proyeksi arus kas CV Solid Trip Experience dari tahun 2026-2031. Pada tabel tersebut terdapat informasi mengenai pemasukan dan pengeluaran perusahaan yang digunakan untuk melihat kondisi keuangan usaha dalam beberapa tahun ke depan. Penerimaan kas perusahaan berasal dari modal awal serta pendapatan penjualan berbagai paket *incentive travel* dan *experiential tourism* yang ditawarkan perusahaan. Sementara itu, pengeluaran perusahaan meliputi biaya operasional seperti gaji karyawan, biaya pemasaran, perlengkapan, internet, listrik, perizinan, hingga biaya administrasi lainnya yang mendukung kegiatan operasional perusahaan. Berdasarkan proyeksi tersebut, saldo kas perusahaan mengalami peningkatan setiap tahunnya, sehingga menunjukkan bahwa CV Solid Trip Experience memiliki peluang pertumbuhan usaha yang cukup baik dan kondisi arus kas yang relatif stabil untuk mendukung keberlangsungan operasional perusahaan di masa mendatang.

6.5 Prakiraan Laba/Rugi

Proyeksi laba rugi disusun untuk mengetahui perkiraan kondisi keuangan perusahaan CV Solid Trip Experience selama periode 2026 hingga 2031. Melalui proyeksi ini, perusahaan dapat melihat potensi pendapatan, beban operasional, serta laba yang dihasilkan setiap tahunnya. Selain itu, laporan proyeksi laba rugi juga digunakan sebagai acuan dalam menilai kemampuan perusahaan dalam menjalankan operasional usaha secara efektif dan mencapai target keuntungan yang telah ditetapkan yang tersaji di tabel 6.9 sebagai berikut.

Tabel 6. 9 Prakiraan Laba Rugi CV Solid Trip Experience

PRAKIRAAN LABA RUGI CV SOLID TRIP EXPERIENCE						
KETERANGAN	TAHUN					
	2026 (2 Bulan)	2027	2028	2029	2030	2031
Elevated Experience Journey	Rp0.00	Rp671.869.125,00	Rp692.025.198,75	Rp950.381.272,95	Rp1.525.361.943,08	Rp2.448.205.918,65
Ethereal Journey	Rp0.00	Rp389.200.688,00	Rp801.753.417,28	Rp1.651.612.039,60	Rp1.767.224.882,37	Rp3.309.128.592,24
Rafting	Rp0.00	Rp109.751.250,00	Rp145.342.012,50	Rp166.335.858,75	Rp213.575.242,64	Rp228.525.509,62
Outbond Games	Rp0.00	Rp94.072.500,00	Rp145.342.012,50	Rp133.068.687,00	Rp177.979.368,86	Rp209.481.717,15
Entertainment	Rp0.00	Rp106.768.125,00	Rp146.628.225,00	Rp264.297.375,56	Rp323.197.933,55	Rp389.049.512,50
PENDAPATAN	Rp0.00	Rp1.371.661.688,00	Rp1.931.090.866,03	Rp3.165.695.233,86	Rp4.007.339.370,50	Rp6.584.391.250,16
Elevated Experience Journey	Rp0.00	Rp484.230.000,00	Rp498.756.900,00	Rp684.959.476,00	Rp1.099.359.958,98	Rp1.764.472.734,16
Ethereal Journey	Rp0.00	Rp280.505.000,00	Rp577.840.300,00	Rp1.190.351.018,00	Rp1.273.675.589,26	Rp2.384.957.540,89
Rafting	Rp0.00	Rp79.100.000,00	Rp104.751.000,00	Rp119.881.700,00	Rp153.928.102,80	Rp164.703.070,00
Outbond Games	Rp0.00	Rp67.800.000,00	Rp104.751.000,00	Rp95.905.360,00	Rp128.273.419,00	Rp150.977.814,16
Entertainment	Rp0.00	Rp76.950.000,00	Rp105.678.000,00	Rp190.484.595,00	Rp232.935.447,60	Rp280.396.045,05
BEBAN POKOK PENJUALAN	Rp0.00	Rp988.585.000,00	Rp1.391.777.200,00	Rp2.281.582.149,00	Rp2.888.172.517,64	Rp4.745.507.204,26
LABA KOTOR	Rp0.00	Rp383.076.688,00	Rp539.313.666,03	Rp884.113.084,86	Rp1.119.166.852,86	Rp1.838.884.045,90
BEBAN OPERASIONAL						
Beban Perawatan Perusahaan	Rp5.000.000,00	Rp0,00	Rp0,00	Rp0,00	Rp0,00	Rp0,00
Beban Gaji Karyawan	Rp45.800.000,00	Rp289.364.400,00	Rp304.700.713,20	Rp380.849.851,00	Rp461.034.893,10	Rp545.469.742,44
Beban Listrik	Rp0,00	Rp24.113.700,00	Rp31.410.000,00	Rp36.410.000,00	Rp34.963.658,45	Rp40.816.732,35
Beban BPJS Ketenagakerjaan	Rp3.201.420,00	Rp20.226.571,56	Rp20.372.419,90	Rp24.914.158,15	Rp29.696.608,54	Rp34.732.528,79

PRAKIRAAN LABA RUGI CV SOLID TRIP EXPERIENCE						
KETERANGAN	TAHUN					
	2026 (2 Bulan)	2027	2028	2029	2030	2031
Beban Biaya Kesehatan	Rp1.832.000,00	Rp11.574.576,00	Rp11.580.710,53	Rp14.114.488,18	Rp16.782.556,06	Rp19.592.031,53
Beban Internet & Telepon	Rp5.000.000,00	Rp12.480.000,00	Rp12.979.200,00	Rp13.498.368,00	Rp14.038.302,72	Rp14.599.834,83
Beban Listrik dan kebersihan kantor	Rp3.000.000,00	Rp18.000.000,00	Rp18.390.600,00	Rp18.789.676,02	Rp19.197.411,99	Rp23.000.000,00
Beban Admin BPP	Rp30.000,00	Rp180.000,00	Rp180.000,00	Rp180.000,00	Rp180.000,00	Rp180.000,00
Beban biaya pengembangan Software	Rp0,00	Rp19.200.000,00	Rp20.160.000,00	Rp21.168.000,00	Rp22.226.400,00	Rp23.337.720,00
Beban perubatan website	Rp3.000.000,00	Rp0,00	Rp0,00	Rp0,00	Rp0,00	Rp0,00
Beban Maintenance Website	Rp0,00	Rp4.200.000,00	Rp4.410.000,00	Rp4.630.500,00	Rp4.862.025,00	Rp5.105.126,25
Beban pemasaran	Rp2.500.000,00	Rp15.000.000,00	Rp16.500.000,00	Rp18.150.000,00	Rp19.965.000,00	Rp21.885.000,00
Beban Perawatan	Rp24.398.250,00	Rp29.864.916,67	Rp29.989.916,67	Rp42.218.547,50	Rp48.546.897,67	Rp48.923.092,67
Beban Perencanaan	Rp13.821.000,00	Rp14.512.050,00	Rp15.237.652,50	Rp15.999.535,13	Rp16.799.511,88	Rp17.639.487,48
BEBAN - BEBAN	Rp107.582.670,00	Rp458.716.214,23	Rp485.911.212,79	Rp590.923.123,98	Rp688.293.265,40	Rp780.396.296,32
Laba Rugi Sebelum Pajak	-Rp107.582.670,00	-Rp75.639.526,23	Rp53.402.453,24	Rp293.189.960,88	Rp430.873.587,45	Rp1.058.487.749,58
PPh 23 %	Rp0,00	Rp7.661.533,76	Rp10.786.273,32	Rp17.682.261,70	Rp22.383.337,06	Rp36.777.680,92
Laba Rugi Bersih	-Rp107.582.670,00	-Rp83.301.059,99	Rp42.616.179,92	Rp275.507.699,18	Rp408.490.250,39	Rp1.021.710.068,66

Sumber: Data diolah CV Solid Trip Experience (2026)

Berdasarkan tabel 6.9 yang berisi proyeksi laba rugi CV Solid Trip Experience dapat dilihat bahwa perusahaan mengalami perkembangan kinerja keuangan yang cukup baik selama periode tahun 2026 hingga 2031. Hal tersebut ditunjukkan dengan adanya



Politeknik Negeri Jakarta

Daftar Pustaka :

yang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 mengutip hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu ma
 mengutip tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
 yang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun
 izin Politeknik Negeri Jakarta

peningkatan pendapatan dan laba bersih perusahaan pada setiap tahunnya. Selain itu, perusahaan juga mampu mengelola beban operasi yang efektif sehingga laba yang diperoleh terus mengalami peningkatan. Kondisi ini menunjukkan bahwa CV Solid Trip Experiencing memiliki potensi usaha yang baik serta kemampuan dalam menjaga stabilitas dan keberlanjutan bisnis di masa mendatang.

6.6 Neraca Keuangan

Neraca keuangan merupakan laporan yang digunakan untuk mengetahui posisi keuangan perusahaan dalam suatu periode tertentu. Melalui neraca keuangan, perusahaan dapat melihat kondisi aset, kewajiban, serta modal yang dimiliki sebagai dasar dalam menilai kestabilan dan kemampuan finansial perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasional perusahaan. Selain itu, neraca keuangan juga dapat digunakan untuk mengetahui keseimbangan antara sumber dana perusahaan dengan penggunaan dana yang dimiliki selama periode tertentu seperti yang terlihat di tabel 6.10, sebagai berikut.

