

Hak Cipta :

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

BAB III

ANALISA PASAR DAN RENCANA PEMASARAN

Setelah membahas mengenai perusahaan, maka perlu dilakukan analisis dan perencanaan perusahaan guna kelancaran jalannya usaha. Dalam menjalankan sebuah bisnis, melakukan analisa pasar dan rencana pemasaran menjadi sangat penting untuk mengetahui dan menyesuaikan permintaan pasar sehingga bisnis dapat berjalan sesuai dengan yang diinginkan.

3.1 Produk/Jasa yang Digunakan

PT Cadabra Kreativa Indonesia memiliki produk berupa jasa *Exhibition Stylist* yang berfokus pada pameran keantikan dan fesyen. Produk yang ditawarkan PT Cadabra Kreativa Indonesia menyasar kepada *Event Organizer* yang ada di Pulau Jawa. PT Cadabra Kreativa Indonesia menawarkan jasa utama sebagai *exhibition stylist* yang menyediakan paket dekorasi pameran yang bertanggung jawab dalam melakukan perancangan dan pelaksanaan sampai dengan pameran selesai, pilihan paket dekorasi yang akan diberikan mulai dari *area stage, gate, signage, dan totem* untuk pameran. Selain itu, PT Cadabra Kreativa Indonesia juga memberikan konsultasi mengenai *design moodboard* kepada klien. Dengan menggunakan layanan perusahaan, nantinya *event organizer* dapat fokus dengan maksimal pada aspek teknis penyelenggaraan pameran, sementara pada bagian dekorasi pameran akan ditangani oleh PT Cadabra Kreativa Indonesia.

Pemilihan jasa *exhibition stylist* dilatar belakangi oleh perusahaan yang melihat tingginya tingkat pameran pada bidang kecantikan dan fesyen disetiap tahunnya. Selain itu, permintaan yang tinggi akan jasa *exhibition stylist* terus meningkat seiring dengan pertumbuhan industri pameran, sehingga perusahaan akan memanfaatkan pasar yang luas dan terus berkembang ini. Hal ini dibuktikan dalam survei yang dilakukan perusahaan dengan total 84.6% dari 52 responden yang berkecimpung dibidang *event* dan mengaku tertarik dan membutuhkan jasa *exhibition stylist*.

Dengan adanya PT Cadabra Kreativa Indonesia akan sangat membantu *event organizer* dalam mewujudkan visualisasi *event* yang sempurna dan nyata. PT Cadabra Kreativa Indonesia akan menciptakan tampilan pameran yang menarik dan inovatif yang dapat meningkatkan pengalaman pengunjung dan meningkatkan keberhasilan *event organizer* dalam mengelola pameran dengan baik.

3.1.1 Paket dan Spesifikasi Produk

PT Cadabra Kreativa Indonesia menawarkan produk unggulan berupa jasa *exhibition stylist* yang berfokus pada pameran kecantikan dan fesyen. PT Cadabra Kreativa Indonesia menawarkan 3 paket, adapun perincian paket yang ditawarkan oleh perusahaan adalah sebagai berikut:

Hak Cipta :

