

**RANCANGAN USAHA PENYEDIA JASA *KEY OPINION*
LEADER DAN *TALENT* PADA SEKTOR MICE OLEH
PT TRIPLE CONNECT**



Diajukan Sebagai Persyaratan Kelulusan Sarjana Terapan Gelar Sarjana Terapan
Usaha Jasa Meeting, Konvensi, Perjalanan Insentif dan Pameran
(MICE)

Disusun Oleh:

- | | |
|------------------------|-----------------|
| 1. Hanni Roihaanah T H | NIM: 2205413081 |
| 2. Syakirah Isfanti | NIM: 2205413066 |
| 3. Theodora Dwicahyani | NIM: 2205413065 |

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

2026



Hak Cipta :

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

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
PROGRAM STUDI SARJANA TERAPAN MICE

LEMBAR PERSETUJUAN

Nama : Theodora Dwicahyani
NIM : 2205413065
Nama : Hanni Roihaanah Tsaabitah Hakim
NIM : 2205413081
Nama : Syakirah Isfanti
NIM : 2205413066
Program Studi : Sarjana Terapan Usaha Jasa Konvensi, Perjalanan Insentif, dan Pameran (MICE)

Depok, 25 Juni 2026

Menyetujui,

Kepala Program Studi MICE

Makbal Katik Rajo Endah, S.ST., M.Par.
NIP 199205032024062002

Dosen Pembimbing

Raden Ayu Trisnayoni, S. Tr.Par., M.Tr.Par.
NIP 199205032024062002

Mengetahui,

Ketua Jurusan Administrasi Niaga

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



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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

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

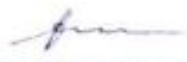
LEMBAR PENGESAHAN

Nama	: Theodora Dwicahyani
NIM	: 2205413065
Nama	: Hanni Roihaanah Tsaabitah Hakim
NIM	: 2205413081
Nama	: Syakirah Isfanti
NIM	: 2205413066
Program Studi	: Sarjana Terapan Usaha Jasa Konvensi, Perjalanan Insentif, dan Pameran (MICE)

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Sains Terapan pada program studi MICE (*Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition*) Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta, pada:

Hari, tanggal : Kamis, 25 Juni 2026
Waktu : 10.30 - 12.00 WIB
Tempat : Ruang Sidang 2, Gedung H, Politeknik Negeri Jakarta

TIM PENGUJI

Ketua Sidang	: <u>Raden Ayu Trisnayoni, S.Tr.Par. M.Par.</u> NIP. 199205032024062002	
Penguji I	: <u>Sudarno, S.E., M.Si.</u> NIP. 196308031990031002	
Penguji II	: <u>Dr. Tantri Sari Safitry, S.Pd., M.Pd.</u> NIP. 199103152022032008	



Hak Cipta :

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

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya sampaikan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala nikmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan judul “Rancangan Usaha Penyedia Jasa *Key Opinion Leader* dan *Talent* pada Sektor MICE oleh PT Triple Connect”. Tugas akhir ini bertujuan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan MICE (*Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition*), Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Jakarta.

Penulis menyadari dalam penyelesaian tugas akhir ini banyak pihak yang telah memberikan bantuan moril maupun materil, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, pada kesempatan ini Penulis mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. Syamsurizal, S.E., M.M. selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Bapak Dr. Wahyudi Utomo, S.Sos., M.Si. selaku Kepala Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Jakarta.
3. Bapak M. Iqbal Katik Rajo Endah, S.ST., M.Par selaku Kepala Program Studi D4-MICE (*Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition*) Politeknik Negeri Jakarta.
4. Ibu Raden Ayu Trisnayoni, S. Tr.Par., M.Tr.Par. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan, masukan, serta dukungan sehingga Penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik dan tepat waktu.
5. Seluruh dosen MICE Politeknik Negeri Jakarta yang telah memberikan ilmu, wawasan, pengalaman, serta bimbingan selama proses perkuliahan hingga penyusunan tugas akhir ini.
6. Kedua orang tua, abang, dan adik yang selalu memberikan dukungan, semangat, serta doa sehingga Penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan baik.
7. Para sahabat Penulis yang telah memberikan dukungan, sehingga Penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kesalahan dan kekurangan dalam penulisan tugas akhir ini karena keterbatasan Penulis. Oleh karena itu, Penulis mengharapkan kritik dan saran dari Pembaca yang dapat membangun 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