Tabel 6. 10 Neraca Keuangan CV Solid Trip Experience

AKTIVA	TAHUN					
	2026	2027	2028	2029	2030	2031
Aktiva Lancar						
Kas dan Setor	Rp266.733.580,00	Rp213.264.886,68	Rp264.529.636,97	Rp465.776.146,02	Rp856.287.303,16	Rp1.623.661.090,88
Jumlah Aktiva Lancar	Rp266.733.580,00	Rp213.264.886,68	Rp264.529.636,97	Rp465.776.146,02	Rp856.287.303,16	Rp1.623.661.090,88
Aktiva Tetap						
Peralatan	Rp150.082.000,00	Rp172.716.062,50	Rp143.601.145,83	Rp186.983.014,17	Rp182.859.567,67	Rp137.169.840,00
Akumulasi Penyusutan Peralatan	Rp24.398.250,00	Rp29.864.916,67	Rp29.989.916,67	Rp42.218.547,50	Rp48.546.897,67	Rp48.923.092,67
Total Aktiva Tetap	Rp125.683.750,00	Rp142.851.145,83	Rp113.611.229,17	Rp144.764.466,67	Rp134.312.670,00	Rp88.246.747,33
Jumlah Aktiva	Rp392.417.330,00	Rp356.116.032,51	Rp378.140.866,14	Rp610.540.612,69	Rp990.599.973,16	Rp1.711.907.838,21
PASIVA						
Kewajiban Lancar	-	-	-	-	-	-
Jumlah Pasiva Lancar	-	-	-	-	-	-

AKTIVA	TAHUN					
	2026	2027	2028	2029	2030	2031
Aktiva Lancar						
Modal	Rp300.000.000,00	Rp309.116.270,01	Rp330.424.359,97	Rp468.178.209,56	Rp672.423.334,76	Rp1.183.278.369,09
Laba Ditahan	-Rp17.582.670,00	Rp46.999.762,50	Rp47.716.506,17	Rp142.362.403,13	Rp318.176.638,40	Rp528.629.469,12
Total Ekuitas	Rp382.417.330,00	Rp356.116.032,51	Rp378.140.866,14	Rp610.540.612,69	Rp990.599.973,16	Rp1.711.907.838,21
Jumlah Pasiva	Rp382.417.330,00	Rp356.116.032,51	Rp378.140.866,14	Rp610.540.612,69	Rp990.599.973,16	Rp1.711.907.838,21

Sumber: Data diolah CV Solid Trip Experience (2026)

Berdasarkan tabel 6.10, dapat dilihat bahwa kondisi keuangan perusahaan mengalami perkembangan yang cukup baik selama tahun 2026-2031. Hal tersebut ditunjukkan melalui peningkatan jumlah aktiva dan ekuitas perusahaan setiap tahunnya. Selain itu, perusahaan juga memiliki pengelolaan aset yang stabil, baik pada aktiva lancar maupun aktiva tetap, sehingga dapat mendukung kegiatan operasional perusahaan secara berkelanjutan. Kondisi ini menunjukkan bahwa CV Solid Trip Experience memiliki kemampuan finansial yang baik dalam menjaga kestabilan usaha serta mendukung pertumbuhan bisnis di masa mendatang.

6.7 Prakiraan Perubahan Modal

Prakiraan perubahan modal merupakan laporan yang digunakan untuk mengetahui perkembangan modal perusahaan CV Solid Trip Experience selama tahun 2026-2031. Laporan ini menunjukkan perubahan jumlah modal yang dipengaruhi oleh laba atau rugi perusahaan, penambahan investasi, maupun pengambilan prive oleh sekutu aktif ataupun sekutu pasif. Melalui prakiraan perubahan modal, perusahaan dapat melihat kemampuan usaha dalam meningkatkan nilai ekuitas serta menjaga stabilitas keuangan perusahaan selama menjalankan operasional.

Tabel 6. 11 Prakiraan Perubahan Modal CV Solid Trip Experience

KETERANGAN	TAHUN					
	2026	2027	2028	2029	2030	2031
Modal Awal Januari	Rp 500.000.000,00	Rp 392.417.330,00	Rp 309.116.270,01	Rp 330.424.359,97	Rp 468.178.209,56	Rp 672.423.334,76
Laba Rugi	-Rp 107.582.670,00	-Rp 83.301.059,99	Rp 42.616.179,92	Rp 275.507.699,18	Rp 408.490.250,39	Rp 1.021.710.068,66
Prive	Rp -	Rp -	Rp 21.308.089,96	Rp 137.753.849,59	Rp 204.245.125,20	Rp 510.855.034,33
Laba Ditahan	-Rp 107.582.670,00	-Rp 83.301.059,99	Rp 21.308.089,96	Rp 137.753.849,59	Rp 204.245.125,20	Rp 510.855.034,33
Modal Akhir	Rp 392.417.330,00	Rp 309.116.270,01	Rp 330.424.359,97	Rp 468.178.209,56	Rp 672.423.334,76	Rp 1.183.278.369,09

Sumber: Data diolah CV Solid Trip Experience (2026)

Berdasarkan tabel 6.11, dapat dilihat bahwa modal perusahaan mengalami peningkatan selama periode tahun 2026-2031. Peningkatan tersebut dipengaruhi oleh bertambahnya laba perusahaan yang dihasilkan dari kegiatan operasional usaha setiap tahunnya. Meskipun terdapat pengambilan prive oleh pemilik, kondisi modal akhir tetap menunjukkan perkembangan yang positif. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kemampuan yang cukup baik dalam mengelola modal dan mempertahankan kestabilan keuangan untuk mendukung keberlangsungan usaha di masa mendatang.

6.8 Analisis Payback Periode

Analisis *payback periode* merupakan metode yang digunakan untuk mengetahui jangka waktu yang dibutuhkan perusahaan dalam mengembalik modal investasi awal melalui keuntungan yang diperoleh dari kegiatan operasional usaha. Melalui analisis ini, perusahaan dapat menilai seberapa cepat investasi yang dikeluarkan dapat kembali, sehingga dapat digunakan sebagai salah satu

indikator dalam menentukan kelayakan dan tingkat risiko suatu bisnis. Selain itu *payback periode* juga membantu perusahaan dalam mengelola aktivitas pengelolaan keuangan serta potensi keberlanjutan perusahaan di masa mendatang.

Tabel 6. 12 Analisis *Payback Periode* CV Solid Trip Experience

$n + \{(a+b)/(c-b) \times 1 \text{ Tahun}\}$				
	n	a+b	c-b	
	3	Rp318.123.879,10	Rp408.490.250,39	Periode
	3	0,778779613		
		3,778779613		Tahun
	0,778779613	12	9,345355356	Bulan
	0,345355356	30	10,36066067	Hari
Berdasarkan perhitungan <i>Payback Periode</i> , perkiraan modal investasi akan kembali pada tahun ke-3 bulan ke-9 hari ke 10				

Sumber: Data diolah CV Solid Trip Experience (2026)

Menurut tabel 6.12 mengenai analisis *Payback Periode*, modal awal CV Solid Trip Experience yang berjumlah Rp 500.000.000 (Lima Ratus Juta Rupiah) diperkirakan akan kembali pada tahun ke-3 bulan ke-9 dan hari ke-10. Hasil tersebut menunjukkan bahwa perusahaan CV Solid Trip Experience memiliki kemampuan yang cukup baik dalam menghasilkan keuntungan untuk menutup investasi yang telah dikeluarkan. Selain itu, jangka waktu pengembalian modal yang relatif tidak terlalu lama juga mencerminkan bahwa usaha jasa *incentive travel* yang dijalankan memiliki prospek dan tingkat kelayakan bisnis yang cukup baik untuk dikembangkan di masa mendatang.

6.9 Analisis Net Present Value

Analisis *Net Present Value* merupakan metode yang digunakan untuk mengetahui nilai sekarang dari arus kas yang akan diperoleh perusahaan di masa mendatang dibandingkan dengan nilai investasi awal yang telah dikeluarkan. Analisis ini bertujuan untuk menilai tingkat kelayakan suatu usaha dengan mempertimbangkan faktor nilai waktu terhadap uang (*time value of money*). Melalui perhitungan NPV, penulis dapat mengetahui apakah investasi yang dijalankan mampu memberikan keuntungan dan layak untuk dikembangkan dalam jangka panjang. Dalam perhitungan *Net Present Value* (NPV), CV Solid Trip Experience menggunakan tingkat suku bunga sebesar 10% yang mengacu pada suku bunga Bank BCA. Adapun hasil analisis Net Present Value CV Solid Trip Experience dapat dilihat pada Tabel 6.13 berikut.

Tabel 6. 13 Analisis *Net Present Value* CV Solid Trip Experience

ANALISIS NET PRESENT VALUE (NPV)				
		$Fv = 1:(1+i)^n$	$i = \text{Suku Bunga (10\%)}$ $n = \text{Tahun (Pangkat)}$	
		Tahun 1	0,909090909	
		Tahun 2	0,826446281	
		Tahun 3	0,751314801	
		Tahun 4	0,683013455	
		Tahun 5	0,620921323	
		Tahun 6	0,56447393	
TAHUN	DISKONTO	X	ARUS KAS BERSIH	PRESENT VALUE
1 (2022)	0,90909091	X	Rp 266.733.580,00	Rp 242.485.072,73
2 (2023)	0,82644628	X	Rp 213.264.886,68	Rp 149.088.042,15
3 (2024)	0,7513148	X	Rp 264.529.636,97	Rp 173.901.421,49

ANALISIS <i>NET PRESENT VALUE</i> (NPV)				
TAHUN	DISKONTO	X	ARUS KAS BERSIH	<i>PRESENT VALUE</i>
4 (2020)	68301346	X	Rp 465.776.146,02	Rp 245.939.760,95
5 (2021)	62092132	X	Rp 856.287.303,16	Rp 420.630.832,47
6 (2022)	56447393	X	Rp 1.623.661.090,88	Rp 815.057.604,00
PV <i>Proceeds</i>			=	Rp 2.047.102.733,78
PV <i>Outlays</i>			=	Rp 500.000.000,00
<i>Net Present Value</i> = PV <i>Proceeds</i> - PV <i>Outlays</i>			=	Rp 1.547.102.733,78
NPV			=	Rp 1.547.102.733,78

Sumber: Data diolah CV Solid Trip Experience (2026)

Berdasarkan hasil perhitungan Net Present Value (NPV) dengan tingkat diskonto sebesar 10%, diperoleh total *Present Value* (PV) dari arus kas masuk (PV *Proceeds*) sebesar Rp2.047.102.733,78, sedangkan nilai investasi awal (PV *Outlays*) sebesar Rp500.000.000,00. Selisih antara kedua nilai tersebut menghasilkan NPV sebesar Rp1.547.102.733,78. Nilai NPV yang positif menunjukkan bahwa nilai sekarang dari manfaat yang diperoleh lebih besar dibandingkan biaya investasi yang dikeluarkan. Dengan demikian, usaha atau investasi yang dianalisis dinilai layak untuk dijalankan karena mampu memberikan nilai tambah dan keuntungan bagi perusahaan.