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



Tabel 3. 1 Paket dan Deskripsi PT Cadabra Kreativa Indonesia

No.	Nama Produk	Deskripsi Produk
1.	Lavender Package (Full Package)	Paket ini merupakan <i>full package</i> dari PT Cadabra Kreativa Indonesia yang meliputi <i>pre event</i> (3x konsultasi dan perencanaan (3x revisi design)), <i>During event</i> (pengadaan, perancangan, dan pengawasan), dan <i>post event</i> (pembongkaran dan report). Apabila klien meminta <i>request</i> yang disesuaikan dengan tema <i>event</i> , PT Cadabra Kreativa Indonesia akan menyesuaikan permintaan tersebut dengan ketersediaan SDM dan <i>Supply (custom)</i> .
2.	Pinkish Package (Stage & Gate)	Paket ini merupakan <i>standard package</i> yang melingkupi <i>stage</i> dan <i>gate</i> oleh PT Cadabra Kreativa Indonesia mempersiapkan mulai dari <i>Pre Event</i> (konsultasi dan perencanaan (3x revisi design)), <i>During Event</i> (pengadaan, perancangan, dan pengawasan), dan <i>Post Event</i> (pembongkaran dan report). <i>Pinkish Package</i> memiliki kualitas produk yang sama dengan <i>full package</i> yaitu kualitas premium.
3.	Skye Package (Signage & Totem)	Paket ini merupakan <i>standard package</i> yang melingkupi <i>signage</i> dan <i>totem</i> oleh PT Cadabra Kreativa Indonesia mempersiapkan mulai dari <i>Pre Event</i> (konsultasi dan perencanaan (3x revisi design)), <i>During Event</i> (pengadaan, perancangan, dan pengawasan), dan <i>Post Event</i> (pembongkaran dan report). <i>Skye Package</i> memiliki kualitas produk yang sama dengan <i>full package</i> yaitu kualitas premium.

Sumber: Data diolah PT Cadabra Kreativa Indonesia, 2023

3.1.2 Produk Utama

Produk utama dari PT Cadabra Kreativa Indonesia merupakan jasa *exhibition stylist* untuk kebutuhan pameran kecantikan dan fesyen. *Exhibition stylist* ini bertujuan membantu *event organizer* secara keseluruhan untuk mempersiapkan dan mensukseskan *event* mulai dari konsultasi, *design* area kebutuhan acara, dan ikut serta pada proses pembangunan dan pembongkaran

Hak Cipta :

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

 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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

partisi. Selain itu, PT Cadabra Kreativa Indonesia memiliki *staff* yang profesional, berpengalaman, dan kompeten. Dari produk utama diatas, terdapat beberapa *package* yang terbagi menjadi 3 yaitu *Lavender Package (Full Package)*, *Pinkish Package (Stage & Gate)*, dan *Skye Package (Signage & Totem)* yang akan dijelaskan sebagai berikut:

a. *Lavender Package (Full Package)*

Lavender Package menjadi salah satu ciri khas dari produk perusahaan. Secara garis besar, *full package* memiliki perbedaan dengan *standard package*. Bukan dari kualitasnya namun dari produk yang didapat, terdapat hal yang membedakan antara kedua paket tersebut.

Full Package sendiri merupakan paket lengkap dan terdiri dari 7 bagian yang disediakan PT Cadabra Kreativa Indonesia. Bagian pertama dari paket ini merupakan layanan konsultasi akan pameran yang diinginkan mulai dari merencanakan, mengorganisir, dan mengelola kebutuhan pameran. Tujuan dari konsultasi ini adalah untuk membantu klien dalam merancang produksi dan logistik pada pameran dengan efektif dan sukses. Perusahaan akan bekerja sama dengan klien untuk memahami tujuan pameran, target audiens, anggaran, dan tema acara. Selanjutnya, perusahaan akan memberikan saran dan strategi yang tepat untuk mencapai hasil yang diinginkan, termasuk perencanaan tata letak produksi pada pameran, *design booth*, stan pameran, dan manajemen logistik selama pameran berlangsung.

Hak Cipta :

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

 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritis atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

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





Hak Cipta :

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

Bagian kedua dari paket ini merupakan jasa design 2D & 3D untuk kebutuhan pameran dengan mendapatkan 3x revisi *design*. Dalam penentuan desain pameran, perusahaan akan memberikan layanan konsultasi design yang bertujuan untuk membantu klien merancang dan mengatur tampilan serta presentasi pameran mereka agar dapat menarik perhatian pengunjung, mengkomunikasikan pesan atau *brand* dengan jelas, dan menciptakan pengalaman yang positif bagi para pengunjung. Selain itu perusahaan akan menentukan tata letak, pemilihan material dan elemen dekoratif, serta memberikan solusi kreatif untuk mencapai hasil yang diinginkan. Konsultasi *design* pameran ini sangat berharga dalam menciptakan pameran yang menarik, profesional, dan efektif dalam mencapai tujuan pemasaran atau promosi perusahaan atau produk.