menyempurnakan tugas akhir ini. Akhir kata, Penulis berharap tugas akhir ini dapat memberikan manfaat, baik bagi civitas akademika Program Studi MICE maupun bagi pihak lain yang membutuhkan informasi dan referensi terkait topik yang dibahas.

Penulis

Depok, 15 Juni 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

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR BAGAN	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GRAFIK.....	xv
DAFTAR DIAGRAM.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I RINGKASAN EKSEKUTIF	1
BAB II LATAR BELAKANG PERUSAHAAN.....	4
2.1 Data Perusahaan	6
2.1.1 Logo dan Filosofi	6
2.1.2 Deskripsi Logo	8
2.1.3 <i>Corporate Culture</i>	9
2.2 Biodata Pemilik Usaha Perusahaan.....	10
2.2.1 Pemilik Pertama	10
2.2.2 Pemilik Kedua.....	11
2.2.3 Pemilik Ketiga.....	12
2.3 Struktur Organisasi.....	12
2.3.1 Deskripsi Pekerjaan.....	13
2.4 Susunan Pemilik/Pemegang Saham	15



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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

2.5	Jadwal Kegiatan Pra-Operasional Perusahaan	16
2.5.1	Riset Pasar	16
2.5.2	Analisis Pasar	17
2.5.3	Penyusunan Profil Perusahaan	18
2.5.4	Penentuan Lokasi Perusahaan	18
2.5.5	Pengurusan Perizinan Perusahaan	19
2.5.6	Pemenuhan Peralatan dan Perlengkapan	23
2.5.7	Promosi dan Pembuatan Media Sosial Pemasaran Perusahaan ..	24
BAB III ANALISIS PASAR DAN RENCANA PEMASARAN		25
3.1	Produk atau Jasa Yang Dihasilkan	25
3.1.1	Paket dan Spesifikasi Produk	25
3.1.2	Produk Utama	30
3.1.3	Produk Pendukung	33
3.2	Gambaran Pasar	35
3.2.1	Latar Belakang Penghadiran PT Triple Connect	35
3.2.2	Posisi Perusahaan dalam Pasar	37
3.2.3	<i>Market Share</i> Pesaing	38
3.3	Segmentasi Pasar yang Dituju	40
3.3.1	Demografis	41
3.1.2	Geografis	42
3.1.3	Psikologis	42
3.4	<i>Trend</i> Perkembangan Pasar	43
3.4.1	Perkembangan <i>Trend Market</i> Perusahaan Pesaing	50
3.5	Proyeksi Penjualan	54
3.6	Strategi Pemasaran	60



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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

3.6.1	Produk (<i>Product</i>).....	61
3.6.2	Harga (<i>Price</i>).....	63
3.6.3	Tempat (<i>Place</i>).....	66
3.6.4	Promosi (<i>Promotion</i>).....	71
3.7	Analisis Pesaing	80
3.8	Analisis SWOT	82
3.8.1	<i>Strengths</i> (Kekuatan).....	82
3.8.2	<i>Weaknesses</i> (Kelemahan).....	83
3.8.3	<i>Opportunities</i> (Peluang).....	84
3.8.4	<i>Threats</i> (Ancaman).....	84
3.9	Jejaring Usaha	87
3.9.1	<i>Key Opinion Leader</i> (KOL).....	87
3.9.2	<i>Talent</i>	87
3.9.3	<i>Event Organizer</i> (EO) dan <i>Professional Conference Organizer</i> (PCO)	88
3.9.4	Perusahaan dan <i>Brand</i>	88
3.9.5	<i>Agency</i> (<i>Vendor</i>).....	88
BAB IV ANALISIS SUMBER DAYA MANUSIA		90
4.1	Analisis Kompetensi Sumber Daya Manusia.....	90
4.1.1	Direktur Utama.....	92
4.1.2	Direktur Pemasaran.....	93
4.1.3	Direktur Keuangan.....	93
4.2	Analisis Kebutuhan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia	94
4.3	Rencana Pemenuhan Kebutuhan Sumber Daya Manusia	95
BAB V PEMANFAATAN TEKNOLOGI		99



