



Hak Cipta :

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

ANALISA PASAR DAN RENCANA PEMASARAN

3.1 PRODUK JASA YANG DIHASILKAN

PT Shabira merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa, khususnya dalam melakukan *product launching* dengan fokus utama *brand* minuman spirit sebagai klien utama. Pada rancangan bisnis ini, produk yang dihasilkan ialah sebuah *product launch* dalam bentuk *event* yang mampu menarik *crowd/potential customer* untuk mengakomodasi kebutuhan *brand* sebagai klien.

3.1.1 PRODUK UTAMA

Produk utama (*Core Product*) dari PT Shabira adalah jasa acara peluncuran produk. Jasa yang diberikan kepada klien mencakup perencanaan hingga implementasi yang dapat dirancang sesuai dengan keinginan klien dan disesuaikan dengan kebutuhan produk yang akan dipasarkan. Selain membantu persiapan acara, PT Shabira merancang program-program yang ada serta menyediakan *talent* untuk acara.

Peluncuran produk mencakup beberapa program termasuk peluncuran produk, demonstrasi produk, dan hiburan. Produk utama membantu perusahaan memperkenalkan dan mempromosikan produk baru mereka ke komunitas yang lebih luas. Peluncuran produk baru ini dilaksanakan dengan cara yang bebas, fun, energik, dan penuh tawa seperti namanya yaitu minuman spirit.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Demonstrasi produk adalah aktivitas dimana perusahaan memperkenalkan suatu produk dengan cara menjelaskan produksi produk, keunggulan produk, pembagian sample dan sebagainya. Kegiatan ini dilakukan untuk mendapatkan minat terhadap produk dari calon konsumen dengan komunikasi yang informatif, persuasif, dan instruktif

Hiburan (*entertainment*) mengacu pada berbagai kegiatan seperti *DJ Performance*, *Bartender Special Performance*, dan lain sebagainya. Kegiatan tersebut menuntut pengunjung untuk berpartisipasi dalam setiap kegiatan.

Dinner merupakan rangkaian penutup acara dari peluncuran produk ini, *dinner* ini juga menjadi tanda terima kasih suatu *brand* kepada para tamu atau *guest* yang sudah menghadiri dan mencoba produk baru dari *brand* tersebut.

Kemudian, akan ada konferensi pers juga dengan tujuan untuk memberikan penjelasan dan sesi tanya jawab mengenai produk yang akan dirilis. Aktivitas ini dihadiri oleh wartawan yang bertugas untuk meliput keberlangsungan acara *product launching* dan menyebarluaskan informasi yang diperoleh kepada masyarakat umum.

Tabel 3.1
Spesifikasi Shabi Product Launch oleh PT Shabira

SHABI Package
ALL IN PACKAGE FOR 1 DAY PRODUCT LAUNCH EVENT @ LIME SCBD



Hak Cipta :

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

Program Event	Spesifikasi
Opening Program	2 MC
	Gimmick dan Campaign Ideas
DJ Performance	1 Package DJ
Product Demonstration	2 Bartender & 30 Supporting Model
Dinner	150 pax
Photobooth Session	6 jam

Sumber: PT Shabira, 2023

Tabel 3.2 Spesifikasi Shantuy Product Launch oleh PT Shabira

Tabel 3.2

Spesifikasi Shantuy Product Launch oleh PT Shabira

SHANTUY Package	
ALL IN PACKAGE FOR 1 DAY PRODUCT LAUNCH EVENT @ ZOO SCBD	
Program Event	Spesifikasi
Opening Program	1 MC
	Gimmick dan Campaign Ideas
Special Performance	1 Package DJ
Product Demonstration	1 Bartending & 15 Supporting Model
Intimate Dinner	75 pax
Photobooth Session	5 jam

Sumber: PT Shabira, 2023

Berikut merupakan penjelasan dari poin – poin yang ada pada *Core Product* yaitu *Shabi Package* dan *Shantuy Package*.

1. Opening Program

Opening Program merupakan program acara yang dirancang oleh PT Shabi untuk *product launching* minuman spirit dimana terdiri MC, *Gimmick dan Campaign Ideas* untuk produk klien. Di mana MC akan di *briefing* mengenai



© 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

gimmick dan campaign yang ada untuk product klien yang akan launching, bertujuan untuk membangun *brand awaarness* terhadap audiens.

2. *Special Performance*

Special performance dari DJ merupakan hal yang ditujukan untuk ikut memeriahkan dan hiburan bagi para audiens yang hadir.

3. *Product Demonstration*

Product Demonstrasi yang ditujukan untuk memperkenalkan produk baru yang sedang *launching* dengan *performance* dari bartender dan akan dijadikan untuk para audiens atau tamu yang hadir oleh para supporting model.

4. *Intimate Dinner*

Intimate Dinner ini ditujukan untuk para tamu dan audiens yang hadir bisa bercengkrama dengan klien untuk mengenalkan produknya secara lebih *intimate* yang dimana makanannya akan disajikan ke meja audiens masing-masing oleh para *supporting model*.

5. *Photobooth Session*

Photobooth session merupakan kegiatan *refreshing* untuk para audiens yang telah hadir pada *product launching event* minuman spirit tersebut.

3.2 GAMBARAN PASAR

PT Shabira menciptakan *core product* (produk utama) berupa *product launch event* dikarenakan melihat adanya peluang pasar terkait kebutuhan jasa dalam menyelenggarakan *event* tersebut. Perusahaan telah melakukan riset pasar melalui kuesioner dan mendapatkan 35 responden. Riset ini dilakukan untuk melihat ketertarikan pasar terhadap produk yang ditawarkan.

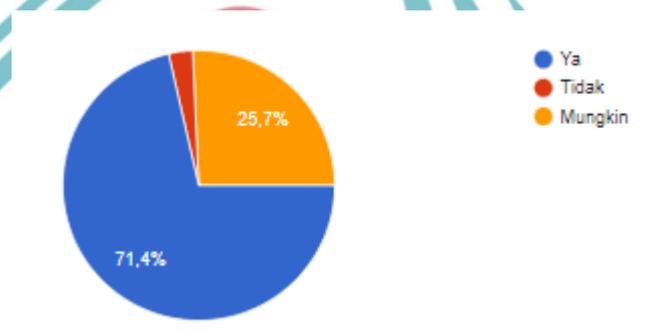


Hak Cipta :

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

Terdapat kriteria responden dalam riset ini yaitu perusahaan yang telah berdiri selama minimal 1 tahun, tertarik dalam penyelenggaraan *product launch event* dan berdomisili di Jabodetabek. Berdasarkan hasil riset tersebut diperoleh responden yang dapat dilihat pada Grafik 3.1 di bawah ini:

Grafik 3. 1
Peminat Jasa Penyelenggaraan Product Launch Event



Sumber: PT Shabira, 2023

Berdasarkan Grafik 3.1 di atas, sebanyak 71,4% responden atau dikatakan bahwa pengisi kuisioner didominasi oleh peminat jasa penyelenggaraan *Product Launch Event*.

Peminat Jasa Penyelenggaraan *Product Launch Event* tersebut merupakan peminat dari perusahaan-perusahaan *brand* minuman spirit yang berdomisili di Jabodetabek, yang dapat dilihat pada Grafik 3.2 di bawah ini:



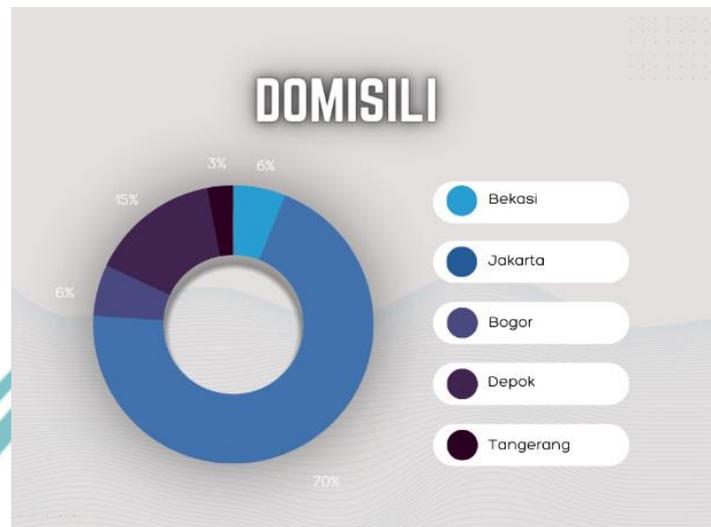
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

Grafik 3. 2

Hasil Survei Domisili Responden Kuisisioner PT Shabira



Sumber: PT Shabira, 2023

Berdasarkan hasil survei pada Grafik 3.2 responden didominasi oleh perusahaan yang berdomisili di Jakarta dengan persentase sebanyak 70%, berdomisili di Depok dengan persentase sebanyak 15% serta berdomisili di Bekasi dan di Bogor dengan persentase sebanyak 6%.

PT Shabira ini berfokus kepada *brand* minuman spirit untuk *Product Launch Event* dimana beberapa *brand* pada minuman spirit masih belum memiliki jasa *event organizer* pribadi, serta ada beberapa yang sudah memiliki namun berminat untuk mengganti jasa *event organizer* untuk menyelenggarakan acaranya.

Berikut hasil riset PT Shabira terhadap minat *brand* minuman spirit yang berada di Jabodetabek yang dapat dilihat pada Grafik 3.3 di bawah ini, sebagai berikut:



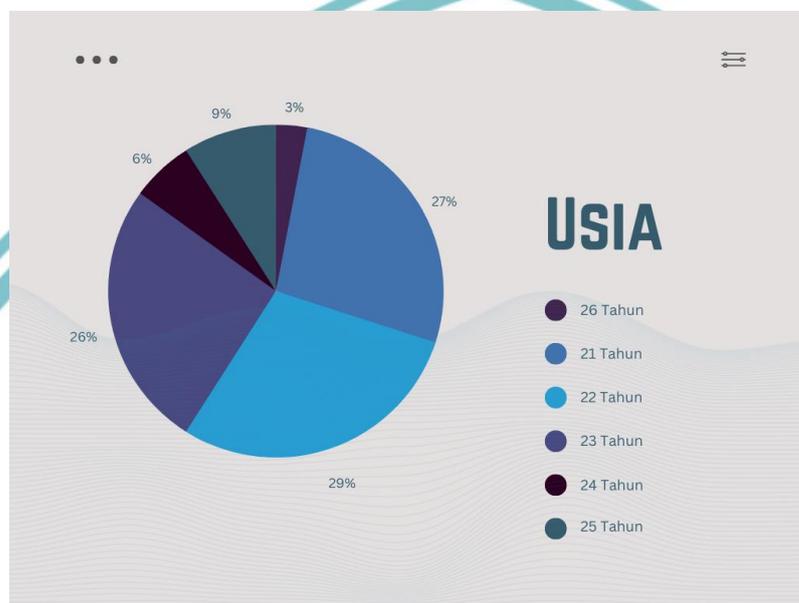
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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. 3

Hasil Survei Target Brand Minuman Spirit PT Shabira



Sumber: PT Shabira, 2023

Dapat dilihat pada Grafik 3.3. Berdasarkan hasil survei sebanyak 38% responden *brand* Bintang, 25% responden *brand* Gorilla King, dan 13% responden *brand* Bekonang yang akan menjadi target *Product Launch Event* bagi PT Shabira.