Tabel 14 Analisis *Net Present Value* dengan suku bunga tertinggi CV Solid Trip Experience

ANALISIS NET PRESENT VALUE (NPV)					
Penelitian ini seluruh karya tulis ini bertujuan untuk meningkatkan, penelitian, dan pengembangan yang wajar dan penting yang banyak sebagian atau karta	Universitas Jakarta	$F_v = 1:(1+i)^n$		$i = \text{Suku Bunga (12\%)}$ $n = \text{Tahun (Pangkat)}$	
		Tahun 1		0,892857143	
		Tahun 2		0,797193878	
		Tahun 3		0,711780248	
		Tahun 4		0,635518078	
		Tahun 5		0,567426856	
		Tahun 6		0,506631121	
		TAHUN	DISKONTO	X	ARUS KAS BERSIH
1 (2026)	0,89285714	X	Rp 266.733.580,00	Rp	238.154.982,14
2 (2027)	0,79719388	X	Rp 213.264.886,68	Rp	170.013.461,96
3 (2028)	0,71178025	X	Rp 264.529.636,97	Rp	188.286.970,56
4 (2029)	0,63551808	X	Rp 465.776.146,02	Rp	296.009.161,29
5 (2030)	0,56742686	X	Rp 856.287.303,16	Rp	485.880.412,02
6 (2031)	0,50663112	X	Rp 1.623.661.090,88	Rp	822.597.238,88
PV Proceeds				=	Rp 2,210,612,314.87
PV Outlays				=	Rp 500,000,000.00
Net Present Value = PV Proceeds - PV Outlays				=	Rp 1.700.942.226,85
NPV = Rp 1.700.942.226,85					

Sumber: Data diolah CV Solid Trip Experience (2026)

Berdasarkan hasil perhitungan *Net Present Value* (NPV) dengan tingkat diskonto sebesar 12%, diperoleh total *Present Value* (PV) dari arus kas masuk (PV *Proceeds*) sebesar Rp2.210.612.314,87, sedangkan nilai investasi awal (PV *Outlays*) sebesar Rp500.000.000. Selisih antara kedua nilai tersebut menghasilkan NPV sebesar Rp1.700.942.226,85. Nilai NPV yang positif menunjukkan bahwa nilai sekarang dari manfaat yang diperoleh lebih besar dibandingkan biaya investasi yang dikeluarkan. Dengan demikian, maka investasi yang dianalisis dinilai layak untuk dijalankan karena mampu menghasilkan keuntungan dan memberikan nilai tambah bagi perusahaan.

6.10 Analisis Internal Rate of Return

Internal Rate of Return (IRR) merupakan metode analisis investasi yang digunakan untuk mengetahui tingkat pengembalian dari suatu investasi berdasarkan arus kas yang dihasilkan selama periode 2026-2031. Analisis ini bertujuan untuk menilai tingkat kelayakan usaha dengan membandingkan tingkat pengembalian investasi terhadap tingkat suku bunga atau biaya modal yang digunakan perusahaan. Melalui perhitungan IRR, perusahaan dapat mengetahui apakah investasi yang dijalankan mampu memberikan keuntungan yang lebih tinggi dibandingkan tingkat pengembalian minimum yang telah ditetapkan.

Tabel 6. 15 Analisis *Internal Rate of Return* (IRR) CV Solid Trip Experience

INTERNAL RATE OF RETURN (IRR)		
IRR =	NPV Rk	x (Rb - Rk)
	PV Rk - PV Rb	

Keterangan

IRR = Initial Rate of Return

Rk = Tingkat suku bunga terendah

INTERNAL RATE OF RETURN (IRR)						
Rb = Tingkat suku bunga tertinggi NPV Rk = <i>Net Present Value</i> terendah PV Rk = <i>Present Value</i> Suku pada Bunga Terendah PV Rb = <i>Present Value</i> Suku pada Bunga Tertinggi						
	Tingkat Bunga	PV of Proceeds	-	PV of Outlays	=	NPV
	10%	Rp2,047,102,733.78	-	Rp500,000,000.00	=	Rp1,547,102,733.78
	12%	Rp2,200,942,226.85	-	Rp500,000,000.00	=	Rp1,700,942,226.85
	IRR =	Rk	+	NPV Rk	x	(Rb - Rk)
				PV Rk - PV Rb		
	IRR =	10%	+	Rp1,547,102,733.78	x	2%
				Rp153,839,493.08		
	IRR =	10%	+	10,05660317	x	2%
IRR =		10%	+	0,201132063		
IRR =				30%		

Sumber: Data diolah CV Solid Trip Experience (2026)

Berdasarkan hasil perhitungan, nilai NPV pada tingkat suku bunga 10% sebesar Rp1,547,102,733.78, sedangkan pada tingkat suku bunga 12% sebesar Rp1,700,942,226.85. Selanjutnya, hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai IRR yang diperoleh adalah sebesar

30%. Nilai ini menunjukkan bahwa investasi mampu menghasilkan tingkat pengembalian sebesar 30%, sehingga investasi dinilai layak untuk dilakukan karena tingkat pengembaliannya lebih tinggi dibandingkan tingkat suku bunga yang digunakan sebagai pembanding.





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

6.11 Analisis Profitabilitas Index

Profitability Index (PI) merupakan salah satu metode analisis investasi yang digunakan untuk mengukur tingkat keuntungan suatu investasi dengan membandingkan nilai sekarang dari arus kas yang diterima terhadap nilai investasi awal yang dikeluarkan. Analisis ini bertujuan untuk menilai kelayakan suatu usaha berdasarkan kemampuan investasi dalam menghasilkan manfaat ekonomi. Melalui perhitungan PI, perusahaan dapat mengetahui besarnya nilai manfaat yang diperoleh dari setiap satuan dana yang diinvestasikan. Apabila nilai PI lebih besar dari 1, maka investasi dinilai layak untuk dilaksanakan karena mampu menghasilkan nilai manfaat yang lebih besar daripada biaya investasi yang dikeluarkan.

Tabel 6. 16 Analisis *Profitability Index* (PI) CV Solid Trip Experience

PROFITABILITY INDEX					
Tahun	DISKONTO	x	Proceeds		PV Proceeds
2027	0,826446281	X	Rp	213.264.886,68	Rp 176.251.972,46
2028	0,751314801	X	Rp	264.529.636,97	Rp 198.745.031,53
2029	0,683013455	X	Rp	465.776.146,02	Rp 318.131.374,92
2030	0,620921323	X	Rp	856.287.303,16	Rp 531.687.045,20
2031	0,56447393	X	Rp	1.623.661.090,88	Rp 916.514.357,04
Total Present Value of Proceeds					Rp 2.141.329.781,16
PV Outlays					Rp 500.000.000,00

<i>Profitability Index</i>	PV Proceeds	
	PV Outlays	
<i>Profitability Index</i>	Rp	2.141.329.781,16
	Rp	500.000.000,00
<i>Profitability Index</i>		4,282659562

Sumber: Data diolah CV Solid Trip Experience (2026)

Berdasarkan hasil perhitungan *Profitability Index* (PI), diperoleh total *Present Value* (PV) of *Proceeds* sebesar Rp2.141.329.781,16 dan nilai investasi awal (PV *Outlays*) sebesar Rp500.000.000,00. Perbandingan antara kedua nilai tersebut menghasilkan *Profitability Index* sebesar 4,28. Nilai PI yang lebih besar dari 1 menunjukkan bahwa investasi yang dilakukan mampu menghasilkan manfaat 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

lebih besar dibandingkan biaya yang dikeluarkan. Dengan demikian, usaha atau investasi yang dianalisis dinilai layak untuk dijalankan karena setiap Rp1,00 investasi yang ditanamkan berpotensi menghasilkan nilai manfaat sebesar Rp4,28.

6.12 Analisis Return of Investment

Return on Investment (ROI) merupakan salah satu metode analisis yang digunakan untuk mengukur tingkat keuntungan yang diperoleh dari suatu investasi dibandingkan dengan biaya yang telah dikeluarkan. Analisis ini bertujuan untuk menilai efektivitas penggunaan modal dalam menghasilkan laba selama periode usaha berlangsung. Melalui perhitungan ROI, perusahaan dapat mengetahui besarnya persentase keuntungan yang diperoleh dari setiap investasi yang ditanamkan. Semakin tinggi nilai ROI yang dihasilkan, maka semakin baik tingkat pengembalian investasi tersebut, sehingga dapat menjadi dasar dalam menilai kelayakan dan profitabilitas suatu usaha.