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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

5.1	Analisis dan Perencanaan Pemanfaatan Teknologi.....	99
5.1.1	Aktivitas Operasional.....	99
5.1.2	Aktivitas Pemasaran.....	101
5.2	Tahapan Pengembangan Teknologi.....	103
5.2.1	Identifikasi Kebutuhan Teknologi.....	104
5.2.2	Penentuan Kebutuhan Teknologi.....	104
5.2.3	Penyusunan Rencana Anggaran.....	105
5.2.4	Pengadaan Teknologi.....	105
5.2.5	Pemeliharaan dan Pembaruan Teknologi.....	106
BAB VI ANALISA DAN RENCANA KEUANGAN.....		107
6.1	Rencana Kebutuhan Investasi.....	107
6.2	Anggaran Biaya Produk Penjualan.....	107
6.3	Proyeksi Penjualan.....	108
6.4	Proyeksi Arus Kas.....	109
6.5	Neraca Keuangan.....	111
6.6	Prakiraan Laba Rugi.....	111
6.7	Prakiraan Perubahan Modal.....	112
6.8	Analisis <i>Payback Period</i>	113
6.9	Analisis <i>Net Present Value</i>	115
6.10	Analisis <i>Internal Rate of Return</i>	118
6.11	Analisis <i>Profitability Index</i>	119
6.12	Analisis <i>Return on Investment</i>	120
BAB VII ANALISIS DAMPAK DAN RESIKO USAHA.....		121
7.1.	Aspek Hukum.....	121
7.1.1	Aspek Hukum Pendirian Perusahaan.....	121



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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

7.1.2	Aspek Hukum Perjanjian Ketenagakerjaan	121
7.1.3	Aspek Hukum Perjanjian Kerjasama	122
7.1.4	Aspek Hukum Penyelesaian Sengketa	122
7.1.5	Aspek Hukum Merek Dagang.....	123
7.2	Dampak Terhadap Lingkungan.....	123
7.3	Analisis Risiko Usaha	124
7.3.1	Risiko Pemasaran.....	124
7.3.2	Risiko Operasional.....	125
7.3.3	Risiko Keuangan.....	125
7.3.4	<i>Force Majeure</i>	125
7.3.5	Konflik Internal.....	126
7.3.6	Reputasi.....	126
7.3.7	Publik	126
7.4	Antisipasi Risiko Usaha	127
7.4.1	Antisipasi Risiko Pemasaran.....	127
7.4.2	Antisipasi Risiko Operasional.....	128
7.4.3	Antisipasi Risiko Keuangan.....	128
7.4.4	Antisipasi <i>Force Majeure</i>	129
7.4.5	Antisipasi Konflik Internal.....	129
7.4.6	Antisipasi Reputasi.....	130
7.4.7	Antisipasi Publik.....	131
	DAFTAR PUSTAKA	132
	DAFTAR LAMPIRAN.....	133



Hak Cipta :

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

DAFTAR BAGAN

Bagan II. 1	Struktur Perusahaan PT Triple Connect	13
Bagan II. 2	Proses Pendirian Perusahaan	19
Bagan IV. 1	Rencana Pemenuhan Kebutuhan Sumber Daya Manusia PT Triple Connect	97





Hak Cipta :