Bagian ketiga dari paket ini merupakan pembangunan *stage* juga termasuk dalam Lavender Package yang melingkupi *lighting, leveling, decor, backdrop*, dan *crew* yang bertugas dan bertanggungjawab dalam proses *loading in*, pembangunan, pembongkaran, sampai dengan *loading out*.

Bagian keempat dari paket ini adalah *special custom gate* sesuai dengan tema yang diinginkan. *Special custom gate* disini berarti elemen dekoratif khusus yang dirancang dan dibuat secara khusus untuk menjadi pintu masuk pada sebuah *event*. *Gate* ini dibuat dengan desain dan tema yang sesuai dengan konsep acara, sehingga memberikan kesan yang menarik dan memukau bagi para tamu atau pengunjung acara. *Gate* ini menjadi salah satu titik fokus utama dalam dekorasi event, karena berfungsi sebagai pintu masuk yang mencerminkan identitas dan

tema acara. *Gate* dapat dibuat dengan menggunakan berbagai bahan dan elemen dekoratif sesuai dengan konsep acara.

Bagian kelima dari paket ini adalah *signage* untuk registrasi, toilet, fnb, *exit*, *main lobby*, *information desk*, *medis*, *stage*, *queues*, *VIP*. *Signage* pada *event* memiliki beberapa fungsi yang sangat penting untuk memastikan acara berjalan dengan lancar dan memberikan pengalaman yang positif bagi para peserta dan pengunjung. *Signage* pada *event* membantu peserta dan pengunjung untuk menemukan area atau lokasi acara dengan mudah. Tanda-tanda arah yang jelas dan informatif membantu mengurangi kebingungan dan memastikan semua orang dapat sampai ke tempat yang mereka tuju.

Bagian keenam dari paket ini adalah mendapatkan 1 paket untuk *totem* pada *event*. *Totem* juga berarti *icon* yang di *design* secara menarik dan unik dapat memberikan kesan yang baik kepada peserta dan pengunjung acara, serta membantu menciptakan identitas visual yang kuat untuk *event* tersebut.

Bagian ketujuh dari paket ini mendapatkan pembangunan untuk *ticketing area* sesuai dengan design yang sudah ditetapkan oleh klien. *Ticketing area* adalah area atau lokasi pada *event* di mana pengunjung atau peserta dapat membeli dan mengambil tiket untuk masuk ke *event* tersebut. *Ticketing area* sangat penting dalam mengatur dan memudahkan proses pembelian tiket serta memberikan informasi terkait acara atau tempat yang akan dikunjungi.

Berikut merupakan spesifikasi *Lavender Package (full package)* PT Cadabra Kreativa Indonesia:

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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. 2 Spesifikasi Lavender Package (Full Package)

No	Sumber Daya	Nama Kebutuhan	Spesifikasi
1.	Tenaga Kerja	<i>Designer</i>	Bertugas <i>mendesign</i> partisi sesuai dengan permintaan <i>klien</i> dengan batas revisi 3x
		<i>Crew</i>	Terdapat 25 orang <i>crew</i> yang bertugas dalam <i>event</i> mulai dari loading in, pembangunan, pembongkaran, dan loading out
2.	Stage	<i>Leveling</i>	Mengatur dan menyesuaikan ketinggian atau tinggi dari permukaan panggung dengan ketinggian 40cm
		<i>Backdrop Vinyl</i>	<i>Backdrop vinyl</i> dengan ukuran 5x3 m dilengkapi dengan <i>rigging</i> papan, berfungsi untuk menciptakan suasana yang tepat dan mendukung tema dan konsep acara
		<i>Lighting</i>	Menyediakan standar <i>lighting</i> untuk kebutuhan <i>stage</i> dan menyediakan <i>additional</i> yang dapat disesuaikan dengan besarnya venue pelaksanaan
		<i>Rigging</i>	Memperkuat pondasi partisi
		Instalasi Kabel LED	Pemasangan atau penempatan kabel khusus yang digunakan untuk menghubungkan lampu LED dengan sumber listrik atau sistem kontrol
		Stiker Papan	Stiker dengan <i>finisih look</i> melancholic
		3.	Gate Entrance
Papan	Papan yang digunakan merupakan triplek untuk pembangunan <i>gate entrance</i>		
<i>Par Led</i>	Mendapatkan 2 par led untuk kebutuhan <i>gate entrance</i>		
<i>Downlight</i>	Mendapatkan 3 <i>downlight</i> untuk membantu penerangan dan memperjelas <i>gate entrance</i>		
4.	Signage	<i>Printing</i>	Bahan yang digunakan bahan aluminium dengan ukuran 200 x 40cm
		Besi Penyangga	Besi penyangga digunakan untuk membuat <i>signage</i> dapat berdiri dengan maksimal
5.	Totem	Akrilik Clear	<i>Base akrilik clear</i> dengan cut lettering dan pin <i>side board</i> yang <i>didesign</i> dengan ukuran 3m x 2m, ketebalan 20cm, dan leveling 5-10cm
6.	Ticketing Area	Stiker	Bahan stiker yang digunakan menggunakan <i>vinyl</i> untuk mendapatkan hasil yang maksimal