Tabel 6. 17 Analisis *Return Of Investment* (ROI) CV Solid Trip Experience

RETURN OF INVESTMENT (ROI)			
Return Of Investment =	Laba Bersih	x	100%
	Modal Investasi		
Tahun	Laba Bersih	Total Aktiva	ROI
1 (2026)	-Rp 107.582.670,00	Rp 392.417.330,00	-27,42%
2 (2027)	-Rp 83.301.059,99	Rp 356.116.032,51	-23,39%
3 (2028)	Rp 42.616.179,92	Rp 378.140.866,14	11,27%
4 (2029)	Rp 275.507.699,18	Rp 610.540.612,69	45,13%
5 (2030)	Rp 408.490.250,39	Rp 990.599.973,16	41,24%
6 (2031)	Rp 1.021.710.068,66	Rp 1.711.907.838,21	59,68%

Sumber: Data diolah CV Solid Trip Experience (2026)

Berdasarkan hasil perhitungan *Return on Investment* (ROI), tingkat pengembalian investasi mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Pada tahun 2026 dan 2027, nilai ROI masih berada pada kondisi negatif, masing-masing sebesar -27,42% dan -23,39%, yang menunjukkan bahwa usaha belum mampu menghasilkan keuntungan dari investasi yang ditanamkan. Namun, mulai tahun 2028 nilai ROI berubah menjadi positif sebesar 11,27% dan terus meningkat hingga tahun 2029 mencapai 45,13%, dan mengalami penurunan di tahun 2030 menjadi



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

sebesar 41,24% dan meningkat lagi pada tahun 2031 mencapai 59,68%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kemampuan usaha dalam menghasilkan laba semakin baik seiring berjalannya waktu. Dengan tren ROI yang terus meningkat dan bernilai positif pada tahun-tahun berikutnya, usaha yang dianalisis memiliki prospek yang baik dalam memberikan pengembalian atas investasi yang telah 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 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB VII

ANALISIS DAMPAK DAN RESIKO

Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang penyelenggaraan *event* dan *incentive travel*, CV Solid Trip Experience menghadapi berbagai tantangan yang dapat menimbulkan risiko dalam aktivitas usahanya. Risiko tersebut dapat berasal dari faktor internal, seperti pengelolaan sumber daya dan operasional, maupun faktor eksternal, seperti perubahan kondisi pasar, regulasi, dan situasi yang berada di luar kendali perusahaan. Dalam lingkungan bisnis yang dinamis, risiko bukan hanya sekadar hambatan, melainkan variabel ketidakpastian yang memerlukan pendekatan sistematis melalui analisis risiko agar perusahaan mampu mempertahankan kelangsungan operasionalnya (Fahmi, 2010)

Untuk mengurangi kemungkinan terjadinya dampak yang merugikan, perusahaan perlu melakukan proses identifikasi dan analisis risiko secara menyeluruh. Melalui proses tersebut, berbagai potensi risiko dapat dikenali sejak dini sehingga langkah-langkah pencegahan dan penanganan yang tepat dapat dirancang dan diterapkan. Sebagaimana dinyatakan oleh Akbar & Setya (2022), identifikasi risiko merupakan tahapan paling krusial dalam manajemen risiko karena menjadi fondasi untuk menentukan langkah mitigasi yang tepat guna meminimalkan dampak negatif terhadap kinerja operasional organisasi.

7.1 Aspek Hukum

Dalam membentuk dan mengelola suatu badan usaha, keberadaan landasan legal menjadi elemen yang sangat penting karena memberikan dasar perlindungan terhadap seluruh kegiatan operasional perusahaan. CV Solid Trip Experience menerapkan beberapa regulasi utama, meliputi ketentuan legal terkait pembentukan entitas usaha, regulasi yang mengatur pelaksanaan program perjalanan wisata dan *incentive travel*, ketentuan mengenai hubungan kerja sama dengan pihak ketiga, aturan dalam menjalin kemitraan formal dengan pihak ketiga, serta mekanisme penanganan konflik hukum yang mungkin terjadi dalam kegiatan operasional.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

7.1.1 Aspek Hukum Pendirian Perusahaan

Legalitas usaha CV Solid Trip Experience dibangun melalui pemenuhan berbagai ketentuan hukum yang mengatur pendirian dan operasional perusahaan. Ketentuan tersebut mencakup prosedur pendirian badan usaha, pengajuan dan pengelolaan perizinan, kelengkapan administrasi, serta kepatuhan terhadap regulasi yang relevan dengan bidang usaha pariwisata. Adapun peraturan perundang-undangan yang menjadi acuan dalam aspek ini adalah sebagai berikut:

1. Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan;
2. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2025 tentang Perubahan Ketiga atas Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan;
3. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah;
4. Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan UMKM;
5. Permenkarefraf Nomor 13 Tahun 2021 tentang perubahan atas peraturan menteri pariwisata dan ekonomi kreatif/kepala badan pariwisata dan ekonomi kreatif nomor 10 tahun 2020 tentang pedoman umum penyaluran bantuan pemerintah di lingkungan kementerian pariwisata dan ekonomi kreatif/badan pariwisata dan ekonomi kreatif;
6. Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor 5 Tahun 2017 tentang Pedoman Destinasi Penyelenggaraan Pertemuan Perjalanan Insentif, Konvensi dan Pameran;
7. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2025 tentang Penyelenggaraan Perizinan Berusaha Berbasis Risiko;
8. Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1994 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1983 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan;
9. Peraturan Menteri Investasi dan Hilirisasi/Badan Koordinasi Penanaman Modal Nomor 5 Tahun 2025 tentang Pedoman dan Tata Cara Penyelenggaraan Perizinan Berusaha Berbasis Risiko dan Fasilitas Penanaman Modal Melalui Sistem Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik (*Online Single Submission*);



© 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

0. Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja menjadi Undang-Undang.

Dengan mengacu pada regulasi tersebut, CV Solid Trip Experience dapat menjalankan kegiatan usahanya secara legal, terstruktur, serta sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Indonesia.

7.1.2 Aspek Hukum Ketenagakerjaan

Dalam menjalankan kegiatan usahanya, aspek hukum ketenagakerjaan sebagai dasar dalam mengatur hubungan kerja antara perusahaan dan tenaga kerja. Hukum ketenagakerjaan mencakup pengaturan terkait proses rekrutmen, pengupahan, jaminan sosial, hak dan kewajiban tenaga kerja, serta perlindungan kerja lainnya. Adapun peraturan perundang-undangan yang menjadi acuan dalam aspek ini adalah sebagai berikut:

1. Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan, yang mengatur hak dan kewajiban tenaga kerja, termasuk upah, waktu kerja, cuti, serta perlindungan keselamatan dan kesehatan kerja;
2. Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja menjadi Undang-Undang;
3. Peraturan Pemerintah Nomor 35 Tahun 2021 tentang Perjanjian Kerja Waktu Tertentu (PKWT), alih daya, waktu kerja dan waktu istirahat, serta pemutusan hubungan kerja;
4. Peraturan Pemerintah Nomor 51 Tahun 2023 tentang Perubahan atas Peraturan Pemerintah Nomor 36 Tahun 2021 tentang Pengupahan;
5. Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2011 tentang Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS), yang mengatur jaminan sosial tenaga kerja;
6. Peraturan Presiden Nomor 59 Tahun 2024 tentang Perubahan Ketiga atas Peraturan Presiden Nomor 82 Tahun 2018 tentang Jaminan 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

7. Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2019 tentang Perubahan atas Peraturan Pemerintah Nomor 44 Tahun 2015 tentang Penyelenggaraan Program Jaminan Kecelakaan Kerja dan Jaminan Kematian;
8. Peraturan Pemerintah Nomor 45 Tahun 2015 tentang Penyelenggaraan Program Jaminan Pensiun;
9. Peraturan Pemerintah Nomor 60 Tahun 2015 tentang Perubahan Atas Peraturan Pemerintah Nomor 46 Tahun 2015 Tentang Penyelenggaraan Program Jaminan Hari Tua.

Dengan mengacu pada regulasi tersebut, CV Solid Trip Experience berkomitmen untuk memenuhi hak dan kewajiban tenaga kerja secara adil serta menciptakan lingkungan kerja yang aman, nyaman, dan profesional.

7.1.3 Aspek Hukum Perjanjian Kerjasama

Dalam menjalankan kegiatan usahanya, CV Solid Trip Experience tidak terlepas dari berbagai bentuk kerja sama, baik jangka pendek maupun jangka panjang, dengan klien, vendor, maupun mitra bisnis lainnya. Agar perjanjian kerja sama tersebut memiliki kekuatan hukum dan diakui secara sah, maka seluruh proses penyusunan hingga pelaksanaannya harus berlandaskan pada ketentuan hukum yang berlaku di Indonesia. Adapun peraturan yang menjadi acuan dalam aspek ini adalah sebagai berikut:

1. Pasal 19 Kitab Undang-Undang Hukum Dagang (KUHD) mengatur mengenai definisi dasar dari Persekutuan Komanditer (CV);
2. Pasal 20 Kitab Undang-Undang Hukum Dagang (KUHD) mengatur pembatasan kewenangan sekutu komanditer;
3. Pasal 21 Kitab Undang-Undang Hukum Dagang (KUHD) mengatur sanksi bagi sekutu komanditer (sekutu pasif) dalam persekutuan komanditer (CV) yang melanggar larangan untuk ikut campur dalam pengurusan atau manajemen Perusahaan;
4. Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata) tentang syarat sahnya perjanjian;



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

5. Pasal 1313 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata) tentang definisi perjanjian, yaitu suatu perbuatan di mana satu orang atau lebih mengikatkan diri terhadap satu orang lain atau lebih;
6. Pasal 1338 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata) tentang asas kebebasan berkontrak, yang menyatakan bahwa semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi para pihak yang membuatnya;
7. Pasal 1266 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata) tentang syarat batal dalam perjanjian timbal balik;
8. Pasal 1267 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata) tentang akibat hukum apabila salah satu pihak tidak memenuhi kewajibannya (wanprestasi).

Dengan berlandaskan ketentuan tersebut, CV Solid Trip Experience memastikan bahwa setiap kerja sama yang dilakukan memiliki dasar hukum yang kuat, jelas, serta mampu melindungi hak dan kewajiban seluruh pihak yang terlibat.

7.1.4 Aspek Hukum Penyelesaian Sengketa

Pelaksanaan kegiatan usaha CV Solid Trip Experience melibatkan berbagai hubungan kerja sama dengan klien, vendor, maupun mitra bisnis lainnya yang mendukung operasional perusahaan. Baik kerja sama yang bersifat jangka pendek maupun jangka panjang perlu didasarkan pada perjanjian yang memiliki landasan hukum yang jelas. Oleh karena itu, setiap bentuk perjanjian yang dibuat harus memenuhi persyaratan hukum yang berlaku agar memiliki kekuatan mengikat dan memberikan perlindungan hukum bagi seluruh pihak yang terlibat. Adapun peraturan yang menjadi acuan dalam aspek ini adalah sebagai berikut:

1. Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa, yang mengatur mekanisme penyelesaian sengketa di luar pengadilan;
2. Peraturan Mahkamah Agung (PERMA) Nomor 1 Tahun 2016 tentang Prosedur Mediasi di Pengadilan, sebagai dasar pelaksanaan mediasi dalam proses penyelesaian sengketa.