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

DAFTAR GAMBAR

Gambar II. 1 Logo Perusahaan	7
Gambar II. 2 Biodata Pemilik Pertama	10
Gambar II. 3 Biodata Pemilik Kedua	11
Gambar II. 4 Biodata Pemilik Ketiga	12
Gambar III. 1 Instagram PT Triple Connect	68
Gambar III. 2 TikTok PT Triple Connect	69
Gambar III. 3 LinkedIn PT Triple Connect	70
Gambar III. 4 Fitur <i>Insights</i> Instagram	74
Gambar III. 5 TikTok <i>Ads tools</i>	75
Gambar III. 6 TikTok <i>Insights</i>	76

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta :

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

DAFTAR TABEL

Tabel II. 1	Susunan Pemegang Saham	15
Tabel II. 2	Jadwal Pra-Operasional Perusahaan	16
Tabel II. 3	Daftar Pemenuhan Peralatan	23
Tabel II. 4	Daftar Pemenuhan Perlengkapan	24
Tabel III. 1	Harga dan Spesifikasi Paket <i>Starter Connect</i>	27
Tabel III. 2	Harga dan Spesifikasi Paket <i>Growth Connect</i>	27
Tabel III. 3	Harga dan Spesifikasi Paket <i>Impact Connect</i>	28
Tabel III. 4	Harga dan Spesifikasi Paket <i>Half Connect</i>	30
Tabel III. 5	Harga dan Spesifikasi Paket <i>Full Connect</i>	30
Tabel III. 6	Tabel Kategori Jumlah Pengikut KOL	31
Tabel III. 7	Produk Utama PT Triple Connect	32
Tabel III. 8	Produk Pendukung PT Triple Connect	34
Tabel III. 9	Data Pesaing	38
Tabel III. 10	<i>Trend</i> Pelaksanaan Pesaing	39
Tabel III. 11	<i>Market Share</i> Pesaing Tahun 2023-2025	44
Tabel III. 12	Pertumbuhan Year-over-Year KOL dan <i>Talent</i> Perusahaan Pesaing Tahun 2023-2025	46
Tabel III. 13	Frekuensi Penjualan <i>Orca Communication</i>	46
Tabel III. 14	Frekuensi Penjualan KAYA Management	47
Tabel III. 15	Frekuensi Penjualan <i>Social Savvy</i>	47
Tabel III. 16	Frekuensi Penjualan Hello Dejavu	47
Tabel III. 17	Frekuensi Penjualan <i>Unidentified</i>	48
Tabel III. 18	Rata-Rata Pertumbuhan KOL dan <i>Talent</i> Perusahaan Pesaing Tahun 2023-2025	49
Tabel III. 19	<i>Market Share</i> Pesaing Tahun 2023-2025	50
Tabel III. 20	<i>Mean Growth</i> (Rata-Rata Pertumbuhan) Pesaing	51
Tabel III. 21	<i>Market Share</i> Pesaing Tahun 2026-2029	53
Tabel III. 22	Proyeksi Penjualan Pesaing Tahun 2026-2029	55
Tabel III. 23	Penetrasi Pasar Tahun 2026-2029	57



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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 III. 24	Hasil Penetrasi Pasar Tahun 2026-2029	58
Tabel III. 25	Proyeksi Penjualan Pesaing Tahun 2026-2029	60
Tabel III. 26	Media Sosial PT Triple Connect	72
Tabel III. 27	Meta Ads tools	73
Tabel III. 28	Analisis Pesaing PT Triple Connect	81
Tabel III. 29	Analisis SWOT PT Triple Connect	85
Tabel IV. 1	Tingkat Pendidikan SDM di PT Triple Connect	91
Tabel IV. 2	Posisi SDM di PT Triple Connect	91
Tabel IV. 3	Format Analisis Kebutuhan SDM	95
Tabel IV. 4	Rencana Pemenuhan Kebutuhan SDM PT Triple Connect	96
Tabel V. 1	Kebutuhan Perangkat Keras (<i>Hardware</i>)	100
Tabel V. 2	Kebutuhan Perangkat Lunak (<i>software</i>)	100
Tabel VI. 1	Rencana Kebutuhan Investasi PT Triple Connect	107
Tabel VI. 2	Anggaran Biaya Produk PT Triple Connect	108
Tabel VI. 3	Proyeksi Penjualan PT Triple Connect	109
Tabel VI. 4	Proyeksi Arus Kas PT Triple Connect	110
Tabel VI. 5	Proyeksi Neraca Keuangan PT Triple Connect	111
Tabel VI. 6	Perkiraan Laba/Rugi PT Triple Connect	112
Tabel VI. 7	Perkiraan Perubahan Modal PT Triple Connect	113
Tabel VI. 8	Analisis <i>Payback Period</i> PT Triple Connect	114
Tabel VI. 9	Analisis <i>Net Present Value</i> PT Triple Connect	116
Tabel VI. 10	Analisis <i>Internal Rate of Return</i> PT Triple Connect	118
Tabel VI. 11	Analisis <i>Profitability Index</i> (PI) PT Triple Connect	120
Tabel VI. 12	Analisis <i>Profitability Index</i> (PI) PT Triple Connect	120