Penyelenggaraan *Product Launch* ini tentunya akan dihadiri oleh para peserta yang sudah legal dan memiliki kartu identitas penduduk yang sah sebagai syarat dan ketentuan agar tidak terjadi penyalahgunaan saat penyelenggaraan berlangsung. Berikut hasil riset yang dilakukan oleh PT Shabira terkait pada rentang usia yang berminat pada penyelenggaraan *Product Launch Event*, yang dapat dilihat pada Grafik 3.4 di bawah ini:



Hak Cipta :

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

Grafik 3. 4

Hasil Survei Usia Responden Kuisisioner PT Shabira



Sumber: PT Shabira, 2023

Berdasarkan hasil survei terbesar terdapat pada responden yang berumur 22 Tahun dengan persentase sebesar 29% yang mengartikan responden sudah diperbolehkan untuk mengonsumsi minuman spirit.

3.2.1 MARKET SHARE

Market share atau pangsa pasar merupakan penanda yang digunakan oleh PT Shabira untuk mengetahui potensi penjualan perusahaan dan mengukur seberapa baik kinerja perusahaan dibandingkan dengan perusahaan pesaing.

Adapun perusahaan kompetitor PT Shabira yang berada di Jabodetabek dapat dilihat pada Tabel 3.3 di bawah ini:



Hak Cipta :

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

Tabel 3.3

Perusahaan Kompetitor Product Launch Event Organizer

No	Nama Perusahaan	Jenis Event
1	Groovy	<i>Exhibition, product launching and activation, business gathering, conference</i>
2	Akusara	<i>Corporate event, product launching, company gathering</i>
3	Maika Collectiva	<i>Event planner, Branding, Design, Motion, Creative Agency</i>

Sumber: PT Shabira, 2023

Berdasarkan Tabel 3.3 di atas, PT Shabira memiliki kompetitor di bidang *event organizer* yang menyediakan jasa penyelenggaraan *product launch event*. Adapun riset terhadap frekuensi penyelenggaraan *product launch event* oleh perusahaan pesaing pada tahun 2019 sampai tahun 2022 dapat dilihat pada Tabel 3.4 di bawah ini, sebagai berikut:

Frekuensi Penyelenggaraan Product Launch Event oleh Kompetitor Tahun 2019

Tabel 3.4

Frekuensi Penyelenggaraan Product Launch Event oleh Kompetitor Tahun 2019-2022

No	Nama Perusahaan	2019		2020		2021		2022	
		F	%	F	%	F	%	F	%
1	Groovy	5	29%	1	14%	2	17%	2	6%
2	Akusara Production	2	12%	1	14%	1	8%	5	15%
3	Maika Collectiva	1	6%	1	14%	2	17%	6	18%
4	Peluang Pasar	9	53%	4	57%	7	58%	20	61%
Total		17	100%	7	100%	12	100%	33	100%

Sumber: PT Shabira, 2023



© 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 3.4 diatas dapat dilihat kompetitor yang menguasai pasar dalam menyelenggarakan *product launch event* di Jabodetabek mulai dari tahun 2019 sampai dengan 2022. Selain kompetitor, pada tabel 3.4 juga disertai dengan peluang pasar. Peluang pasar sendiri di dapat dari berbagai *brand* minuman spirit yang memiliki *in-house* team *event*-nya sendiri atau dapat dikatakan bahwa *brand-brand* tersebut memiliki tim internal secara pribadi untuk menyelenggarakan *product launch event*. Sehingga peluang pasar itulah yang akan mejadi kesempatan untuk PT Shabira dalam mengambil kesempatan agar menjadi perusahaan baru di tahun 2023. Dalam tabel tersebut membuktikan bahwa penyelenggaraan *product launch event* mengalami adanya sedikit naik turun dalam pelaksanaannya dikarenakan adanya pandemi *Covid-19*.

3.2.2 POSISI PT SHABIRA DALAM PASAR

Selepas melakukan analisis pasar, PT Shabira sebagai perusahaan *event organizer* penyedia jasa penyelenggaraan *product launch event* yang tergolong baru didalam pasarnya, akan mengambil sasaran pasar terbuka yang menjadi peluang pasar.

Sebagai pendatang baru, PT Shabira mampu bersaing di pasar dengan *positioning* produknya. Perusahaan ini berorientasi terhadap penjualan klien dan menyediakan konsep yang menarik untuk para calon pelanggan.



Hak Cipta :

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

3.3 SEGMENTASI PASAR YANG DITUJU

Dalam menganalisa pasar, PT Shabira menggunakan strategi STP (*Segmenting, Targeting, dan Positioning*) untuk menciptakan peluang pasar dan menempatkan posisi produk diantara kompetitor.

a. *Segmentation*

Atau segmentasi pasar adalah kegiatan membagi suatu pasar menjadi kelompok-kelompok yang berbeda dengan kebutuhan, karakteristik, atau perilaku berdasarkan pada 4 (empat) variabel, yaitu geografis, demografis dan psikografis dan perilaku sebagai berikut pada Tabel 3.5

Tabel 3.5 Segmentasi Pasar

Tabel 3.5
Segmentasi Pasar

No	Jenis Segmentasi	Target
1	Geografis	Jabodetabek
2	Demografis	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perusahaan di bidang <i>beverage</i> khususnya pada minuman spirit 2. Minimal satu tahun berjalannya usaha
3	Psikografis	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perusahaan yang memahami pentingnya penyelenggaraan <i>product launch event</i>
4	Perilaku	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perusahaan yang inovatif dan kreatif 2. Perusahaan dengan rasa ingin tahu yang tinggi untuk mengembangkan produknya

Sumber: PT Shabira, 2023



© 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. *Targeting*

PT Shabira menargetkan kelompok konsumen perusahaan yang berlokasi di area Jakarta yang memiliki bisnis di bidang minuman spirit serta memiliki ketertarikan untuk mengadakan *product launch event*.

c. *Positioning*

PT Shabira sebagai perusahaan *event organizer* yang menawarkan jasa produk berupa *product launch event* menargetkan *sales* dengan menawarkan pengalaman yang unik, menyenangkan, seru, dan asik sehingga memberikan pengalaman yang tidak terlupakan.

3.4 TREN PERKEMBANGAN PASAR

Tren perkembangan pasar dapat dilihat dengan menganalisis pasar dan dapat dikatakan berkembang apabila frekuensi *product launch* di Jakarta semakin meningkat setiap tahunnya. Analisis ini menggunakan perhitungan rata-rata pertumbuhan *product launch event* dari *market share*.

Tujuan dari perhitungan pertumbuhan pasar untuk mengetahui perkiraan penjualan dan posisi PT Shabira diantara para pesaing dari tahun 2023-2026. Berikut perhitungan tren perkembangan pasar penyelenggaraan *product launch event* di Jakarta.

3.4.1 TREN PERKEMBANGAN PENYELENGGARAAN *PRODUCT LAUNCH EVENT*

Menentukan tren perkembangan pasar dapat dilihat menggunakan proyeksi jumlah penyelenggaraan *product launch event* setiap tahunnya. Angka yang



Hak Cipta :

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

mengisi rumus-rumus tersebut merupakan jumlah penyelenggaraan *product launch event* berdasarkan Tabel 3.4.

$$\frac{\text{present value} - \text{past value}}{\text{past value}} \times 100\%$$

$$\text{Pertumbuhan Tahun 2020} = \frac{7-17}{17} \times 100\% = -0,59\%$$

$$\text{Pertumbuhan Tahun 2021} = \frac{12-7}{7} \times 100\% = 0,71\%$$

$$\text{Pertumbuhan Tahun 2022} = \frac{33-12}{12} \times 100\% = 1,75\%$$

Mean growth penyelenggaraan *product launch event* di Jabodetabek selama 3 tahun

$$\begin{aligned} & \frac{\text{Total tahun 2020} + \text{Total tahun 2021} + \text{Total tahun 2022}}{3} \times 100\% \\ & = \frac{-0,59\% + 0,71\% + 1,75\%}{3} \times 100\% = 62\% \end{aligned}$$

Mean growth penyelenggaraan *product launch event* di Jabodetabek selama tiga tahun mendapatkan persentase rata-rata pertumbuhan per tahun sebesar 62%.

Langkah berikutnya yaitu mencari proyeksi jumlah acara peluncuran produk dalam rentang waktu tiga tahun mendatang dari tahun 2023 – 2026.

$$1) \text{ Proyeksi tahun 2023} = \frac{62}{100} \times 33 = 20$$

Maka, proyeksi tahun 2023 adalah $20 + 33 = 53$ penyelenggaraan *product launch event*

$$2) \text{ Proyeksi tahun 2024} = \frac{62}{100} \times 53 = 33$$

Maka, proyeksi tahun 2024 adalah $33 + 53 = 86$ penyelenggaraan *product launch event*



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

$$3) \text{ Proyeksi tahun 2025} = \frac{62}{100} \times 86 = 53$$

Maka, proyeksi tahun 2025 adalah $53 + 86 = 139$ penyelenggaraan *product launch event*

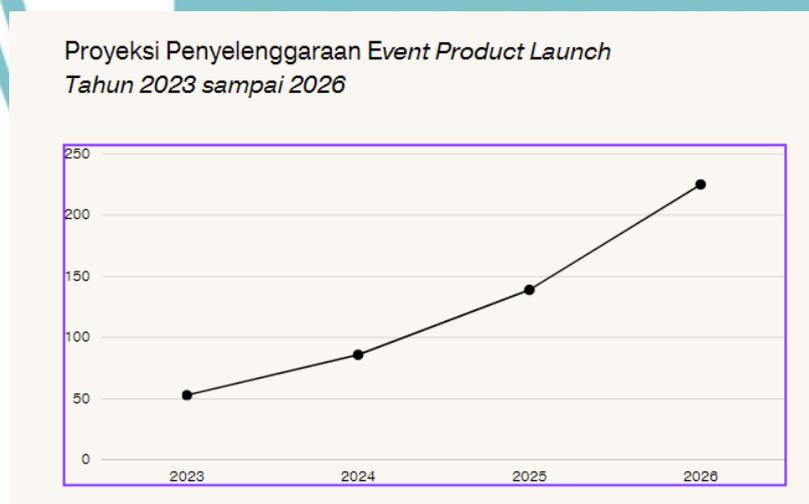
$$4) \text{ Proyeksi tahun 2026} = \frac{62}{100} \times 139 = 86$$

Maka, proyeksi tahun 2023 adalah $86 + 139 = 225$ penyelenggaraan *product launch event*

Berdasarkan perhitungan proyeksi tersebut, selanjutnya dibuat dalam bentuk grafik agar terlihat proyeksi pertumbuhan *product launch event* pada tahun 2023-2025 dapat dilihat pada Grafik 3.5 di bawah ini:

Grafik 3.5

Proyeksi Penyelenggaraan Product Launch di Jakarta 2023-2026



Sumber: PT Shabira, 2023

Berdasarkan Grafik 3.5 di atas, jumlah penyelenggaraan *product launch event* di Jakarta pada tahun 2023 sebanyak 53 penyelenggaraan, pada tahun 2024



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

sebanyak 86 penyelenggaraan, pada tahun 2025 sebanyak 139 penyelenggaraan, dan pada tahun 2026 sebanyak 225 penyelenggaraan.

Meningkatnya jumlah proyeksi tersebut membuktikan bahwa perencanaan usaha ini memiliki peluang besar untuk mengambil bagian dalam usaha jasa penyelenggaraan *product launch event* di Jakarta karena jumlah penyelenggaraannya mengalami peningkatan setiap tahunnya.

3.5 PROYEKSI PENJUALAN

Proyeksi penjualan digunakan oleh PT Shabira untuk menghitung penjualan di beberapa tahun mendatang dikarenakan proyeksi penjualan ini menjadi bagian penting untuk memberikan gambaran peluang ke depannya yang berkaitan dengan pendapatan hingga laporan keuangan perusahaan. Proyeksi penjualan ini juga dapat membantu dalam merancang strategi pemasaran dan promosi, perencanaan keuangan, dan pengambilan keputusan dalam suatu bisnis.