© 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 mengacu pada ketentuan tersebut, CV Solid Trip Experience berupaya menyelesaikan setiap sengketa secara efektif, baik melalui jalur non-litigasi seperti mediasi dan arbitrase, maupun melalui jalur hukum apabila diperlukan.

7.1.5 Aspek Hukum Merek Dagang

Pelaksanaan kegiatan usaha CV Solid Trip Experience melibatkan berbagai hubungan kerja sama dengan klien, vendor, maupun mitra bisnis lainnya yang mendukung operasional perusahaan. Baik kerja sama yang bersifat jangka pendek maupun jangka panjang perlu didasarkan pada perjanjian yang memiliki landasan hukum yang jelas. Hal ini penting mengingat semakin berkembangnya kerja sama bisnis juga diikuti dengan meningkatnya potensi sengketa antar pihak yang terlibat, yang umumnya muncul akibat wanprestasi atau ingkar janji. Oleh karena itu, setiap bentuk perjanjian yang dibuat harus memenuhi persyaratan hukum yang berlaku agar memiliki kekuatan mengikat dan memberikan perlindungan hukum bagi seluruh pihak yang terlibat. Perlindungan hukum yang bersifat preventif diperlukan untuk meminimalisasi peluang terjadinya pelanggaran maupun sengketa serta memberikan kepastian hukum bagi para pihak yang terlibat dalam suatu hubungan hukum Seno Wijanarko & Pribadi (2022)

1. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, yang mengatur tentang pendaftaran, perlindungan, serta hak atas merek;
2. Peraturan Menteri Hukum dan HAM Nomor 12 Tahun 2021 tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor 67 Tahun 2016 Tentang Pendaftaran Merek.

Dengan mengacu pada regulasi tersebut, CV Solid Trip Experience berupaya memastikan bahwa merek yang digunakan memiliki perlindungan hukum yang sah serta dapat meningkatkan nilai dan kepercayaan terhadap perusahaan.

7.2 Dampak Terhadap Lingkungan

Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang *incentive travel* berbasis *experiential tourism*, CV Solid Trip Experience berkomitmen untuk menghadirkan program perjalanan yang tidak hanya berkesan, tetapi juga memperhatikan aspek keberlanjutan dan kenyamanan peserta. Komitmen ini diwujudkan melalui



© 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

penyediaan *travel kit* bagi setiap peserta sebagai bagian dari standar layanan perusahaan. *Travel kit* yang disediakan terdiri dari *tumbler*, handuk (*towel*), serta *toiletries*. Penggunaan *tumbler* bertujuan untuk mengurangi penggunaan botol plastik sekali pakai selama perjalanan, sehingga mendukung upaya pengurangan sampah plastik. Selain itu, penyediaan handuk dan *toiletries* juga bertujuan untuk meningkatkan kenyamanan dan kesiapan peserta selama mengikuti rangkaian kegiatan, terutama pada program yang melibatkan aktivitas *outdoor* maupun *adventure*. Seluruh perlengkapan tersebut dipilih dengan mempertimbangkan efisiensi penggunaan serta kemudahan bagi peserta.

Di sisi operasional, CV Solid Trip Experience juga mendorong penggunaan sumber daya secara lebih bijak, seperti meminimalkan penggunaan kertas melalui distribusi informasi secara digital serta mengoptimalkan koordinasi berbasis teknologi. Perusahaan juga bekerja sama dengan vendor dan mitra lokal yang mendukung praktik pariwisata berkelanjutan. Selain itu, dalam setiap program *incentive travel* yang diselenggarakan, perusahaan berupaya melibatkan pelaku usaha lokal, penyedia jasa wisata, serta komunitas setempat sebagai bagian dari rangkaian pengalaman peserta. Keterlibatan tersebut tidak hanya memperkaya pengalaman perjalanan melalui interaksi langsung dengan budaya dan kearifan lokal, tetapi juga memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat di destinasi tujuan melalui peningkatan permintaan terhadap produk dan jasa lokal. Dengan demikian, kegiatan yang diselenggarakan diharapkan mampu memberikan dampak positif yang berkelanjutan bagi lingkungan, masyarakat, dan sektor pariwisata daerah.

Dengan berbagai upaya tersebut, CV Solid Trip Experience tidak hanya berfokus pada penyelenggaraan program perjalanan yang berkualitas, tetapi juga berupaya memberikan kontribusi positif terhadap lingkungan, mendukung pemberdayaan masyarakat lokal, serta menciptakan pengalaman yang lebih bermakna bagi setiap peserta. Komitmen ini sejalan dengan konsep pengembangan pariwisata berkelanjutan yang menekankan pengembangan potensi daerah melalui ekowisata, konservasi, dan wisata budaya. Menurut Perangin-Angin et al. (2024), berbagai bentuk desa wisata dapat diciptakan untuk mengembangkan potensi yang ada. Seperti menciptakan ekowisata, konservasi, wisata budaya, dan yang lainnya.



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

Oleh karena itu, penyelenggaraan *incentive travel* yang mengedepankan aspek keberlanjutan dan keterlibatan masyarakat lokal diharapkan dapat memberikan manfaat ekonomi, sosial, dan lingkungan secara berkelanjutan.

7.3 Analisis Resiko Usaha

Dalam menjalankan aktivitas bisnisnya, CV Solid Trip Experience dihadapkan pada berbagai kondisi yang dapat menimbulkan risiko terhadap operasional maupun perkembangan perusahaan. Risiko tersebut dapat bersumber dari faktor internal maupun eksternal yang berpotensi memengaruhi efektivitas pelaksanaan kegiatan usaha. Beberapa aspek yang berpotensi menimbulkan risiko antara lain pemasaran, keuangan, operasional, sumber daya manusia, serta reputasi perusahaan. Mengingat dampak yang dapat ditimbulkan, perusahaan perlu menerapkan pengelolaan risiko yang terencana melalui proses identifikasi, analisis, evaluasi, dan pengendalian risiko secara berkelanjutan. Menurut Prayuda et al. (2026) manajemen risiko merupakan proses sistematis yang bertujuan mengidentifikasi, menganalisis, menilai, dan mengendalikan berbagai risiko yang mungkin muncul dalam pengelolaan usaha sehingga dapat meminimalkan potensi kerugian dan meningkatkan keberlangsungan bisnis. Langkah ini bertujuan untuk meminimalkan potensi kerugian serta memastikan kegiatan usaha dapat berjalan secara optimal. Adapun uraian berikut menjelaskan berbagai potensi risiko yang dapat dihadapi oleh CV Solid Trip Experience berdasarkan masing-masing aspek bisnis:

7.3.1 Risiko Pemasaran

Berdasarkan potensi tantangan yang telah diuraikan, CV Solid Trip Experience perlu mengidentifikasi risiko pemasaran yang dapat memengaruhi keberhasilan strategi promosi, pencapaian target penjualan, serta posisi perusahaan di industri MICE dan *incentive travel*. Identifikasi ini penting sebagai dasar dalam penyusunan strategi mitigasi untuk menjaga keberlanjutan dan daya saing perusahaan. Menurut Hardian & Alfiana (2024), usaha menghadapi berbagai risiko, seperti pasar, keuangan, pemasaran, operasional, sumber daya manusia, dan hukum, yang jika tidak dikelola dengan baik dapat menghambat keberlanjutan



© 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

bisnis. Oleh karena itu, identifikasi dan pengelolaan risiko menjadi langkah strategis dalam mendukung keberhasilan usaha.

1. Rendahnya Pemahaman Pasar terhadap Konsep *Experiential Tourism*
Sebagian calon klien korporasi masih memiliki pemahaman yang terbatas mengenai konsep *experiential tourism* dan lebih familiar dengan program wisata konvensional. Kondisi ini dapat menyebabkan proses pemasaran menjadi lebih panjang karena perusahaan perlu melakukan edukasi pasar terlebih dahulu untuk menjelaskan manfaat, nilai tambah, dan dampak program terhadap motivasi serta engagement peserta. Hal ini sejalan dengan pendapat Meacci & Liberatore (2018) yang menyatakan bahwa industri pariwisata sedang mengalami pergeseran dari pariwisata konvensional menuju bentuk pariwisata berbasis pengalaman yang menghadapi berbagai tantangan baru. Selain itu, penciptaan pengalaman yang berkesan baru dalam beberapa tahun terakhir menjadi fokus strategis industri pariwisata, sehingga konsep *experiential tourism* masih memerlukan pemahaman dan penerimaan yang lebih luas dari pasar.

2. Tingginya Persaingan Industri MICE dan *Incentive Travel*

Banyak perusahaan *event organizer*, *travel agent*, maupun penyedia jasa MICE lainnya yang menawarkan program perjalanan insentif dengan harga yang lebih kompetitif. Persaingan tersebut berpotensi mengurangi peluang perusahaan dalam memperoleh klien baru, terutama pada segmen pasar yang lebih sensitif terhadap harga dibandingkan kualitas pengalaman yang ditawarkan.

3. Perubahan Tren dan Preferensi Konsumen

Kebutuhan dan minat klien terhadap program *incentive travel* dapat berubah seiring perkembangan tren pariwisata dan gaya hidup. Apabila perusahaan tidak mampu beradaptasi dengan perubahan tersebut, maka program yang ditawarkan berisiko kehilangan daya saing.

4. Ketergantungan pada Platform Digital sebagai Media Promosi

Strategi pemasaran perusahaan yang mengandalkan media sosial dan platform digital memiliki risiko berupa perubahan algoritma, penurunan jangkauan organik, serta rendahnya tingkat interaksi audiens. Hal ini menjadi penting untuk diperhatikan karena media sosial telah menjadi bagian vital dalam strategi



© 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

pemasaran pariwisata, di mana keberhasilan promosi sangat bergantung pada tingkat *engagement* yang mampu dihasilkan oleh *platform* digital yang digunakan.