Hak Cipta :

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

DAFTAR GRAFIK

Grafik III. 1 Perkembangan KOL dan *Talent* Pesaing Tahun 2023-2025 40





Hak Cipta :

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

DAFTAR DIAGRAM

Diagram III. 1	Hasil Survei PT Triple Connect terhadap Target Konsumen Utama	36
Diagram III. 2	Sasaran Demografis	41
Diagram III. 3	Sasaran Geografis	42
Diagram III. 4	Sasaran Psikologis	42
Diagram III. 5	<i>Trend Market</i> Pesaing Tahun 2023-2025	45
Diagram III. 6	<i>Trend Market</i> Tahun 2026-2029	54
Diagram III. 7	<i>Market Share</i> Pesaing Tahun 2026-2029	56
Diagram III. 8	Penetrasi Pasar Tahun 2026-2029	59
Diagram III. 9	<i>Market Share</i> PT Triple Connect Tahun 2026-2029	59

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta :

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

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Lokasi Perusahaan	134
Lampiran 2.	Denah Kantor	135
Lampiran 3.	Formulir Akta Pendirian	136
Lampiran 4.	Draft Akta Pendirian	141
Lampiran 5.	Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP)	142
Lampiran 6.	Surat Keterangan Terdaftar	143
Lampiran 7.	Nomor Induk Berusaha	144
Lampiran 8.	Surat Izin Usaha	145
Lampiran 9.	<i>Company Profile</i>	146
Lampiran 10.	<i>Mock Up</i> Kartu Nama	149
Lampiran 11.	<i>Social Media</i>	150
Lampiran 12.	Daftar SPK KOL & <i>Talent</i>	151
Lampiran 13.	Dokumen <i>Pitching</i>	157
Lampiran 14.	Dokumen <i>Quotation</i>	161
Lampiran 15.	Template <i>Reporting</i> Klien	162
Lampiran 16.	Template Operasional	163
Lampiran 17.	Database KOL	164
Lampiran 18.	Database <i>Talent</i>	166
Lampiran 19.	Daftar <i>Event Organizer</i> dan PCO	168
Lampiran 20.	Daftar Perusahaan	169
Lampiran 21.	Daftar <i>Brand</i>	170
Lampiran 22.	Daftar <i>Agency</i>	171
Lampiran 23.	Formulir Kuesioner Riset Keberhasilan Promosi oleh KOL	172
Lampiran 24.	Hasil Riset Keberhasilan Promosi oleh KOL	174
Lampiran 25.	Formulir Kuesioner Riset Ketertarikan Perusahaan/ <i>Brand</i> terhadap KOL	185
Lampiran 26.	Hasil Riset Ketertarikan Perusahaan/ <i>Brand</i> terhadap KOL	186
Lampiran 27.	Formulir Kuesioner Riset Promosi KOL pada <i>In-House Marketing</i>	189



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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