PT Shabira mempunyai 2 (dua) paket yaitu, Shabi dan Shantuy *Package*, dengan proyeksi penggunaan jasa acara peluncuran produk untuk 3 (tiga) tahun kedepan, yang akan disajikan pada tabel 3.6 sebagai berikut:

Tabel 3.6

Proyeksi Penjualan *Product Launch Event* PT Shabira Tahun 2024 - 2026

Proyeksi Penjualan Produk				
No	Nama Package	Jumlah Penjualan		
		2024	2025	2026
1	Shabi Package	5	9	14
2	Shantuy Package	4	5	9
Total		9	14	23

Sumber: PT Shabira, 2023



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Tabel 3.6 diatas merupakan proyeksi penjualan dari 2 (dua) *package* yang dimiliki oleh PT Shabira untuk kegiatan peluncuran produk di tahun 2024 hingga tahun 2026. Proyeksi rencana penjualan produk didapat dengan mengambil *market share* dari total proyeksi penjualan penyelenggaraan *product launch event* di tahun 2024 hingga tahun 2026 sebesar 10%. Pada tahun 2024 ini menjadi tahun pertama PT Shabira berdiri dan akan melaksanakan sebanyak 9 (sembilan) *product launch event*. Pada tahun 2025, PT Shabira memproyeksikan peningkatan jumlah penyelenggaraan *product launch event* menjadi 14 (empat belas) *product launch event*. Serta pada tahun 2026, PT Shabira diproyeksikan akan menyelenggarakan sebanyak 23 (dua puluh tiga) *product launch event*. Berikut rincian kegiatan *Product Launch Event* yang akan diselenggarakan oleh PT Shabira pada tahun 2024 hingga tahun 2026 yang akan di tampilkan pada Tabel 3.7 hingga Tabel 3.9 di bawah ini:

Tabel 3.7
Proyeksi Penyelenggaraan *Product Launch Event* oleh PT Shabira Tahun 2024

Tahun 2024														
No.	Nama Produk	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agt	Sep	Okt	Nov	Des	Total
1	Shabi Package	1			1	1					1		1	5
2	Shantuy Package	1		1		1							1	4
Total		2	0	1	1	2	0	0	0	0	1	0	2	9

Sumber: PT Shabira, 2023

Tahun 2024, PT Shabira memproyeksikan sebanyak 9 (sembilan) penyelenggaraan *event* dari masing-masing proyeksi penjualan 5 (lima) pada *Shabi Package* dan 4 (empat) pada *Shantuy Package*.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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 3.8

Proyeksi Penyelenggaraan *Product Lauch Event* oleh PT Shabira Tahun 2025

Tahun 2025														
No .	Nama Produk	Jan	Feb	Mar	Ap r	Mei	Jun	Jul	Agt	Sep	Ok t	Nov	Des	Total
1	Shabi Package	2		1	1	1					1	1	2	9
2	Shantuy Package	1		1	1	1						1		5
Total		3	0	2	2	2	0	0	0	0	1	2	2	14

Sumber: PT Shabira, 2023

Tahun 2024, PT Shabira memproyeksikan sebanyak 14 (empat belas) penyelenggaraan *product launch event* dari masing-masing proyeksi penjualan 9 (sembilan) pada *Shabi Package* dan 5 (lima) pada *Shantuy Package*.

Tabel 3.9. Proyeksi Penyelenggaraan *Product Launch Event* oleh PT Shabira Tahun 2026

Tabel 3.9

Proyeksi Penyelenggaraan *Product Launch Event* oleh PT Shabira Tahun 2026

Tahun 2026														
No .	Nama Produk	Jan	Feb	Mar	Ap r	Mei	Jun	Jul	Agt	Sep	Ok t	Nov	Des	Total
1	Shabi Package	1	1	1	1	2				2	2	2	2	14
2	Shantuy Package	1	1	1	1	1				1	1	1	1	9
Total		2	2	2	2	3	0	0	0	3	3	3	3	23

Sumber: PT Shabira, 2023

Tahun 2026, PT Shabira memproyeksikan sebanyak 23 (dua puluh tiga) penyelenggaraan *event* dari masing-masing proyeksi penjualan 14 (empat belas) pada *Shabi Package* dan 9 (sembilan) pada *Shantuy Package*.



Hak Cipta :

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

3.5.1 TARGET BRAND YANG AKAN MEJADI KONSUMEN

Pada perhitungan ini, PT Shabira membuat list *brand-brand* minuman spirit di Jabodetabek atau brand dengan sasaran market masyarakat Jabodetabek yang diperhitungkan akan menyelenggarakan *product launching event* di area Jakarta selama tiga tahun kedepan, yang dapat dilihat pada Tabel 3.10 di bawah ini:

Tabel 3.10
Target Brand Produk Minuman Spirit

No	Nama brand	Official Website
1	Bintang	www.multibintang.co.id
2	Bali Sip Seltzer	www.balisip.com
3	Anggur Orang Tua	www.anggurorangtua.id
4	Gorilla King	@Gorillaking.id
5	Heineken	www. Heineken.com
6	Kawa - Kawa Hijau	www.orangtua.id
7	Bali Hai	marketing@balihaibeer.com
8	Captain Morgan	captainmorgan_id
9	Anker	www.deltajkt.co.id
10	Jack Daniel	www.jackdaniels.com
11	Johnny Walker	www.johnniwalker.id
12	Macallan	www.themacallan.com
13	Jameson	JamesonIndonesia
14	Jagermeister	www.jagermeister.com
15	Kura Kura Beer	kurakurabeer.com
16	Sababay Winery	kurakurabeer.com



Hak Cipta :

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

17	Hatten Wine	www.hattenwines.com
18	Arakbica	@arakbica.official
19	Drink Iwak Arak	drinkiwak.com
20	Vibe	vibe.id

Sumber: PT Shabira, 2023

3.6 STRATEGI PEMASARAN

Strategi pemasaran merupakan rencana untuk memperkenalkan suatu perusahaan untuk mencapai *target* penjualan. Dalam menentukan strategi pemasaran, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan agar pesan produk yang ingin disampaikan dapat diterima dengan baik oleh calon konsumen. Strategi yang baik akan menghasilkan tanggapan yang positif dari pasar sasaran.

Adapun strategi pemasaran yang digunakan oleh PT Shabira untuk meningkatkan penjualan adalah pendekatan bauran pemasaran (*marketing mix*) dengan variabel 7P diantaranya *product, price, place, promotion, people, process,* dan *physical evidence*.

3.6.1 PRODUCT

Kotler dan Armstrong (2017:244), Produk didefinisikan sebagai apa pun yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, akuisisi, penggunaan, atau konsumsi yang mungkin memuaskan keinginan atau kebutuhan.

Produk yang ditawarkan oleh PT Shabira adalah jasa penyelenggaraan *product launch event* sebagai strategi promosi produk yang dikeluarkan 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

perusahaan. Pelayanan yang ditawarkan memperhatikan kebutuhan klien dalam penerapan strategi promosi penjualan untuk menarik minat pasar.

Beberapa kegiatan *product launch* meliputi peluncuran produk, demonstrasi produk, hiburan yang merupakan inovasi perkembangan produk perusahaan yang akan hadir ke publik untuk meningkatkan *brand awareness* produk yang baru saja *launching*.

Produk utama dibuat dalam bentuk *package* yang terdiri dari *program talent*, produksi, dan *venue*. Paket yang dimiliki yaitu *Shabi Package* dan *Shantuy Package* dimana sama-sama terdiri *Opening Program*, *Product Demonstration*, *Entertainment*, dan *Intimate Dinner*. Melalui produk yang tersedia PT Shabira selalu memberikan jasa dan pelayanan terbaik dalam merancang keseluruhan program acara, mulai dari *pre event*, *during*, sampai dengan *post event* kegiatan *product launching* minuman spirit yang diselenggarakan oleh klien. Diharapkan dengan jajaran direksi memiliki latar belakang pada bidang *event*, diharapkan bisa memberikan nilai kepercayaan bagi calon klien dalam menggunakan jasa penyelenggara *event*.

3.6.2 PRICE

Produk yang tersedia pada PT Shabira dirancang dengan modal yang terhitung dalam ide konsep dan program. *talent*, *vendor*, dan *equipment*, serta SDM dengan jumlah dan spesifikasi yang disesuaikan dengan kebutuhan karena akan mempengaruhi arus kas dan keuntungan sehingga juga berpengaruh besar terhadap keberhasilan perusahaan. Dalam menentukan harga produk, PT Shabira



© 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

menggunakan metode *cost plus pricing*, yaitu merupakan metode penetapan harga produk dari masing-masing package ditambah dengan biaya manajemen dan pajak.

3.6.3 PLACE

Perusahaan menggunakan saluran distribusi secara langsung, yaitu proses distribusi yang dilakukan oleh pelaku jasa langsung kepada klien tanpa perantara. Hal ini dilakukan sedemikian rupa sehingga tidak melewati proses yang panjang dan memudahkan komunikasi dengan klien. PT Shabira menyediakan informasi terkait perusahaan kepada klien melalui media sosial (*instagram*) dan *official website* yang dapat diakses calon klien terkait portofolio kami. Potensial klien juga dapat menghubungi perusahaan menggunakan detail kontak yang tercantum. Calon klien juga dapat mengunjungi kantor kami yang berlokasi di Depok tepatnya di Ruko D'Arcade GDC Depok, Sukmajaya, Jawa Barat. Agar dapat leluasa untuk berkonsultasi dan bertanya-tanya perihal *packages* yang ditawarkan.

3.6.4 PROMOTION

Promosi merupakan sebuah kegiatan yang dilakukan untuk mengkomunikasikan informasi terkait penjualan produk yang ditawarkan kepada calon konsumen. Kotler dan Armstrong (2012:408) mendefinisikan bauran promosi (*promotion mix*) sebagai perpaduan spesifik alat-alat promosi yang digunakan perusahaan untuk mengkomunikasikan *value* ke *customer* secara persuasif dan membangun *customer relationships*. Berdasarkan teori tersebut, PT Shabira menggunakan 3 (tiga) dari 8 (delapan) bauran promosi yang dirangkum dari buku Kotler dan Keller (2012:498-501); Kotler dan Armstrong (2012:408).



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

1) Advertising

PT Shabira akan menggunakan *online advertising* yaitu pemasaran melalui internet. Jenis *online advertising* yang akan digunakan adalah *social media advertising*, lebih spesifiknya melalui media sosial *Instagram* (*Instagram Ads*). Penggunaan *Instagram* sebagai media periklanan yaitu dikarenakan keberadaan target market yang terdapat banyak di media sosial *Instagram*. Berikut merupakan contoh *Instagram ads* pada Gambar 3.1:

Gambar 3.1



Contoh Insagram Ads

Sumber: PT Shabira, 2023



© 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

2) *Official Website*

PT Shabira akan menggunakan *official website* sebagai alat promosi yang dapat diakses dengan mudah oleh potensial klien. Pada halaman resmi website perusahaan akan tercantum informasi lengkap mengenai perusahaan dari latar belakang, *packages* yang ditawarkan beserta *portofolio* sehingga klien dapat menjangkau informasi seputar produk dan jasa yang tersedia. Berikut merupakan contoh *Official Website* pada Gambar 3.2 (*Official website* selengkapnya tertera pada lampiran 12)

Gambar 3.2 Contoh *Official website*

Gambar 3.2



Contoh *Official Website*

Sumber: PT Shabira, 2023

3) *Search Engine Optimization (SEO)*

PT Shabira akan melakukan pengembangan teknik promosi perusahaan melalui penggunaan *Search Engine Optimization (SEO)*. SEO merupakan salah satu cara yang dapat digunakan untuk mempromosikan dan mengenalkan produk atau profil *website* perusahaan dengan



© 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

mendatangkan *traffic* yang organik. SEO berfokus pada visibilitas *website* di mesin pencari sehingga *website* perusahaan dapat masuk pada peringkat teratas di hasil pencarian *Google*.