5. Risiko Reputasi dan Citra Perusahaan

Reputasi perusahaan sangat dipengaruhi oleh ulasan, testimoni, serta pengalaman klien yang dibagikan melalui media digital. Hal ini menjadi penting karena pengalaman pelanggan dan rekomendasi dari mulut ke mulut merupakan sumber informasi yang sangat dipercaya oleh konsumen dalam menentukan pilihan mereka terhadap suatu produk atau layanan (Dafina, 2025).

6. Kegagalan Mencapai Target Pemasaran

Program promosi yang tidak tepat sasaran, rendahnya tingkat konversi prospek menjadi klien, maupun kurang efektifnya strategi branding dapat menyebabkan target penjualan dan pertumbuhan perusahaan tidak tercapai. Risiko ini dapat berdampak pada penurunan pendapatan serta menghambat pengembangan bisnis perusahaan.

Aspek pemasaran menjadi faktor kunci dalam keberhasilan dan pertumbuhan CV Solid Trip Experience. Oleh karena itu, Perusahaan perlu menerapkan strategi pemasaran yang adaptif dan inovatif melalui penguatan branding, pemanfaatan teknologi digital, pengembangan program sesuai tren, serta peningkatan kualitas layanan. Dengan pengelolaan risiko yang baik, Perusahaan dapat meningkatkan daya saing, kepercayaan klien, dan pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

7.3.2 Risiko Operasional

Dalam menjalankan kegiatan operasionalnya, CV Solid Trip Experience berhadapan dengan berbagai risiko yang berpotensi memengaruhi kelancaran pelaksanaan program *incentive travel*, kualitas layanan, serta tingkat kepuasan klien. Risiko-risiko tersebut dapat berasal dari faktor internal maupun eksternal yang terjadi selama tahap perencanaan, koordinasi, hingga pelaksanaan kegiatan di lapangan. Menurut (Abani et al., 2026), risiko operasional dapat disebabkan oleh kesalahan manusia, kegagalan sistem, proses, maupun faktor eksternal. Oleh karena itu, perusahaan perlu mengidentifikasi berbagai potensi risiko operasional sebagai



© 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

langkah awal dalam menyusun strategi mitigasi yang efektif. Adapun risiko operasional yang dapat dihadapi perusahaan adalah sebagai berikut:

1. Ketergantungan pada vendor eksternal, seperti transportasi, akomodasi, dan penyedia aktivitas, berpotensi menjadi risiko operasional bagi perusahaan. Apabila vendor tidak mampu memenuhi standar layanan yang telah ditetapkan atau terjadi kendala di lapangan, kualitas layanan yang diterima pelanggan dapat menurun. Kondisi ini perlu diperhatikan karena layanan yang berkualitas berperan penting dalam menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan serta memengaruhi loyalitas mereka terhadap perusahaan (Salim, 2024; Wulani, 2024).
2. Keterlambatan atau perubahan jadwal kegiatan akibat faktor teknis, seperti kondisi lalu lintas, keterbatasan waktu, maupun kendala koordinasi.
3. Ketidaksesuaian antara pelaksanaan program dengan *rundown* atau konsep yang telah disepakati bersama klien.
4. Kendala teknis di lapangan, seperti cuaca yang tidak mendukung, gangguan logistik, atau peralatan yang tidak berfungsi dengan baik.
5. Ketergantungan pada tenaga kerja lapangan atau *freelance*, yang berpotensi mempengaruhi konsistensi kualitas layanan, kedisiplinan, serta kepatuhan terhadap standar operasional perusahaan.
6. Risiko keselamatan dan kesehatan peserta selama kegiatan berlangsung, terutama pada program yang melibatkan aktivitas *outdoor*, *adventure*, atau perjalanan ke destinasi tertentu, yang berpotensi menimbulkan kecelakaan, cedera, maupun kondisi darurat lainnya.
7. Kegagalan komunikasi dan koordinasi antar tim operasional, vendor, dan klien dapat menyebabkan kesalahan informasi, keterlambatan pengambilan keputusan, serta terganggunya kelancaran pelaksanaan program, sebagaimana ditunjukkan bahwa kurangnya koordinasi dan sistem komunikasi yang tidak terintegrasi dapat menimbulkan hambatan komunikasi, keterlambatan informasi, serta menghambat proses pengambilan keputusan secara cepat dan akurat (Setiawati et al., 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

8. Keterbatasan kapasitas sumber daya manusia pada periode permintaan tinggi (*peak season*) dalam penyelenggaraan *incentive travel* berpotensi meningkatkan beban kerja tim dan menurunkan efektivitas pengawasan operasional (Dewi & Nugroho, 2020).
9. Gangguan teknologi dan sistem informasi yang digunakan dalam koordinasi kegiatan, pengelolaan data peserta, maupun komunikasi internal perusahaan dapat menghambat proses operasional dan pelayanan kepada klien. Risiko ini perlu diperhatikan mengingat sistem informasi berperan penting dalam mengelola data, meningkatkan efisiensi, dan mengoptimalkan kinerja bisnis, sehingga gangguan pada sistem dapat menurunkan produktivitas perusahaan (Nabila, 2025).
10. Risiko *force majeure*, seperti bencana alam, wabah penyakit, gangguan keamanan, maupun kebijakan pemerintah, dapat menyebabkan penundaan, perubahan, atau pembatalan program *incentive travel* yang telah direncanakan. Kondisi tersebut merupakan peristiwa di luar dugaan yang dapat menghambat pelaksanaan kegiatan dan kewajiban yang telah disepakati (Habeahan & Siallagan, 2021).

Keberhasilan program *incentive travel* bergantung pada perencanaan yang matang dan kemampuan perusahaan dalam mengelola risiko operasional. Oleh karena itu, CV Solid Trip Experience perlu menerapkan standar operasional yang jelas, memperkuat koordinasi dengan mitra, meningkatkan kompetensi SDM, serta menyiapkan rencana kontingensi. Pengelolaan risiko yang baik akan membantu menjaga kualitas layanan, meningkatkan kepuasan klien, dan mendukung keberlanjutan usaha.

7.3.3. Risiko Keuangan

Aspek keuangan merupakan menjadi salah satu faktor krusial yang memiliki pengaruh signifikan terhadap stabilitas serta keberlanjutan operasional CV Solid Trip Experience. Oleh karena itu, Perusahaan perlu melakukan identifikasi dan mitigasi terhadap berbagai potensi risiko keuangan yang dapat memengaruhi



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

kinerja dan kelangsungan usahanya. Adapun beberapa risiko keuangan yang perlu diperhatikan antara lain:

1. Pembengkakan biaya operasional, terutama akibat perubahan harga dari vendor seperti transportasi, akomodasi, dan aktivitas, dapat menyebabkan anggaran program melebihi perencanaan dan menurunkan margin keuntungan, mengingat bahwa risiko yang tidak dikelola dengan baik dapat menimbulkan kerugian finansial serta dipengaruhi oleh faktor eksternal yang berdampak pada operasional bisnis (Berliana et al., 2020).
2. Fluktuasi permintaan pasar, yang berdampak pada jumlah proyek yang diperoleh perusahaan. Penurunan permintaan, persaingan industri, serta perubahan kebutuhan klien dapat mempengaruhi pemasukan dan arus kas perusahaan.
3. Keterlambatan pembayaran dari klien, yang dapat mengganggu *cash flow* dan menghambat kelancaran operasional.
4. Pengaruh kondisi ekonomi makro, seperti inflasi atau kenaikan harga secara umum, yang dapat meningkatkan biaya operasional dan mempengaruhi daya beli klien terhadap layanan *incentive travel*.
5. Penipuan atau wanprestasi dari vendor, seperti ketidaksesuaian layanan dengan kesepakatan, manipulasi harga, penyalahgunaan dana pembayaran, maupun pembatalan layanan secara sepihak yang dapat menimbulkan kerugian finansial bagi perusahaan.
6. Risiko kerja sama yang tidak memiliki dasar hukum yang kuat, seperti tidak adanya *Memorandum of Understanding (MoU)*, *Memorandum of Agreement (MoA)*, atau kontrak kerja sama yang jelas dengan vendor dan mitra bisnis. Kondisi ini dapat menimbulkan sengketa terkait harga, ruang lingkup layanan, jadwal pelaksanaan, maupun tanggung jawab masing-masing pihak yang berpotensi menyebabkan kerugian finansial dan operasional.
7. Ketergantungan pada sejumlah vendor utama, sehingga apabila terjadi kenaikan harga, penghentian kerja sama, atau gangguan layanan dari vendor tersebut, perusahaan berpotensi mengalami peningkatan biaya maupun keterlambatan pelaksanaan program.



© 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

8. Kesalahan dalam penyusunan anggaran dan estimasi biaya proyek, yang dapat menyebabkan perbedaan antara biaya yang direncanakan dengan biaya aktual sehingga berdampak pada profitabilitas perusahaan.
9. Risiko piutang tak tertagih akibat pembatalan proyek, permasalahan keuangan klien, atau ketidakmampuan klien dalam memenuhi kewajiban pembayaran sesuai kesepakatan.