Lampiran 28. Hasil Riset Promosi KOL pada <i>In-House Marketing</i>	190
Lampiran 29. Data Proyeksi Penjualan	192
Lampiran 30. Beban Perlengkapan	194
Lampiran 31. Beban Peralatan	195
Lampiran 32. Beban Gaji Karyawan	199
Lampiran 33. Beban Utilitas	200
Lampiran 34. Beban Promosi	201
Lampiran 35. Beban Administrasi Bank	202
Lampiran 36. Perhitungan <i>Break Even Point</i>	203
Lampiran 37. Proyeksi HPP & Revenue	215
Lampiran 38. Proyeksi Penjualan	219
Lampiran 39. Proyeksi Arus Kas Bulanan	220
Lampiran 40. Laporan Laba Rugi	224
Lampiran 41. Neraca Lajur	225

**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 I RINGKASAN EKSEKUTIF

PT Triple Connect merupakan perusahaan penyedia jasa *Key Opinion Leader* (KOL) dan *talent* yang bergerak di industri MICE (*Meetings, Incentives, Conferences, and Exhibitions*). Nama "Triple Connect" mencerminkan tiga pilar kekuatan utama perusahaan, yaitu koneksi antara *brand* dan audiens melalui komunikasi yang efektif, penghubungan antara *talent* atau KOL dengan kebutuhan klien, serta integrasi dalam pelaksanaan *event* yang memadukan konsep, sumber daya manusia, dan pengalaman peserta. Identitas visual perusahaan diwujudkan melalui logo bergradasi biru toska hingga biru tua keunguan, yang secara filosofis merepresentasikan perpaduan antara profesionalisme, kepercayaan, kreativitas, dan inovasi sebagai nilai inti yang diusung perusahaan.

PT Triple Connect berlandaskan budaya perusahaan yang kuat, meliputi profesionalisme, kreativitas, kolaborasi, dan integritas dalam setiap proses kerja. Visi perusahaan adalah menjadi penyedia jasa KOL dan *talent* terdepan di industri MICE yang mampu menghadirkan solusi promosi yang berdampak nyata bagi klien. Untuk mewujudkan visi tersebut, PT Triple Connect berkomitmen menyediakan layanan berkualitas yang disesuaikan dengan kebutuhan klien, mengutamakan kepuasan dalam setiap penugasan, serta menjunjung tinggi integritas dan konsistensi sebagai fondasi kepercayaan jangka panjang.

Perkembangan teknologi digital dan tingginya penggunaan media sosial telah mendorong perubahan signifikan dalam strategi pemasaran perusahaan di Indonesia. Saat ini, konsumen cenderung lebih mempercayai rekomendasi dari individu yang mereka ikuti di media sosial dibandingkan iklan konvensional. Berdasarkan data *Influencer Marketing Statistics Indonesia* (INSG, 2025), Indonesia memiliki sekitar 143 juta pengguna aktif media sosial, dengan 76% diantaranya mengikuti setidaknya satu *Key Opinion Leader* (KOL). Kondisi

tersebut menunjukkan bahwa KOL dan *talent* telah menjadi salah satu aset penting dalam membangun kesadaran merek, meningkatkan keterlibatan audiens, serta mendorong keputusan pembelian konsumen.

Di sisi lain, meningkatnya kebutuhan perusahaan terhadap layanan KOL *marketing* belum sepenuhnya diimbangi dengan ketersediaan mitra yang mampu mengelola kampanye secara terintegrasi dan profesional. Banyak perusahaan masih menghadapi tantangan dalam menemukan KOL yang sesuai dengan target pasar, mengelola kolaborasi secara efektif, serta mengukur keberhasilan kampanye secara objektif. Melihat kebutuhan tersebut, PT Triple Connect hadir sebagai perusahaan yang berfokus pada layanan KOL dan *Talent Management* dengan tujuan menjembatani kebutuhan antara perusahaan, KOL, dan *talent*. Perusahaan tidak hanya menyediakan akses kepada jaringan KOL dan *talent* yang relevan, tetapi juga memberikan pendampingan mulai dari perencanaan strategi, pelaksanaan kampanye, koordinasi kegiatan, hingga evaluasi kinerja secara terukur.