3.6.5 PEOPLE

People merupakan pelaku yang memainkan peranan penting dalam menyajikan jasa kepada konsumen atas produk dan jasa yang ditawarkan. PT Shabira memiliki sumber daya manusia yang berpengalaman dalam bidang *event management* sebagai lulusan D4 Program Studi MICE (*Meeting, Incentive, Convention and Exhibition*) di Politeknik Negeri Jakarta disertai dengan sertifikasi kompetensi dan pengalaman kerja dalam bidang event sehingga ada bukti konkret kompetennya dalam bidang tersebut.

3.6.6 PROCESS

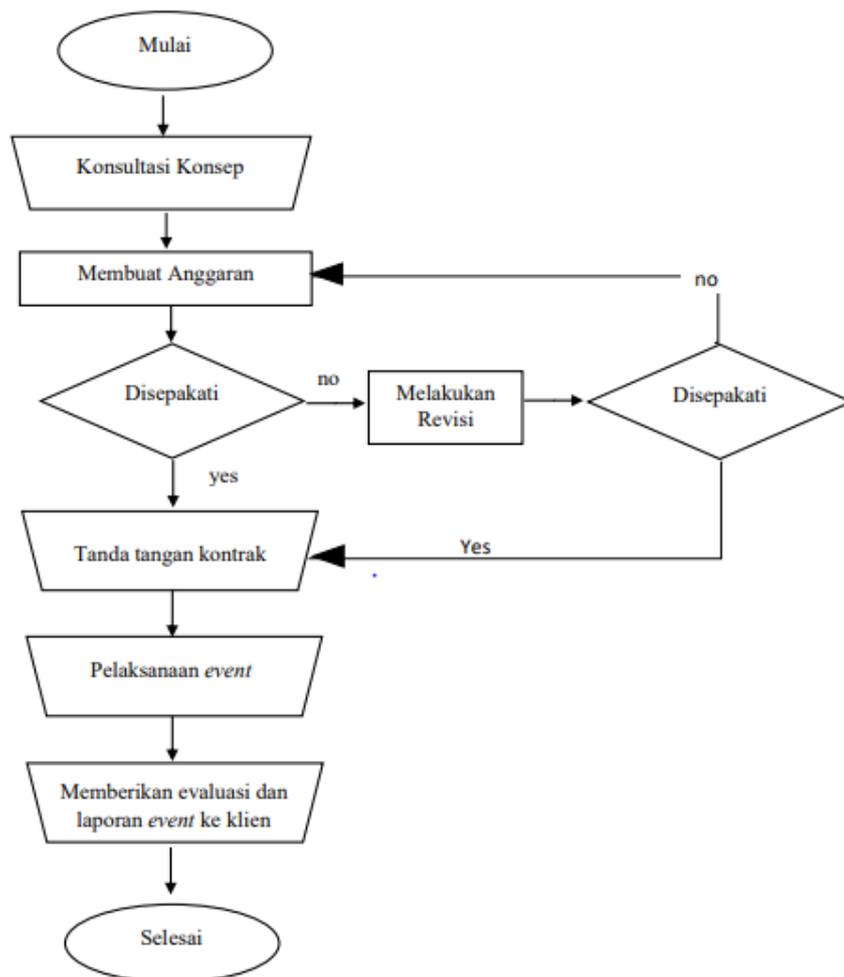
Proses yang dilakukan oleh PT Shabira dimulai dengan memberikan informasi perusahaan, latar belakang, portofolio, dan *contact person* melalui *website* dan media sosial. Melalui *contact person* yang dicantumkan, klien potensial dapat menghubungi pihak PT Shabira. *Flow* terkait proses dealing dalam hubungan dengan klien dimulai dari presentasi konsep dilanjutkan dengan membuat anggaran yang diajukan kepada klien.

Setelah anggaran yang diajukan disetujui oleh klien maka akan dilakukan tanda tangan kontrak kerjasama yang dilakukan oleh kedua belah pihak. Tahap akhir proses kerjasama diakhiri dengan memberikan evaluasi serta laporan hasil



pelaksanaan *event*. Proses *dealing* tersebut dapat dilihat pada Bagan 3.1 di bawah ini:

Bagan 3.1
Proses Dealing



Sumber: PT Shabira, 2023

3.6.6 *PHYSICAL EVIDENCE*

Bukti fisik merupakan identitas dari suatu perusahaan dalam menjalankan kegiatan usaha. Bentuk fisik yang nyata salah satunya adalah gedung atau bangunan kantor. Dengan memiliki desain interior dan tata ruang kantor yang nyaman 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



unik dapat meninggalkan kesan bagi klien atau pengunjung yang mengunjungi kantor, sehingga hal tersebut dapat memberikan citra positif bagi perusahaan.

3.7 ANALISIS PESAING

PT Shabira membuat analisis sederhana terhadap kompetitor yang sudah terlebih dahulu berpengalaman di bidang *product launch event*. Berdasarkan analisa yang dilakukan, terdapat beberapa hal yang dapat membedakan dari masing-masing pesaing. Data tersebut dapat dilihat pada Tabel 3.11 di bawah ini:

Tabel 3. 11 Analisis Pesaing

Tabel 3.11
Analisis Pesaing

Perusahaan	Produk	Target Pasar	Kelebihan	Kekurangan
Groovy	<i>Corporate event, Product launch, Business gathering, Exhibition, Activation</i>	<i>Corporate, Brand</i>	<ol style="list-style-type: none"> Memiliki Portofolio event yang sudah rapih dan jelas Mengikuti tren yang sedang berkembang Media Sosial yang selalu update 	<ol style="list-style-type: none"> Produk yang ditawarkan tidak di dalam satu package Tidak berfokus pada satu jasa
Akusara Pro	<i>Corporate gathering, Product launching</i>	<i>Corporate, Brand</i>	<ol style="list-style-type: none"> Memiliki karyawan ahli dalam bidang 	<ol style="list-style-type: none"> Tidak mencantumkan rincian produk pada website

Hak Cipta :

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



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

			media dan visual 2. Memiliki banyak pengalaman di bidang 3. Memikiki karyawan yang ahli dalam bidang <i>project management</i>	2. Tidak berfokus pada satu jasa
Maika Collectiva	<i>Brand event, product launching, business, Creative agency</i>	<i>Brand</i>	1. Memberikan pelayanan mulai dari perancangan konsep sampai penyelenggaraan <i>event</i>	1. Tidak focus pada satu jasa 2. Minimnya informasi mengenai harga 3. Kurangnya informasi mengenai portofolio

Sumber: PT Shabira, 2023

3.8 ANALISIS SWOT (STRENGTHS, WEAKNESS, OPPORTUNITIES, THREATS)

Analisis SWOT merupakan teknik strategi menganalisa sebuah proyek atau perusahaan di berbagai industri. Teknik analisis yang digunakan meliputi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*).

Hak Cipta :

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



Analisa SWOT digunakan untuk menganalisa pertumbuhan perusahaan dan tolak ukur keberhasilannya.

PT Shabira juga menganalisis keunggulan apa saja yang dimiliki oleh perusahaan. Analisis SWOT dapat dilihat pada Tabel 3.12 di bawah ini:

Tabel 3.12

Tabel 3.12
Analisis SWOT

Faktor Internal	<p><i>Strengths:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pangsa pasar yang besar sebanyak 75% di wilayah Jabodetabek 2. SDM tersertifikasi 	<p><i>Weaknesses:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. PT Shabira merupakan perusahaan baru dengan pengalaman yang minim 2. Fokus hanya di bidang <i>beverage</i> khususnya minuman spirit
Faktor Eksternal	<p><i>Opportunities:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Maraknya bisnis perusahaan minuman spirit lokal 2. Permintaan pasar selalu ada dan dukungan tren produk yang terus berkembang. 	<p><i>Strategi SO:</i> S1, O1 : Dengan maraknya bisnis perusahaan minuman spirit lokal dan pangsa pasar yang sebanyak 75% di wilayah Jabodetabek, PT Shabira mendapatkan potensial klien dan peluang pasar yang tinggi</p> <p><i>Strategi WO:</i> W1, O2 : Melakukan promosi dan publikasi mengenai perusahaan melalui media sosial dan <i>website</i> secara kreatif dan inovatif</p> <p>W2, O2 : Memperluas jasa <i>product launch event</i> di berbagai bidang lainnya</p>

Hak Cipta :

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

	Shabira dapat membantu perusahaan minuman spirit lokal dalam mengenalkan produk – produk lokal kepada masyarakat luas agar tidak kalah bersaing dengan <i>brand</i> internasional, sudah saatnya mendukung produk nasional ditingkatkan	
<p><i>Threats:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pesaing dengan pengalaman yang lebih tinggi 2. Potensi masuknya pesaing baru 3. Terbatasnya bidang usaha yang diterima untuk jasa <i>product launch event</i> 	<p>Strategi ST:</p> <p>S1, T1, T2 : Dengan konsep yang kreatif, inovatif dan SDM berkualitas, PT Shabira dapat bersaing dengan competitor</p> <p>1ab. Membuat penawaran yang menarik dengan harga yang dapat bersaing di pasarnya.</p> <p>S1, T3 : Penambahan bidang usaha yang dapat kami berikan jasa <i>product launch event</i></p>	<p>Strategi WT:</p> <p>W1, T1, T2 : Walaupun PT Shabira merupakan perusahaan yang baru di industri MICE, dengan tingginya permintaan pasar dan SDM berkualitas dapat menjadi kesempatan besar untuk bersaing dengan kompetitor lainnya</p> <p>W1, T1, T2 : Menambah dan menjalin hubungan yang baik dengan pelaku dan jejaring bisnis dalam pelaksanaan <i>product launch event</i> untuk membangun koneksi dan kepercayaan klien</p> <p>W2, T3 : Menambahkan jasa <i>product launch</i> pada</p>



Hak Cipta :

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

		bidang lainnya dalam rencana jangka panjang PT Shabira mengingat tren perkembangan pasar yang terus meningkat
--	--	---

Sumber: PT Shabira, 2023

3.9 JEJARING USAHA

Jaringan usaha adalah hubungan yang dibangun untuk mengoptimalkan kerja perusahaan. PT Shabira adalah perusahaan *event organizer* sebagai penyedia jasa *product launch*. Menjalankan usaha ini membutuhkan departemen pendukung untuk memastikan kelangsungan usaha jangka panjang.