7.3.4. Force Majeure

Risiko *force majeure* adalah risiko yang muncul akibat kondisi eksternal yang berada di luar kendali CV Solid Trip Experience, bersifat tidak terduga, dan sulit untuk diperkirakan sebelumnya. Risiko ini berpotensi menyebabkan keterlambatan pelaksanaan program, kerugian finansial, bahkan pembatalan kegiatan *incentive travel*. Menurut Hibatullah & Nugraheni (2025), *force majeure* merupakan suatu peristiwa yang terjadi di luar kendali para pihak dan dapat menghambat atau bahkan menyebabkan ketidakmampuan dalam memenuhi kewajiban yang telah disepakati. Oleh sebab itu, perusahaan perlu menyiapkan langkah-langkah mitigasi yang efektif guna mengurangi dampak negatif yang mungkin terjadi. Beberapa potensi risiko dalam aspek ini antara lain:

1. Peristiwa alam yang tidak dapat diprediksi, seperti hujan deres, banjir, gempa bumi, atau tanah longsor yang berpotensi menghambat pelaksanaan kegiatan.
2. Ketidakstabilan situasi keamanan dan sosial, seperti aksi unjuk rasa, konflik masyarakat, atau kerusuhan yang dapat memengaruhi jalannya program.
3. Kondisi darurat kesehatan, seperti penyebaran penyakit menular yang dapat membatasi aktivitas perjalanan dan pelaksanaan kegiatan.
4. Perubahan kebijakan pemerintah, seperti pembatasan perjalanan, penutupan destinasi wisata, perubahan regulasi transportasi, maupun penerapan kebijakan darurat yang dapat mempengaruhi pelaksanaan program *incentive travel*.
5. Gangguan transportasi dan infrastruktur publik, seperti pembatalan penerbangan, penutupan jalan, gangguan operasional pelabuhan, atau kerusakan fasilitas umum yang dapat menyebabkan keterlambatan maupun perubahan jadwal kegiatan.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

6. Keadaan kahar (*Force Majeure*) yang menimpa vendor atau mitra kerja, seperti bencana, kebakaran, atau gangguan operasional pada penyedia transportasi, akomodasi, dan aktivitas wisata yang mengakibatkan layanan tidak dapat diberikan sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati.
7. Gangguan pada destinasi wisata atau lokasi kegiatan, seperti penutupan sementara objek wisata, kerusakan fasilitas, maupun pembatasan kapasitas pengunjung yang dapat mengurangi kualitas pengalaman peserta dan memerlukan penyesuaian program secara mendadak.

Meskipun risiko *force majeure* berada di luar kendali Perusahaan, CV Solid Trip Experience perlu melakukan langkah antisiptif seperti menyusun rencana darurat, mendiversifikasi vendor dan destinasi, memperkuat koordinasi dengan mitra, serta mencantumkan klausul *force majeure* dalam perjanjian Kerjasama. Langkah tersebut bertujuan untuk meminimalkan dampak risiko dan menjaga keberlangsungan layanan kepada klien.

7.3.5. Konflik Internal

Risiko konflik internal adalah kemungkinan terjadinya perselisihan atau ketidakharmonisan dalam lingkungan kerja CV Solid Trip Experience, baik antar pegawai maupun antara pegawai dan pihak manajemen. Kondisi ini dapat menghambat proses kerja sama, menurunkan produktivitas, serta berdampak pada kualitas pelayanan apabila tidak dikelola secara tepat. Beberapa potensi konflik internal yang mungkin terjadi antara lain:

1. Perbedaan pendapat dalam perencanaan dan pelaksanaan program, yang dapat memicu ketidaksepahaman antar anggota tim;
2. Ketidakjelasan pembagian tugas dan tanggung jawab, yang berpotensi menyebabkan tumpang tindih pekerjaan atau kesalahan dalam pelaksanaan;
3. Kurangnya komunikasi dan koordinasi, terutama dalam situasi kerja yang dinamis dan memiliki tekanan waktu tinggi;
4. Perbedaan tingkat pengalaman dan kompetensi antar anggota tim, yang dapat mempengaruhi kualitas kerja dan kerja sama 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

5. Tekanan kerja yang tinggi saat pelaksanaan *event* atau *trip*, yang berpotensi menimbulkan konflik jika tidak diimbangi dengan manajemen tim yang baik;
6. Konflik antara sekutu aktif dan sekutu pasif terkait pandangan yang berbeda.

7.3.6. Reputasi

Risiko reputasi merupakan kemungkinan terjadinya penurunan citra dan kredibilitas perusahaan di mata klien maupun masyarakat. Apabila reputasi perusahaan mengalami penurunan, hal tersebut dapat memengaruhi tingkat kepercayaan pelanggan, mengurangi peluang bisnis, serta menghambat pertumbuhan perusahaan. Hal ini sejalan dengan pendapat Sulistiani (2025) yang menyatakan bahwa reputasi perusahaan merupakan aspek penting yang dapat memengaruhi posisi dan perkembangan perusahaan di masa mendatang. Beberapa potensi risiko reputasi yang dapat terjadi antara lain:

1. Ketidakpuasan klien terhadap pelaksanaan program, baik dari segi konsep, pelayanan, maupun hasil kegiatan, yang dapat menimbulkan ulasan negatif di media sosial atau dari mulut ke mulut;
2. Ketidaksesuaian antara program yang ditawarkan dengan realisasi di lapangan, sehingga menimbulkan kesan bahwa perusahaan tidak profesional atau tidak konsisten;
3. Permasalahan operasional selama kegiatan, seperti keterlambatan, kesalahan koordinasi, atau kendala teknis yang berdampak langsung pada pengalaman peserta;
4. Perilaku tidak profesional dari tim atau mitra di lapangan, yang dapat mempengaruhi persepsi klien terhadap kualitas perusahaan;
5. Penanganan keluhan yang kurang responsif, sehingga memperburuk persepsi klien dan mengurangi tingkat kepercayaan terhadap perusahaan.

7.3.7 Politik

Risiko politik adalah potensi gangguan yang muncul akibat perubahan atau ketidakstabilan kondisi politik yang dapat memengaruhi aktivitas bisnis perusahaan. Situasi politik yang tidak kondusif dapat berdampak pada sektor pariwisata dan penyelenggaraan *incentive travel*, terutama terkait aksesibilitas



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

destinasi dan mobilitas peserta. Dalam kajian pariwisata, aspek keselamatan dan keamanan menjadi sangat penting, terutama dalam menghadapi potensi aksi teror dan turbulensi politik yang dapat mengganggu aktivitas pariwisata Mappasomba et al. (2024) Oleh karena itu, beberapa potensi risiko politik yang perlu diantisipasi antara lain:

1. Perubahan kebijakan pemerintah secara tiba-tiba, seperti pembatasan perjalanan, regulasi pariwisata, perizinan *event*, atau kebijakan pajak, yang dapat mempengaruhi pelaksanaan program serta meningkatkan biaya operasional.
2. Kondisi politik nasional yang tidak stabil, yang dapat menurunkan aktivitas ekonomi dan berdampak pada berkurangnya anggaran perusahaan klien untuk kegiatan *incentive travel* atau *corporate gathering*.
3. Konflik atau gangguan keamanan di destinasi wisata, seperti demonstrasi atau aksi massa, yang dapat menghambat perjalanan, mengganggu jalannya kegiatan, serta berpotensi membahayakan peserta dan tim di lapangan.
4. Kebijakan efisiensi atau penghematan anggaran yang diterapkan oleh pemerintah maupun perusahaan, yang berpotensi mengurangi alokasi dana untuk kegiatan MICE, *corporate gathering*, maupun *incentive travel* sehingga berdampak pada penurunan permintaan layanan perusahaan.
5. Munculnya kebijakan pembatasan kegiatan masyarakat akibat kondisi darurat nasional, bencana, atau situasi keamanan tertentu yang dapat menyebabkan penundaan maupun pembatalan program *incentive travel* dan *event* yang telah direncanakan.

7.4 Antisipasi Risiko Usaha

Berdasarkan berbagai risiko usaha yang telah teridentifikasi, CV Solid Trip Experience perlu melakukan langkah-langkah preventif untuk meminimalkan dampak negatif yang mungkin terjadi. Upaya ini penting dilakukan agar kegiatan operasional tetap berjalan lancar serta kualitas layanan kepada klien tetap terjaga. Hal ini sejalan dengan konsep manajemen risiko yang menekankan pentingnya pengendalian risiko untuk meminimalkan ketidakpastian dan potensi kerugian dalam kegiatan usaha (Oktariyanti, 2021) Oleh karena itu, berikut merupakan



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

uraian strategi mitigasi risiko yang dapat dilakukan oleh CV Solid Trip Experience terhadap berbagai risiko yang telah diidentifikasi sebelumnya.

7.4.1. Antisipasi Risiko Pemasaran

Sebagai upaya untuk mengurangi dampak risiko pemasaran yang dapat memengaruhi pencapaian target bisnis, CV Solid Trip Experience menerapkan berbagai strategi pencegahan dan pengendalian yang disusun secara terencana, antara lain sebagai berikut:

1. Meningkatkan pemahaman pasar terhadap konsep *experiential tourism* melalui konten edukatif yang konsisten di media sosial, *website*, serta kegiatan promosi langsung kepada klien;
2. Menerapkan strategi *value-based marketing* dengan menonjolkan manfaat pengalaman, *bonding*, dan dampak jangka panjang bagi perusahaan klien, bukan hanya berfokus pada harga;
3. Melakukan inovasi dan pengembangan program secara berkelanjutan agar tetap relevan dengan tren serta kebutuhan pasar, karena strategi diversifikasi produk merupakan salah satu bentuk mitigasi risiko yang dapat dilakukan untuk menyesuaikan bisnis dengan kondisi pasar yang terus berkembang (Yuwono & Vaddhano, 2025)
4. Mengoptimalkan penggunaan media digital secara konsisten, mulai dari pembuatan konten yang menarik, interaksi dengan audiens, hingga pemanfaatan fitur iklan untuk memperluas jangkauan pasar;
5. Membangun dan menjaga citra perusahaan melalui testimoni klien, portofolio, serta respons yang cepat dan profesional terhadap *feedback* atau keluhan;
6. Memperluas jaringan pemasaran melalui partisipasi dalam *travel fair*, pameran pariwisata, dan berbagai kegiatan industri MICE guna meningkatkan *brand awareness*, memperoleh calon klien baru, serta membangun hubungan kerja sama dengan mitra bisnis potensial;
7. Melakukan pendekatan pemasaran secara langsung melalui *sales call*, presentasi perusahaan, dan kegiatan *networking* kepada perusahaan maupun organisasi yang menjadi target pasar utama perusahaan;



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

8. Melakukan evaluasi secara berkala terhadap efektivitas strategi promosi dan pemasaran yang dijalankan, sehingga perusahaan dapat melakukan penyesuaian strategi sesuai dengan perkembangan pasar dan kebutuhan klien.