Peluang pendirian PT Triple Connect semakin diperkuat oleh pertumbuhan industri KOL dan *Talent Management* yang terus menunjukkan tren positif. Hasil analisis pasar menunjukkan bahwa jumlah KOL dan *talent* yang dikelola oleh perusahaan-perusahaan pesaing mengalami peningkatan yang signifikan setiap tahunnya, menandakan bahwa industri ini masih berada pada fase pertumbuhan (*growth stage*) dan memiliki prospek yang menjanjikan dalam jangka panjang. Dengan memanfaatkan peluang tersebut, PT Triple Connect berkomitmen untuk menghadirkan layanan yang profesional, adaptif, dan berbasis data guna membantu klien mencapai tujuan pemasaran secara lebih efektif, sekaligus membangun posisi yang kompetitif di tengah pesatnya perkembangan industri digital *marketing* di Indonesia.

Hasil analisis kelayakan usaha yang telah dilakukan, PT Triple Connect menunjukkan prospek bisnis yang positif dan memiliki potensi untuk menghasilkan keuntungan yang berkelanjutan. Model bisnis yang menghubungkan klien dengan *talent* dan *Key Opinion Leader* (KOL) menawarkan solusi yang mampu menjawab

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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

kebutuhan pasar akan proses pencarian, seleksi, negosiasi, hingga pengelolaan kolaborasi yang lebih efektif dan efisien. Seiring dengan meningkatnya pemanfaatan *digital marketing*, *influencer marketing*, serta kebutuhan akan promosi yang lebih terarah, permintaan terhadap layanan yang terintegrasi seperti yang ditawarkan PT Triple Connect diperkirakan akan terus mengalami pertumbuhan. Kondisi ini memberikan peluang bagi perusahaan untuk membangun basis pelanggan yang lebih luas dan menciptakan hubungan kerja sama jangka panjang dengan berbagai klien dari beragam sektor industri.

Selain didukung oleh peluang pasar yang berkembang, PT Triple Connect juga memiliki potensi untuk meningkatkan pendapatan melalui diversifikasi paket layanan yang dirancang untuk menjangkau berbagai segmen pelanggan, mulai dari usaha kecil, perusahaan menengah, hingga korporasi dengan kebutuhan kampanye yang lebih kompleks. Kombinasi antara peluang pasar yang besar, model bisnis yang adaptif, dan hasil analisis keuangan yang menunjukkan kelayakan usaha menjadi dasar yang kuat bagi perusahaan untuk mencapai pertumbuhan bisnis dan peningkatan kinerja keuangan secara berkelanjutan di masa mendatang.

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

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

DAFTAR PUSTAKA

- Jílková, P. (2018). Social media influencer *marketing* in context of *event marketing* strategy. In *Proceedings of the International Scientific Conference of Business Economics, Management and Marketing 2018* (pp. 115–120)
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing* (18th Global ed.). Pearson.
- Kingsnorth, S. (2022). *Digital Marketing Strategy: An Integrated Approach to Online Marketing* (3rd ed.). Kogan Page
- Mulyana, M. (2019). *Strategi Promosi dan Komunikasi*. Universitas Terbuka.
- Nielsen. (2023). *2023 Consumer Survey Report*. Nielsen. <https://www.nielsen.com/wp-content/uploads/sites/2/2023/11/2023-Consumer-Survey-Report.pdf>
- Taslaud, G. (2025). *Influencer marketing statistics in Indonesia for 2025*. INSG. <https://www.insg.co/influencer-marketing-indonesia/>
- Wiedmann, K.-P., Hennigs, N., & Langner, S. (2010). Spreading the word of fashion: Identifying social influencers in fashion *marketing*. *Journal of Global Fashion Marketing*, 1(3), 142–153.
- Asian Federation of Exhibition and Convention Associations. (2025). *Emerging trends in the Indonesia MICE industry (2025–2026)*. AFECA. <https://afeca.asia/emerging-trends-in-the-indonesia-mice-industry-2025-2026/>