Berbagai pihak pendukung tersebut diantaranya yaitu *venue*, *supplier* atau vendor logistik, dan percetakan. Melalui jejaring usaha yang baik, hubungan usaha akan terjalin dengan disertai pengalaman dan informasi yang luas. Daftar jejaring usaha PT Shabira dapat dilihat pada Tabel 3.13 di bawah ini:

Tabel 3.13 Jejaring Usaha

Tabel 3.13

Jejaring Usaha

No	Perusahaan	Alamat	Email	Telp/Whatsapp
Venue				
1	Lime Lightbar	Fairgrounds, SCBD lot 14, Jl. Jenderal Sudirman, RT.5/RW.3 Senayan, Kec.	Limelightbar.jkt@gmail.com	0818-1886-2401



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

		Kby. Baru, Kota Jakarta Selatan		
2	Zoo – Swill Fam	Fairgrounds, SCBD lot 14, Jl. Jenderal Sudirman, RT.5/RW.3 Senayan, Kec. Kby. Baru, Kota Jakarta Selatan	Info@swillmail.com	0878-8428-8880
Produksi				
1	Akusara Production	Jl. Deposito No.12A, Pejaten Barat, Pasar Minggu, Kota Jakarta Selatan, 12510	info@akusarapro.com	081299069491
2	Akusewa	Jl. Deposito No.12A, Pejaten Barat, Pasar Minggu, Kota Jakarta Selatan, 12510	info@akusewa.com	081315000437
4	Bie Multi Kreasi	Ruko Villa Mutiara Gading 1, Blok R2 No.09, Kelurahan, Setia Asih, Kec. Tarumajaya, Bekasi, Jawa Barat 17215	contact@biemulrikreasi.co.id	021 89443706
7	Tentso.id	18 Office Park 10th A Floor, JI. TB Simatupang No.18, RT.2/RW.1, Kebagusan, Kec.	info@tentso.co.id	021 82595410 / 085161705004



© 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

		Ps. Minggu, Kota Jakarta		
Printing				
1	Alladin Copy dan Digital Printing	Jl. Margonda Raya No. 393. Pondok Cina. Kota Depok	info@aladdin- print.com	021 7865110 / 021 7864210
3	Express Print	No.1-6, Ruko Modernland Blok AR, Jl. Jenderal Sudirman, RT.004/RW.007, Kota Tangerang, Banten 15118	info@nexpressprint.id	021 55780352
4	Quickprint	Jl. Swadarma Raya No.55A, RT.12/RW.3, Srengseng, Kec. Kembangan, Kota Jakarta Barat, DKI Jakarta 11630	online@quickprint.c o.id	021 5861562 / 0887881294888
5	Ilitho	Jl. Gandaria I No. 47 A - B, Kramat Pela. Kebayoran Baru, Jakarta Selatan, Indonesia	di.oc.ohtili@ofni	021 7255441 / 082210010098
Talent				
1	JD Agency	Jakarta Selatan	Jdagency14@gmail. com	081297050069
2	Orang Dalem Agency	Bekasi	Orangdalem.agency @gmail.com	082180005035

Sumber: PT Shabira, 203

Hak Cipta :

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

4.1 ANALISIS KOMPETENSI SUMBER DAYA MANUSIA

Sumber daya manusia merupakan komponen utama yang mempengaruhi keseluruhan proses perkembangan perusahaan. Sebagai perusahaan jasa event organizer, dibutuhkan tim yang memiliki kemampuan dan keahlian dalam proses riset pasar dan dapat mengidentifikasi tren-tren yang baru sehingga nantinya dapat menjadi keunggulan dalam memperkenalkan produk kepada calon klien PT Shabira.

Keterampilan pendukung lainnya seperti sikap disiplin, kritis dalam berpikir dan komunikasi yang baik antara tim dan potensial klien yang nantinya dapat mencapai visi dan misi dan membawa nama perusahaan ke arah yang lebih baik kedepannya. Maka karena itu diperlukan sumber daya manusia yang memiliki latar belakang pendidikan MICE (*Meeting, Incentive, Convention, Exhibition*) dan memiliki pemahaman mengenai *Marketing* (Pemasaran).

Pada tahun pertama, PT Shabira membentuk tim inti didalamnya terdapat tiga sumber daya manusia yaitu, direktur utama, direktur keuangan, dan direktur pemasaran. Adapun standar kualifikasi pendidikan sumber daya manusia yang dibutuhkan dan dapat dilihat pada Tabel 4.1 di bawah ini:



Hak Cipta :

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

Tabel 4.1

Tingkat Pendidikan Sumber Daya Manusia PT Shabira

Tingkat Pendidikan	Jumlah
S1 (Sarjana) / D4 (Sarjana Terapan)	3
TOTAL	3

Sumber: PT Shabira, 2023

Tabel diatas menjelaskan bahwa sumber daya manusia yang dimiliki oleh perusahaan pada tahun pertama terdiri dari tiga orang dengan tingkat Pendidikan minimal S1 (Sarjana) atau D4 (Sarjana Terapan).

Susunan sumber daya manusia pada setiap bagian divisi kerja dapat dilihat pada Tabel 4.2 di bawah ini:

Tabel 4.2

Jabatan Sumber Daya Manusia PT Shabira

Bagian / Department	Jumlah
Direktur Utama	1
Direktur Pemasaran	1
Direktur Keuangan	1
TOTAL	3

Sumber: PT Shabira, 2023

Tabel di atas menjelaskan bahwa sumber daya manusia pada perusahaan terdiri dari tiga jabatan utama yaitu direktur utama berjumlah satu orang, direktur pemasaran berjumlah satu orang, direktur keuangan berjumlah satu orang.

Standar kompetensi dasar yang ditetapkan untuk sumber daya manusia pada PT Shabira dapat dilihat pada Tabel 4.3 di bawah ini:



Hak Cipta :

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

Tabel 4.3

Kompetensi Dasar Sumber Daya Manusia PT Shabira

1. Sumber daya manusia dari PT Shabira adalah lulusan dari MICE (*Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition*) / *Event Management* yang memiliki ilmu dasar mengenai *event* dan pariwisata.
2. Sumber daya manusia dari PT Shabira sudah tersertifikasi secara resmi oleh Lembaga Sertifikasi Profesi MICE minimal di satu bidang
3. Sumber daya manusia PT Shabira sudah memiliki pengalaman dan terjun secara langsung ke dalam industri MICE / *event*
4. Memiliki soft skill yang dapat menunjang performa di bidang event
5. Memiliki kemampuan komunikasi yang baik
6. Mampu bekerja sama secara tim dengan baik
7. Mampu berfikir secara kritis dan kreatif
8. Memiliki jiwa kooperatif dan bertanggung jawab dengan baik
9. Dapat bekerja dibawah tekanan

Sumber: PT Shabira, 2023

4.2 ANALISIS KEBUTUHAN DAN PENGEMBANGAN SUMBER DAYA MANUSIA

PT Shabira dalam proses mengembangkan perusahaan memerlukan analisis kebutuhan dan pengembangan sumber daya manusia (SDM). Keperluan yang dibutuhkan berupa posisi dalam masing-masing divisi atau departemen, sehingga setiap individu dapat mengelola perusahaan dengan kualifikasi atau pengetahuan yang sesuai.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Penting untuk mengetahui kebutuhan dan jumlah sumber daya manusia (SDM) supaya perusahaan dapat memproyeksi perkembangan yang tepat untuk tahun-tahun berikutnya.

Analisis berperan penting dalam memahami dan menentukan kualifikasi dan tanggung jawab yang dimiliki oleh SDM yang ada di dalam perusahaan. Pada tahun pertama, kegiatan operasional perusahaan dijalankan sepenuhnya oleh tiga orang yang merupakan pendiri perusahaan.

Sesuai dengan struktur organisasi yang telah disusun maka pada tahun-tahun berikutnya akan dimulai adanya penambahan SDM dengan cara membuka lowongan pekerjaan untuk karyawan pada tingkat staf. Berikut ini adalah analisis kebutuhan dan pengembangan sumber daya manusia PT Shabira di tahun pertama, kedua, dan ketiga, sebagai berikut:

4.2.1 ANALISIS KEBUTUHAN DAN PENGEMBANGAN SDM TAHUN 0

Pada tahun 0 (nol) pra-operasional perusahaan, PT Shabira akan berjalan dengan sumber daya manusia (SDM) yang sudah ada yaitu direktur utama, direktur pemasaran, dan direktur keuangan. Proses membuka lowongan pekerjaan perusahaan belum dilaksanakan karena masih dalam tahap persiapan. Analisis kebutuhan dan pengembangan SDM dapat dilihat pada Tabel 4.4 di bawah 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

Tabel 4.4

Analisis Kebutuhan dan Pengembangan SDM Tahun 2023

Jabatan	Tingkat Pendidikan	Pengalaman (Tahun)	Keterampilan Khusus
Direktur Utama	S1 Terapan	2 Tahun	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lulusan S1 (Sarjana) / D4 (Sarjana Terapan) bidang MICE (<i>Meeting, Convention, and Exhibition</i>) 2. Bersertifikat <i>Event Registration Officer</i> oleh LSP MICE 3. Memiliki kemampuan organisasi dan kepemimpinan yang baik 4. Mampu berkomunikasi antar tim dengan baik 5. Dapat mengoperasikan perangkat lunak seperti <i>Ms. Office, Ms. Powerpoint, dan Ms. Excel</i> 6. Memiliki interpersonal <i>skill</i> dengan baik



© 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

			<ol style="list-style-type: none"> 7. Memiliki pengetahuan lebih seputar aturan dan pedoman hukum dalam industri MICE (<i>Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition</i>) atau industri event 8. Mampu melihat peluang untuk mengembangkan usaha perusahaan 9. Mampu berpikir kritis dan didasari dari berbagai perspektif 10. Mampu bersikap adil dalam menangani suatu masalah dalam perusahaan
Direktur Pemasaran	S1 Terapan	2 Tahun	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lulusan S1 (Sarjana) / D4 (Sarjana Terapan) bidang MICE (<i>Meeting, Convention, and Exhibition</i>) 2. Dapat mengoperasikan perangkat lunak seperti <i>Ms. Office, Ms. Powerpoint, Ms. Excel, Adobe</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

			<p><i>Photoshop, Canva</i> untuk menunjang kebutuhan materi promosi</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Memiliki kemampuan berkomunikasi dan bernegosiasi yang baik kepada calon klien dan pihak-pihak terkait lainnya 4. Menguasai bahasa asing yaitu Bahasa Inggris secara aktif
Direktur Keuangan	S1 Terapan	2 Tahun	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lulusan S1 (Sarjana) / D4 (Sarjana Terapan) bidang MICE (<i>Meeting, Convention, and Exhibition</i>) 2. Dapat mengoperasikan perangkat lunak seperti <i>Ms. Office, Ms. Powerpoint, dan Ms. Excel</i> 3. Dapat menyusun anggaran perusahaan dan calon klien 4. Dapat membuat laporan keuangan bagi 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

			<p>5. Jujur dan transparan sehingga dapat oleh perusahaan dan calon klien</p> <p>6. Teliti dan tekun dalam setiap pekerjaan yang dilakukannya</p>
--	--	--	---

Sumber: PT Shabira, 2023

4.2.2 ANALISA KEBUTUHAN DAN PENGEMBANGAN SDM TAHUN KELIMA

Pada tahun kelima operational perusahaan, PT Shabira membuka lowongan kerja untuk satu karyawan kontrak di tingkat staf di tahun kelima. Jumlah karyawan yang akan direkrut yaitu staf bagian administrasi. Semakin berkembangnya market share perusahaan maka tugas di setiap bidang semakin meningkat untuk itu diperlukan adanya penambahan staf.

Administrasi bertugas untuk mengkoordinasi dengan divisi lain jika terdapat meeting ataupun kegiatan lainnya yang menyangkut pekerjaan admin seperti mengumpulkan data dan menyusun berkas PT Shabira, mengurus perizinan dan surat masuk serta keluar dari setiap kerja sama dan penyelenggaraan acara. Kualifikasi dari penerimaan sumber daya manusia bagian administrasi terdapat pada table 4.5 di bawah ini:



Hak Cipta :

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

Tabel 4.5

Analisa Kebutuhan dan Pengembangan SDM Tahun Kelima

Jabatan	Tingkat Pendidikan	Pengalaman (Tahun)	Keterampilan Khusus
Administration Staff	D4	1 Tahun	

Sumber: PT Shabira, 2023

Dapat dilihat pada table 4.5 yang menjelaskan mengenai spesifikasi kualifikasi yang dibutuhkan untuk seorang karyawan administrasi bidang MICE (*Meeting, Incentive, Convention and Exhibition*) khususnya dalam jasa product launch agar legalitas perizinan pada setiap proyek perusahaan dapat terlaksana dengan baik.