7.4.2. Antisipasi Risiko Operasional

Dalam rangka memastikan seluruh kegiatan berjalan sesuai rencana, CV Solid Trip Experience melakukan berbagai langkah mitigasi guna mengurangi kemungkinan terjadinya kendala operasional. Langkah ini sejalan dengan konsep manajemen risiko yang merupakan proses sistematis dalam mengidentifikasi, menilai, menentukan tindakan, serta melakukan pengawasan terhadap risiko operasional perusahaan sehingga risiko yang muncul dapat dikendalikan dan tidak menimbulkan kerugian bagi perusahaan (Pangestuti et al., 2022). Berikut adalah langkah antisipasinya:

1. Menjalin kerja sama dengan lebih dari satu vendor (transportasi, akomodasi, dan aktivitas) serta melakukan seleksi dan evaluasi berkala untuk memastikan kualitas layanan tetap terjaga;
2. Menyusun perencanaan waktu (*timeline*) dan *rundown* secara detail serta menyediakan waktu cadangan (*buffer time*) untuk mengantisipasi keterlambatan atau perubahan jadwal di lapangan;
3. Melakukan koordinasi intensif dengan klien melalui *briefing*, *final check*, dan persetujuan *rundown* sebelum pelaksanaan untuk memastikan kesesuaian konsep dan ekspektasi;
4. Menyusun *contingency plan* untuk menghadapi kendala teknis, seperti alternatif lokasi, aktivitas pengganti, serta kesiapan peralatan cadangan;
5. Melakukan seleksi tenaga kerja lapangan atau *freelance* secara ketat, memberikan *briefing* dan pelatihan singkat sebelum kegiatan, serta melakukan pengawasan langsung oleh tim internal selama program berlangsung.

7.4.3. Antisipasi Risiko Keuangan

Untuk menjaga kesehatan finansial perusahaan serta mendukung keberlanjutan usaha, CV Solid Trip Experience menyiapkan berbagai tindakan



© 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

preventif dalam menghadapi risiko keuangan yang berpotensi terjadi, antara lain sebagai berikut:

1. Menjalin kerja sama dengan vendor utama melalui kesepakatan harga atau kontrak kerja sama untuk menjaga stabilitas biaya serta mengurangi risiko pembengkakan anggaran;
2. Menyusun perencanaan dan proyeksi keuangan secara berkala serta melakukan diversifikasi klien dari berbagai sektor untuk mengurangi ketergantungan pada satu segmen pasar;
3. Menerapkan sistem pembayaran bertahap (*down payment* dan pelunasan) kepada klien guna menjaga arus kas tetap stabil serta meminimalkan risiko keterlambatan pembayaran;
4. Melakukan pengendalian anggaran secara disiplin dalam setiap program, dengan memprioritaskan kebutuhan utama serta menghindari pengeluaran yang tidak efisien;
5. Mengantisipasi dampak inflasi dan kenaikan harga dengan menambahkan margin cadangan dalam perencanaan anggaran serta melakukan penyesuaian harga secara berkala. Langkah ini sejalan dengan konsep pendanaan risiko yang dilakukan melalui penyediaan dana cadangan (*reserve fund*) untuk mengantisipasi risiko yang mungkin terjadi di masa mendatang (Oktariyanti, 2021)

7.4.4. Antisipasi *Force Majeure*

Sebagai bentuk kesiapsiagaan terhadap kejadian luar biasa yang tidak dapat diprediksi maupun dikendalikan, CV Solid Trip Experience menerapkan sejumlah langkah mitigasi guna meminimalkan dampak yang dapat mengganggu pelaksanaan program dan operasional perusahaan. Mitigasi risiko merupakan upaya sistematis yang bertujuan mengurangi kemungkinan terjadinya risiko maupun dampak kerugian yang ditimbulkan melalui penerapan strategi yang tepat terhadap potensi ancaman yang telah teridentifikasi (Hibatullah & Nugraheni, 2025). Dengan demikian, perusahaan perlu menyiapkan langkah-langkah antisipatif sebagai bentuk perlindungan awal terhadap berbagai risiko yang mungkin terjadi



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

selama pelaksanaan kegiatan usaha. Adapun beberapa langkah antisipatif yang dapat dilakukan antara lain:

1. Menyusun rencana kontinjensi (*contingency plan*) dengan menyediakan alternatif destinasi, aktivitas *indoor*, serta penyesuaian rundown apabila terjadi gangguan seperti cuaca ekstrem atau bencana alam;
2. Melakukan pemantauan kondisi cuaca dan situasi destinasi secara berkala, serta berkoordinasi dengan vendor lokal untuk memastikan kesiapan operasional sebelum dan selama kegiatan berlangsung;
3. Berkoordinasi dengan pihak keamanan setempat dan pihak terkait untuk mengantisipasi risiko gangguan sosial atau keamanan, serta menyesuaikan jadwal atau lokasi kegiatan jika diperlukan;
4. Menerapkan kebijakan fleksibilitas program, seperti penjadwalan ulang (*reschedule*) atau penyesuaian kegiatan apabila terjadi kondisi darurat yang tidak memungkinkan pelaksanaan program sesuai rencana;
5. Mengikuti protokol kesehatan dan kebijakan pemerintah apabila terjadi wabah atau pandemi, serta menyediakan opsi kegiatan yang lebih aman dan terbatas sesuai kondisi yang berlaku.

7.4.5. Antisipasi Konflik Internal

Dalam menjaga hubungan kerja yang harmonis dan produktif, CV Solid Trip Experience menetapkan berbagai upaya pencegahan untuk mengurangi potensi konflik internal yang dapat memengaruhi kinerja organisasi, yaitu sebagai berikut:

1. Membangun budaya kerja (*corporate culture*) yang positif, profesional, kolaboratif, dan saling menghargai melalui penerapan nilai-nilai perusahaan, sehingga tercipta lingkungan kerja yang kondusif dan mendukung tercapainya tujuan bersama;
2. Membangun budaya kerja yang terbuka dan komunikatif melalui *briefing* rutin, evaluasi pasca kegiatan, serta forum diskusi antara tim dan manajemen guna meminimalkan kesalahpahaman;



© 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

3. Menetapkan pembagian tugas dan tanggung jawab secara jelas melalui *job description* dan *timeline* kerja, sehingga menghindari tumpang tindih pekerjaan;
4. Meningkatkan koordinasi tim melalui penggunaan *tools* komunikasi dan manajemen proyek untuk mendukung kerja yang lebih terstruktur, terutama dalam kondisi kerja yang dinamis;
5. Melakukan pengembangan SDM melalui pelatihan dan *sharing knowledge* guna menyamakan standar kompetensi dan meningkatkan kerja sama tim;
6. Mengelola tekanan kerja dengan baik melalui pembagian beban kerja yang proporsional serta kegiatan *team building* untuk meningkatkan kekompakan dan bonding antar anggota tim;
7. Meningkatkan transparansi dalam penyampaian informasi terkait kebijakan perusahaan, kondisi keuangan, target kerja, serta perkembangan proyek guna membangun kepercayaan antar anggota tim;
8. Melakukan evaluasi kinerja dan pemberian umpan balik (*feedback*) secara berkala untuk memastikan setiap anggota tim memahami ekspektasi kerja dan dapat memperbaiki kinerjanya secara berkelanjutan.

7.4.6 Antisipasi Reputasi

Untuk mempertahankan kepercayaan pelanggan dan menjaga nama baik perusahaan, CV Solid Trip Experience menerapkan berbagai langkah pengelolaan reputasi secara konsisten dan berkesinambungan guna mengantisipasi potensi risiko yang dapat merugikan citra perusahaan. Adapun langkah-langkah antisipatif yang dapat dilakukan antara lain:

1. Menjamin kualitas pelaksanaan program sesuai dengan konsep, *rundown*, dan kesepakatan yang telah disetujui bersama klien;
2. Menjaga konsistensi antara penawaran program dengan realisasi di lapangan agar perusahaan dipandang profesional dan terpercaya;
3. Meminimalkan kendala operasional melalui perencanaan yang matang, koordinasi tim yang baik, serta kesiapan *contingency plan*;



© 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

4. Meningkatkan profesionalisme tim dan mitra melalui pelatihan, *briefing*, serta penerapan standar pelayanan yang jelas;
5. Membangun sistem penanganan keluhan yang cepat, responsif, dan solutif untuk menjaga kepuasan serta kepercayaan klien.

7.4.7. Antisipasi Politik

Dalam menghadapi risiko politik yang dapat mempengaruhi kelancaran operasional, CV Solid Trip Experience perlu melakukan langkah antisipasi dan mitigasi secara strategis. Upaya ini bertujuan untuk menjaga stabilitas bisnis, meningkatkan kemampuan adaptasi terhadap perubahan eksternal, serta memastikan keberlanjutan kegiatan usaha. Adapun langkah-langkah yang dapat dilakukan antara lain:

1. Melakukan pemantauan secara berkala terhadap kebijakan pemerintah, khususnya yang berkaitan dengan pariwisata, perjalanan, dan penyelenggaraan *event*, sehingga perusahaan dapat menyesuaikan program dengan cepat;
2. Menerapkan diversifikasi pasar dan destinasi, baik dari segmen klien maupun lokasi kegiatan, untuk mengurangi ketergantungan pada satu wilayah atau kondisi tertentu;
3. Menjalin hubungan strategis dengan pihak terkait, seperti vendor lokal, instansi pemerintah, dan pihak keamanan, guna memperoleh informasi serta dukungan dalam pelaksanaan kegiatan;
4. Menyusun alternatif program dan destinasi sebagai bentuk antisipasi apabila terjadi gangguan politik atau keamanan di lokasi utama;
5. Menyesuaikan perencanaan program secara fleksibel agar tetap dapat berjalan dengan aman dan sesuai kondisi yang berlaku.

Dengan langkah-langkah tersebut, CV Solid Trip Experience diharapkan mampu tetap adaptif dan menjaga kelancaran operasional di tengah dinamika kondisi politik.