4.2.3 ANALISA KEBUTUHAN DAN PENGEMBANGAN SDM TAHUN KELIMA

Pada tahun kelima operasional perusahaan, PT Shabira akan berjalan dengan sumber daya manusia yang sudah ada yaitu direktur utama, direktur pemasaran, direktur keuangan, dan administrasi staf yang akan berada di bawah direktur pemasaran.

4.3 RENCANA PEMENUHAN KEBUTUHAN SDM

Rencana pemenuhan kebutuhan SDM dapat dilihat pada Tabel 4.6 di bawah ini:



Hak Cipta :

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

Tabel 4.6

Rencana Pemenuhan Kebutuhan SDM

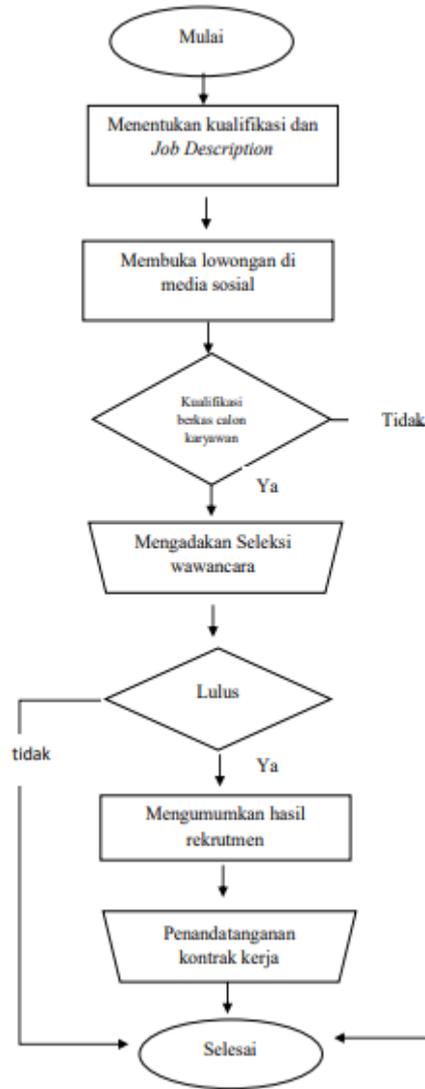
Jabatan	Jumlah Kebutuhan	Tenaga yang tersedia	Tenaga yang harus direkrut
Direktur Utama	1	1	-
Direktur Pemasaran	1	1	-
Direktur Keuangan	1	1	-
Staf Administrasi	1	-	1

Sumber: PT Shabira, 2023

Berdasarkan Tabel 4.6 rencana pemenuhan kebutuhan sumber daya manusia PT Shabira adalah perekrutan untuk memenuhi kebutuhan SDM yang sesuai dengan kualifikasi dan tanggung jawab pekerjaan yang akan tersedia pada tahun kelima.

Dalam perencanaan memenuhi perekrutan SDM yaitu memiliki beberapa tahapan proses yang dapat dilihat pada Bagan 4.1 di bawah ini:

Bagan 4. 1
Proses Rekrutmen



Sumber: PT Shabira, 2023

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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





Hak Cipta :

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

BAB V

PEMANFAATAN TEKNOLOGI

5.1 ANALISIS PERENCANAAN PEMANFAATAN TEKNOLOGI

Salah satu kegunaan sebuah teknologi untuk mendukung kegiatan dan pertumbuhan suatu bisnis. Sejak terjadi pandemi Covid-19 terjadi masyarakat semakin melek akan perkembangan teknologi dan harus mengikutinya untuk terus bertahan hidup dan dapat memperoleh informasi lebih. Oleh karena itu PT Shabira harus sadar dan juga terfasilitasi dengan baik dari segi teknologi/perangkat lunak.

5.1.1 ANALISIS DAN PERENCANAAN PEMANFAATAN TEKNOLOGI UNTUK KEGIATAN MARKETING.

Teknologi yang digunakan oleh PT Shabira untuk menunjang kegiatan pemasaran adalah sebagai berikut:

a. *Instagram for Business*

Instagram for Business akan menjadi promosi dan portofolio awal bagi PT Shabira untuk memberikan pengenalan atau *awareness* mengenai jasa perusahaan. Disamping itu PT Shabira juga akan mengembangkan *platform* ini menjadi wadah yang menarik untuk para calon klien.

b. *Website*

Website akan digunakan pada tahun kedua dan ketiga, dengan asumsi kami dapat menaruh portofolio *event* yang telah kami laksanakan. *Website* berisi detail kedua packages dan portofolio 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

c. *Search Engine Optimizing (SEO)*

Pemfaatan teknologi SEO menurut Dwi Budi Santoso dalam jurnalnya adalah sebagai media untuk meningkatkan volume dan kualitas trafik kunjungan melalui mesin pencari menuju *website* tertentu dengan memanfaatkan mekanisme kerja atau algoritma mesin pencari tersebut.

5.1.2 ANALISIS DAN PERENCANAAN PEMANFAATAN TEKNOLOGI UNTUK KEGIATAN OPERASIONAL.

a. *Hardware*

Hardware merupakan perangkat yang dibutuhkan untuk menunjang kegiatan pemasaran dan operasional perusahaan. Daftar perangkat *hardware* yang akan digunakan oleh perusahaan untuk menunjang kegiatan pemasaran dan operasional, terdapat pada Tabel 5.1 berikut ini

Tabel 5. 1 Perangkat Hardware PT Shabira

Tabel 5. 1
Perangkat *Hardware* PT Shabira

No.	Jenis Hardware	Jumlah Unit	Spesifikasi
1	Laptop	3	Lenovo ThinkPad T420
2	Wifi	1	TP-Link TL-WR840N(V4.0): 300 Mbps
3	Printer	1	HP - 2775 DeskJet Ink Advantage All-in-One Printer (Print-Copy-Scan-Wifi)
4	<i>Hard disk</i>	1	HDD External Elements USB 3.0 – 1TB

Sumber: PT Shabira, 2023



© 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. Software

Berikut merupakan daftar perangkat lunak atau *software* yang digukan dalam membantu dan menunjang kegiatan operasional PT Shabira dapat dilihat pada tabel 5.2 di bawah ini:

Tabel 5.2
Perangkat Software PT Shabira

No.	Jenis Software	Jumlah	Spesifikasi
1.	Adobe Full Pack	1	Premium
2.	Canva	1	Premium
3.	Microsoft Office	1	Microsoft Office Professional Plus 2016

Sumber: PT Shabira, 2023

c. WhatsApp

WhatsApp merupakan *platform* yang sangat penting untuk menunjang komunikasi antar karyawan, klien, dan pihak ketiga lainnya. PT Shabira memilih *WhatsApp* karena dinilai aplikasi yang pasti dimiliki dan digunakan oleh masyarakat.

5.2 TAHAPAN PENGEMBANGAN TEKNOLOGI

Pengembangan teknologi akan dilakukan dengan meningkatnya minat pasar dan target dari waktu ke waktu oleh PT Shabira. Untuk melakukan pengembangan teknologi PT Shabira memiliki beberapa tahapan untuk kemajuan PT Shabira kedepannya sebagai berikut:



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

- a. Melakukan analisis yang menyeluruh untuk mendapatkan kebutuhan-kebutuhan teknologi apa saja yang akan digunakan, mencari tahu lebih mendalam mengenai spesifikasi teknologi *software* dan *hardware* untuk mendukung kegiatan operasional dan *marketing* perusahaan.
- b. Melakukan pelatihan untuk seluruh karyawan atau *manpower* yang akan bekerjasama dengan PT Shabira kedepannya, dengan diberikan pelatihan diharapkan bahwa para karyawan dapat bantu mengembangkan PT Shabira jauh lebih maju dan sukses dan untuk mengasah *skill* diri mereka sendiri.
- c. Pemeliharaan teknologi yang dimiliki itu hal yang harus dilakukan agar teknologi *software* maupun *hardware* dapat digunakan dengan jangka panjang sehingga perusahaan dapat menghemat biaya yang ada.
- d. Melakukan perencanaan anggaran untuk kebutuhan teknologi yang sudah dibuat timeline dan list kebutuhannya, agar jelas biaya apa saja yang harus dialokasikan terlebih dahulu.

Hak Cipta :

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



Hak Cipta :

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

BAB VI

ANALISIS DAN RENCANA KEUANGAN

PT Shabira melakukan analisis dan rencana keuangan untuk melihat proyeksi selama tiga tahun kedepan mengenai kelangsungan usaha serta stabilitas dan profitabilitas dari usaha yang akan didirikan. Analisis keuangan perusahaan tersebut dibuat sejak tahun 2023, yaitu tahun dimulainya kegiatan operasional sampai dengan tahun 2025. Analisis dan rencana keuangan ini terdapat beberapa pembayaran pajak yang ditentukan berdasarkan peraturan yang berlaku.

Analisis keuangan tersusun atas rencana kebutuhan investasi, anggaran biaya produk penjualan, proyeksi penjualan, proyeksi arus kas, neraca keuangan, prakiraan laba rugi, prakiraan perubahan modal, analisa *Payback Period*, analisa *Net Present Value*, *Internal Rate of Return*, *Return on Investment*, dan *Profitability Index*.

6.1 RENCANA KEBUTUHAN INVESTASI

Investasi dilakukan dengan menggunakan modal milik pribadi dari masing-masing direktur yaitu sebesar Rp320.000.000,- dengan rincian sebagai berikut, Shabilla K Putti Ylona sebagai Direktur Utama memberikan modal sebesar Rp128.000.000,-. Tiara Joyce Cantikki sebagai Direktur Pemasaran memberikan modal sebesar Rp96.000.000,- dan Bunga Fatihyiah sebagai Direktur 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

memberikan modal sebesar Rp96.000.000,-. Modal tersebut akan digunakan untuk pengeluaran kebutuhan awal seperti membeli peralatan kantor, perlengkapan kantor, membayar sewa gedung, listrik, dan pendirian usaha pada tahun 2023. Berikut persentase modal milik pribadi yang akan ditampilkan pada Tabel 6.1 di bawah ini:

Tabel 6.1
Rencana Investasi PT Shabira

No	Nama	Jabatan	Modal	%
1	Shabilla K Putti Ylona	Direktur Utama	Rp 128,000,000	40%
2	Tiara Joyce Cantikki	Direktur Pemasaran	Rp 96,000,000	30%
3	Binta Fatihyyah	Direktur Keuangan	Rp 96,000,000	30%
4	Total		Rp 320,000,000	100%

Sumber: PT Shabira, 2023

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa direktur utama memberikan uang pribadi lebih besar daripada direktur pemasaran dan direktur keuangan untuk modal usaha.

6.2 ANGGARAN BIAYA PRODUK PENJUALAN

Proyeksi jumlah produk penjualan mulai dari tahun 2024 sampai tahun 2026. Berikut merupakan rincian tentang penjualan setiap tahun dari masing-masing *package* yang dimiliki oleh PT Shabira yang akan ditampilkan pada Tabel 6.2 di bawah ini.



Hak Cipta :

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

Tabel 6.2

Jumlah Produk Penjualan PT Shabira Tahun 2024

Proyeksi Penjualan Produk				
No	Nama Package	Jumlah Penjualan		
		2024	2025	2026
1	Shabi Package	5	9	14
2	Shantuy Package	4	5	9
Total		9	14	23

Sumber: PT Shabira, 2023

Berdasarkan pada Tabel 6.2 diatas, PT Shabira memiliki 2 (dua) *package* produk utama. Pada tahun 2024, penjualan Perusahaan berjumlah 9 (sembilan) kali penjualan. Pada Tahun 2025, PT Shabira mengalami peningkatan penjualan dengan jumlah 14 (empat belas) kali penjualan, serta pada Tahun 2026, PT Shabira mendapatkan peningkatan penjualan dengan jumlah 23 (dua puluh tiga) kali penjualan.

6.3 PROYEKSI PENJUALAN

PT Shabira memiliki proyeksi penjualan dari tahun 2024 sampai tahun 2026 berdasarkan perhitungan tren dari *market share* dengan pertumbuhan rata-rata yang dijelaskan pada analisis pasar dan rencana pemasaran. Perusahaan memiliki kalender kegiatan yang dimulai dari tahun 2023 dengan memulai proses pendirian perusahaan sedangkan kegiatan atau penjualan produk baru aktif dilaksanakan mulai Januari 2024. Berikut rincian proyeksi penjualan PT Shabira yang akan ditampilkan pada Tabel 6.3 hingga Tabel 6.5 di bawah ini:



Hak Cipta :

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

Tabel 6.3
Proyeksi Penjualan 2024

Tahun 2024				
No.	Nama Produk	Target	Penjualan	Total
1	Shabi Package	5	Rp 170,000,000	Rp 850,000,000
2	Shantuy Package	4	Rp 130,000,000	Rp 520,000,000
Total				Rp 1,370,000,000

Sumber: PT Shabira, 2023

Berdasarkan pada Tabel 6.3 proyeksi penjualan pada tahun 2024 PT Shabira memiliki total 9 (sembilan) *event* dengan rincian 5 (lima) *Shabi Package* dan 4 (empat) *Shantuy Package*.

Tabel 6. 4 Proyeksi Penjualan 2025

Tabel 6.4
Proyeksi Penjualan 2025

Tahun 2025				
No.	Nama Produk	Target	Penjualan	Total
1	Shabi Package	9	Rp 175,000,000	Rp 1,575,000,000
2	Shantuy Package	5	Rp 140,000,000	Rp 700,000,000
Total				Rp 2,275,000,000

Sumber: PT Shabira, 2023

Berdasarkan pada Tabel 6.4 proyeksi penjualan pada tahun 2025 PT Shabira memiliki total 14 (empat belas) *event* dengan rincian 9 (sembilan) *Shabi Package* dan 5 (lima) *Shantuy Package*. Pada tahun 2025 harga per paket meningkat karena adanya inflasi sebesar 5%.

Tabel 6. 5
Proyeksi Penjualan 2026

Tahun 2026				
No.	Nama Produk	Target	Penjualan	Total
1	Shabi Package	14	Rp 185,000,000	Rp 2,590,000,000
2	Shantuy Package	9	Rp 145,000,000	Rp 1,305,000,000
Total				Rp 3,895,000,000

Sumber: PT Shabira, 2023



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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 pada Tabel 6.5 proyeksi penjualan pada tahun 2026 PT Shabira memiliki total 23 (dua puluh tiga) *event* dengan rincian 14 (empat belas) *Shabi Package* dan 9 (sembilan) *Shantuy Package*. Pada tahun 2026 harga per paket ikut meningkat karena adanya inflasi sebesar 5%.

6.4 PROYEKSI ARUS KAS

Laporan arus kas merupakan laporan keuangan yang memperlihatkan penerimaan kas yang berasal dari modal dengan pengurangan beban-beban yang diperlukan di tahun 2023, seperti membeli peralatan kantor, perlengkapan kantor, membayar sewa gedung, listrik, dan pendirian usaha. Pada di tahun 2024 hingga tahun 2026 terdapat tambahan pendapatan hasil dari penjualan produk disetiap bulannya yang kemudian dikurangi dengan beban-beban yang dikeluarkan termasuk dengan pajak yang dapat dilihat secara rinci pada *lampiran 25* sedangkan proyeksi arus kas general akan ditampilkan pada Tabel 6.6 berikut ini:

Tabel 6.6 Proyeksi Arus Kas General PT Shabira

Tabel 6. 6

Proyeksi Arus Kas General PT Shabira

Arus Kas General				
Keterangan	Tahun 2023	Tahun 2024	Tahun 2025	Tahun 2026
Saldo Awal	Rp -	Rp 289,085,077	Rp 302,636,642	Rp 472,288,184
Modal Investasi	Rp 320,000,000	Rp -	Rp -	Rp -
Pendapatan Penjualan				
Shabi Package	Rp -	Rp 850,000,000	Rp 1,575,000,000	Rp 2,590,000,000
Shantuy Package	Rp -	Rp 520,000,000	Rp 700,000,000	Rp 1,305,000,000
Sub Total Pendapatan	Rp -	Rp 1,370,000,000	Rp 2,275,000,000	Rp 3,895,000,000
Total Penerimaan	Rp 320,000,000	Rp 1,659,085,077	Rp 2,577,636,642	Rp 4,367,288,184



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Beban Peralatan Kantor	Rp	6,325,000	Rp	-	Rp	-	Rp	-
Beban Operasional								
Beban Sewa Gedung	Rp	11,250,000	Rp	28,080,000	Rp	29,484,000	Rp	30,958,200
Beban Listrik	Rp	2,250,000	Rp	5,616,000	Rp	5,896,800	Rp	6,191,640
Beban Pendirian Usaha	Rp	506,189	Rp	-	Rp	-	Rp	-
Beban Gaji		Rp	Rp	162,432,000	Rp	168,929,280	Rp	175,686,451
Beban BPJS Kesehatan		Rp	Rp	6,768,000	Rp	7,038,720	Rp	7,320,269
Beban Bpjs Ketenagakerjaan		Rp	Rp	11,065,680	Rp	11,508,307	Rp	11,968,639
Beban THR		Rp	Rp	14,100,000	Rp	14,664,000	Rp	15,250,560
Beban Promosi	Rp	9,750,000	Rp	24,570,000	Rp	25,798,500	Rp	27,088,425
Beban Perlengkapan Kantor		Rp	Rp	875,155	Rp	918,637	Rp	964,282
Beban Event		Rp	Rp	1,096,270,000	Rp	1,829,388,750	Rp	3,129,495,863
Total Beban Operasional		Rp	Rp	1,349,776,835	Rp	2,093,626,994	Rp	3,404,924,329
Beban PPN 11%		Rp	Rp	-	Rp	-	Rp	-
Beban PPh 21 (5%)		Rp	Rp	21,600	Rp	346,464	Rp	684,323
PP FINAL 23 Badan 0.5%		Rp	Rp	6,650,000	Rp	11,375,000	Rp	19,475,000
Total Pengeluaran		Rp	Rp	1,356,448,435	Rp	2,105,348,458	Rp	3,425,083,652
Saldo Kas Akhir	Rp	289,085,077	Rp	302,636,642	Rp	472,288,184	Rp	942,204,532

Sumber: PT Shabira, 2023

6.5 NERACA KEUANGAN

Neraca Keuangan PT Shabira memperlihatkan ringkasan dari posisi keuangan perusahaan per 31 Desember setiap tahunnya terkait total aktiva yang terdiri dari

kas, peralatan, dan penyusutan dengan total kewajiban yaitu laba rugi per tahun ditambah modal akhir 31 Desember. Berikut merupakan neraca keuangan perusahaan yang disajikan pada Tabel 6.7 di bawah 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





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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 6. 7

Neraca Keuangan PT Shabira

Neraca Keuangan				
Aktiva	31 Desember 2023	31 Desember 2024	31 Desember 2025	31 Desember 2026
Kas	Rp 289,085,077	Rp 302,636,642	Rp 472,288,184	Rp 942,204,532
Jumlah Aktiva Lancar	Rp 289,085,077	Rp 302,636,642	Rp 472,288,184	Rp 942,204,532
Aktiva Tetap				
Peralatan	Rp 6,325,000	Rp 5,847,531	Rp 4,701,606	Rp 3,555,681
Akumulasi Penyusutan Peralatan	Rp 477,469	Rp 1,145,925	Rp 1,145,925	Rp 1,145,925
Total Aktiva Tetap	Rp 5,847,531	Rp 4,701,606	Rp 3,555,681	Rp 2,409,756
Jumlah Aktiva	Rp 294,932,608	Rp 307,338,248	Rp 475,843,865	Rp 944,614,288
PASIVA				
Kewajiban Lancar	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -
Hutang	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -
Jumlah Pasiva Lancar	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -
Modal	Rp 320,000,000	Rp 294,932,608	Rp 307,338,248	Rp 475,843,865
Laba (rugi)	-Rp 25,067,392	Rp 12,405,640	Rp 168,505,617	Rp 468,770,423
Total Ekuitas	Rp 294,932,608	Rp 307,338,248	Rp 475,843,865	Rp 944,614,288
Jumlah Pasiva Lancar	Rp 294,932,608	Rp 307,338,248	Rp 475,843,865	Rp 944,614,288



6.6 PRAKIRAAN LABA RUGI

Laporan laba rugi PT Shabira berisi laporan jumlah pendapatan yang diperoleh dari jumlah beban dan pajak yang dikeluarkan setiap tahunnya. Dari pengurangan pendapatan dengan beban dan pajak yang dikeluarkan terdapat selisih yang akan disebut laba atau rugi. Jika angka yang dihasilkan positif maka dinyatakan laba namun apabila negatif maka dinyatakan rugi. Berikut laporan laba rugi pada tahun 2024 sampai tahun 2026 yang akan ditampilkan pada Tabel 6.8 berikut ini:

Tabel 6.8
Prakiraan Laba Rugi PT Shabira

Laba / Rugi				
Keterangan	Tahun 2023	Tahun 2024	Tahun 2025	Tahun 2026
Pendapatan Penjualan				
Shabi Package	Rp -	Rp 850,000,000	Rp1,575,000,000	Rp2,590,000,000
Shantuy Package	Rp -	Rp 520,000,000	Rp 700,000,000	Rp1,305,000,000
Sub Total Pendapatan	Rp -	Rp 1,370,000,000	Rp2,275,000,000	Rp3,895,000,000
Beban Operasional				
Beban Sewa Gedung	Rp 11,250,000	Rp 28,080,000	Rp 29,484,000	Rp 30,958,200
Beban Listrik	Rp 2,250,000	Rp 5,616,000	Rp 5,896,800	Rp 6,191,640
Beban Pendirian Usaha	Rp 506,189	Rp -	Rp -	Rp -
Beban Gaji	Rp -	Rp 162,432,000	Rp 168,929,280	Rp 175,686,451

Hak Cipta :

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

Beban BPJS Kesehatan	Rp -	Rp 6,768,000	Rp 7,038,720	Rp 7,320,269
Beban Bpjs Ketenagakerjaan	Rp -	Rp 11,065,680	Rp 11,508,307	Rp 11,968,639
Beban THR	Rp -	Rp 14,100,000	Rp 14,664,000	Rp 15,250,560
Beban Promosi	Rp 9,750,000	Rp 24,570,000	Rp 25,798,500	Rp 27,088,425
Beban Perlengkapan Kantor	Rp 833,734	Rp 875,155	Rp 918,637	Rp 964,282
Beban Event	Rp -	Rp 1,096,270,000	Rp 1,829,388,750	Rp 3,129,495,863
Total Beban Operasional	Rp 24,589,923	Rp 1,349,776,835	Rp 2,093,626,994	Rp 3,404,924,329
Beban Penyusutan Peralatan	Rp 477,469	Rp 1,145,925	Rp 1,145,925	Rp 1,145,925

Laba / Rugi Kotor	Rp (25,067,392)	Rp 19,077,240	Rp 180,227,081	Rp 488,929,746
Beban PPh 21 (5%)	Rp -	Rp 21,600	Rp 346,464	Rp 684,323
PP FINAL 23 Badan 0.5%	Rp -	Rp 6,650,000	Rp 11,375,000	Rp 19,475,000
Laba/Rugi Ditahan Bersih	Rp (25,067,392)	Rp 12,405,640	Rp 168,505,617	Rp 468,770,423

Sumber: PT Shabira, 2023

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa pada tahun 2023 PT Shabira mengalami kerugian sebesar -Rp25.067.392,- dikarenakan belum ada pendapatan penjualan. Pada tahun 2024 PT Shabira memperoleh keuntungan sebesar Rp12.405.640,-. Pada tahun 2025 memperoleh keuntungan sebesar



Hak Cipta :

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

Rp168.505.617,-. Serta pada tahun 2026 PT Shabira memperoleh keuntungan sebesar Rp468.770.423,-.

6.7 PRAKIRAAN PERUBAHAN MODAL

Laporan perubahan modal dibuat setiap awal dan akhir tahun untuk mengetahui penambahan dan pengurangan modal yang terjadi setiap tahun pada perusahaan. Berikut akan ditampilkan pada Tabel 6.9 di bawah ini:

Tabel 6. 9

Prakiraan Perubahan Modal PT Shabira

Keterangan	2023	2024	2025	2026
Modal Awal	Rp 320,000,000	Rp 320,000,000	Rp 320,000,000	Rp 320,000,000
Laba/Rugi Bersih	-Rp 25,067,392	Rp 12,405,640	Rp 168,505,617	Rp 468,770,423
Perubahan Modal	Rp 294,932,608	Rp 332,405,640	Rp 488,505,617	Rp 788,770,423

Sumber: PT Shabira, 2023

6.8 ANALISA PAYBACK PERIOD

Payback period akan dihitung berdasarkan Laba Rugi PT Shabira selama empat tahun terhitung sejak tahun 2023 sampai tahun 2026 dengan modal investasi awal yang dimiliki sebesar Rp320.000.000,-. Hasil dari penghitungan *Payback Period* akan membantu memprediksi jangka waktu pengembalian modal investasi. Berikut akan ditampilkan ada Tabel 6.10 berikut ini:



Hak Cipta :

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

Tabel 6. 10

Analisa *Payback Period* PT Shabira

Arus Kas Bersih Tahun	Laba/Rugi setelah Pajak	Penyusutan	Proceed
2023	-Rp 25,067,392	Rp 477,469	-Rp 24,589,923
2024	Rp 12,405,640	Rp 1,145,925	Rp 13,551,565
2025	Rp 168,505,617	Rp 1,145,925	Rp 169,651,542
2026	Rp 468,770,423	Rp 1,145,925	Rp 469,916,348

Tahun	Proceed	Akumulasi Kas Masuk
0		-Rp320,000,000
1	-Rp 24,589,923	-Rp344,589,923
2	Rp 13,551,565	-Rp331,038,358
3	Rp 169,651,542	-Rp161,386,816
4	Rp 469,916,348	Rp308,529,532

Perhitungan Rinci <i>Payback Period</i>						
PP=	N +		(a-b)	:	(c-b)	x 1Tahun
PP=	3		Rp161,386,816	:	Rp469,916,348	
PP=			3.34344			= 3 Tahun
	0.34344	x	12	Bulan	4.12128	= 4 Bulan
	0.12128	x	30	Hari	3.6384	= 4 hari
PP	Berdasarkan perhitungan <i>Payback Period</i>, modal investasi akan kembali pada 3 tahun 4 bulan 6 hari					

Sumber: PT Shabira, 2023

Berdasarkan pada hasil perhitungan *Payback Period* tersebut dapat disimpulkan bahwa prediksi jangka waktu modal yang diinvestasikan sebesar Rp320.000.000,- akan kembali seluruhnya dalam jangka waktu **3 tahun 4 bulan, 6 hari**, yang berarti PT Shabira layak untuk dijalankan karena modal investasi akan kembali sebelum



© 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

dari 4 (empat) tahun atau dari proyeksi 4 (empat) tahun kedepan setelah modal diinvestasikan.

6.9 ANALISA *NET PRESENT VALUE*

Untuk mengetahui kelayakan nilai investasi, digunakan metode *Net Present Value* untuk menghitung arus kas yang diperkirakan pada masa yang akan datang yang didiskontokan pada saat ini. Untuk menghitung *Net Present Value* dibutuhkan tingkat suku bunga dasar kredit bank yang didapat dari Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesia (OJK RI) sebagai pengawas jasa keuangan di Indonesia.

Suku bunga bank perusahaan yakni Bank Mandiri mempunyai kredit korporasi sebesar 8.05%. Bunga diskonto ditentukan berdasarkan perhitungan dan ketetapan yang dikeluarkan oleh bank sebagai pemilik kuasa atas nilai bunga diskonto yang digunakan oleh pelaku usaha. Berikut merupakan rincian NPV yang dapat dilihat pada Tabel 6.11 di bawah ini:

Tabel 6. 11
Net Present Value PT Shabira

Tahun	Diskonto 8.05%		Arus Kas Bersih	Present Value
1(2023)	0.9255	x	-Rp24,589,923	-Rp22,757,911
2(2024)	0.8565	x	Rp13,551,565	Rp11,607,532
3(2025)	0.7927	x	Rp169,651,542	Rp134,487,988
4(2026)	0.7337	x	Rp469,916,348	Rp344,763,650
PV Dari arus kas bersih				Rp468,101,259
Modal				Rp320,000,000
NPV				Rp148,101,259
NPV >0, berarti investasi yang dilakukan memberikan manfaat bagi perusahaan, maka perusahaan layak dijalankan				

Sumber: PT Shabira, 2023



Hak Cipta :

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

Usaha dinilai layak jika *Net Present Value* > (lebih besar) dari 0 atau bernilai positif. Dari Tabel 6.9 di atas, dapat dilihat bahwa hasil NPV sebesar Rp148.101.259,- yang berarti usaha ini layak untuk dijalankan.

6.10 Internal Rate of Return (IRR)

Berdasarkan pada hasil NPV, usaha yang direncanakan oleh PT Shabira sudah dapat dikatakan layak untuk dijalankan. IRR merupakan tingkat efisiensi dari sebuah investasi. Perhitungan *Internal Rate of Return* (IRR) ini dilakukan untuk menentukan persentase lebih besar dari suku bunga yang ditetapkan. Perhitungan IRR memiliki 2 (dua) persen yaitu 1 (satu) persen yang bernilai positif atau yang sudah diterapkan pada NPV dan 1 (satu) persennya lagi NPV harus bernilai negatif. Berikut rincian IRR pada Tabel 6.12 berikut ini:

Tabel 6. 12 Internal Rate of Return PT Shabira

Tabel 6. 12
Internal Rate of Return PT Shabira

Tahun	Proceed	RK (8,05%)	PV	RB (20%)	PV
1 (2023)	- Rp24,589,923	0.9255	- Rp22,757,911	0.8333	- Rp20,491,603
2 (2024)	Rp13,551,565	0.8565	Rp11,607,532	0.6944	Rp9,410,809
3 (2025)	Rp169,651,54 2	0.7927	Rp134,487,98 8	0.5787	Rp98,177,976
4 (2026)	Rp469,916,34 8	0.7337	Rp344,763,65 0	0.4823	Rp226,618,60 9
PV Proceed			Rp468,101,25 9		Rp313,715,79 1
Investasi			Rp320,000,00 0		Rp320,000,00 0
NPV			Rp148,101,25 9		-Rp6,284,209



Hak Cipta :

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

Keterangan	Tingkat Bunga	PV Proceed	Investasi	NPV
RK	8.05%	Rp468,101,259	Rp320,000,000	Rp148,101,259
RB	20%	Rp313,715,791	Rp320,000,000	-Rp6,284,209
RB-RK	12%	Rp154,385,468	Rp0	Rp154,385,468

IRR=	RK	+	NPV RK PV RK-PV RB	x	(RB-RK)
IRR=	8.05%	+	Rp148,101,259 Rp154,385,468	x	12%
IRR=	8.05%	+	0.95930	x	0.12
IRR=	8.05%	+	0.11464		
IRR=	0.20				
IRR=	20%				

Sumber: PT Shabira, 2023

6.11 Return on Investment (ROI)

Return on Investment atau ROI yaitu merupakan pengembalian investasi. Perhitungan ROI ini digunakan untuk menghitung keuntungan dengan membagi antara laba bersih dengan total aktiva. Rasio ini digunakan untuk mengetahui besaran kembalinya dana investasi terhadap keuntungan yang diterima oleh PT Shabira dalam bentuk persentase. Berikut rincian ROI pada Tabel 6.13 di bawah ini:

Tabel 6. 13

Return on Investment PT Shabira

Tahun	Keterangan	Laba Bersih	Total Aktiva
2023	Pendapatan Tahun 1	-Rp 25,067,392	Rp 294,932,608
2024	Pendapatan Tahun 2	Rp 12,405,640	Rp 307,338,248
2025	Pendapatan Tahun 3	Rp 168,505,617	Rp 475,843,865



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

2026	Pendapatan Tahun 4	Rp 468,770,423	Rp 944,614,288
Total		Rp 624,614,288	

Return of Investment	=	Laba Bersih Total Aktiva	x	100
ROI 2023	=	-Rp25,067,392 Rp294,932,608	x	100
	=	-0.084993626	x	100
	=	-8.499362583		
ROI 2023	=	-8%		
ROI 2024	=	Rp12,405,640 Rp307,338,248	x	100
	=	0.040364777	x	100
	=	4.036477682		
ROI 2024	=	4%		
ROI 2025	=	Rp168,505,617 Rp475,843,865	x	100
	=	0.354119553	x	100
	=	35.41195534		
ROI 2025	=	35%		
ROI 2026	=	Rp468,770,423 Rp944,614,288	x	100
	=	0.49625591	x	100
	=	49.62559101		
ROI 2026	=	50%		

Sumber: PT Shabira, 2023

Semakin tinggi ROI yang ada, maka semakin tinggi usaha tersebut dinilai layak untuk dijalankan. Dari perhitungan di atas, dapat dilihat bahwa tahun 2023 mengalami persentase minus dikarenakan belum ada pendapatan yang dihasilkan dari penjualan dengan persentase sebesar -8%. Kemudian pada tahun 2024 ROI



Hak Cipta :

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

yang dihasilkan sebesar 4%, pada tahun 2025 sebesar 35%, dan pada tahun 2026 nilai ROI sebesar 50% yang berarti usaha ini layak untuk dijalankan.

6.12 Profitability Index (PI)

Profitability index atau PI merupakan metode pembagian antara nilai sekarang penerimaan kas bersih dimasa yang akan datang (*proceed*) dengan nilai sekarang investasi (*outlays*). *Profitability Index* (PI) juga digunakan untuk mengukur kelayakan sebuah investasi apabila hasil $PI >$ (lebih dari) 1. Berikut rincian perhitungan PI yang ditampilkan pada Tabel 6.14 di bawah ini:

Tabel 6. 14

***Profitability Index* PT Shabira**

Tahun	Perhitungan Diskonto 8.05%		Proceed	PV Proceed
1(Tahun 2023)	0.9255	x	-Rp24,589,923	-Rp22,757,911
2 (Tahun 2024)	0.8565	x	Rp13,551,565	Rp11,607,532
3 (Tahun 2025)	0.7927	x	Rp169,651,542	Rp134,487,988
4 (Tahun 2026)	0.7337	x	Rp469,916,348	Rp344,763,650
Total Present Value dari Proceed				Rp468,101,259
PV Outlays				Rp320,000,000
Profitability Index	=		PV Proceed	
	=		PV Outlays	
PI	=		Rp468,101,259	
PI	=		Rp320,000,000	
PI	=		1.462816435	

Sumber: PT Shabira, 2023

Berdasarkan pada hasil PI diatas, PI menghasilkan nilai 1.5 yang berarti $1.5 >$ (lebih dari) 1 atau dapat dikatakan bahwa usaha layak untuk dijalankan.