Sumber: Data diolah PT Cadabra Kreativa Indonesia, 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 mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

- b. *Pinkish Package*

Pinkish package merupakan paket yang terbagi dari *full package*. Bagian dari *package* ini adalah *stage* dan *gate*. Kualitas yang ditawarkanpun sama dengan kualitas dari *full package* yang mendapatkan kualitas premium.

Pinkish package sendiri memiliki 5 bagian yang disediakan PT Cadabra Kreativa Indonesia. Bagian pertama merupakan terdiri dari paket layanan konsultasi akan pameran yang diinginkan mulai dari merencanakan, mengorganisir, dan mengelola kebutuhan pameran. Tujuan dari konsultasi ini adalah untuk membantu klien dalam merancang produksi dan logistik pada pameran dengan efektif dan sukses. Perusahaan akan bekerja sama dengan klien untuk memahami tujuan pameran, target audiens, anggaran, dan tema acara. Selanjutnya, perusahaan akan memberikan saran dan strategi yang tepat untuk mencapai hasil yang diinginkan, termasuk perencanaan tata letak produksi pada pameran, *design*, dan manajemen logistik selama pameran berlangsung.

Bagian kedua dari paket ini merupakan jasa *design 2D & 3D* untuk kebutuhan pameran dengan mendapatkan 3x revisi *design*. Dalam penentuan *design* pameran, perusahaan akan memberikan layanan konsultasi *design* yang bertujuan untuk membantu klien merancang dan mengatur tampilan serta presentasi pameran mereka agar dapat menarik perhatian pengunjung, mengkomunikasikan pesan atau *brand* dengan jelas, dan menciptakan pengalaman yang positif bagi para pengunjung. Selain itu perusahaan akan menentukan tata letak, pemilihan material dan elemen dekoratif, serta memberikan solusi kreatif

untuk mencapai hasil yang diinginkan. Konsultasi *design* pameran ini sangat berharga dalam menciptakan pameran yang menarik, profesional, dan efektif dalam mencapai tujuan pemasaran atau promosi perusahaan atau produk.

Bagian ketiga dari paket ini merupakan pembangunan *stage* yang juga termasuk pada *Lavender Package* yang melingkupi *lighting, leveling, decor, backdrop*, dan *crew* yang bertugas dan bertanggungjawab dalam proses *loading in*, pembangunan, pembongkaran, sampai dengan *loading out*.

Bagian keempat dari paket ini adalah *special custom gate* sesuai dengan tema yang diinginkan. *Special custom gate* disini berarti elemen dekoratif khusus yang dirancang dan dibuat secara khusus untuk menjadi pintu masuk pada sebuah *event*. *Gate* ini dibuat dengan desain dan tema yang sesuai dengan konsep acara, sehingga memberikan kesan yang menarik dan memukau bagi para tamu atau pengunjung acara. *Gate* ini menjadi salah satu titik fokus utama dalam dekorasi *event*, karena berfungsi sebagai pintu masuk yang mencerminkan identitas dan tema acara. *Gate* dapat dibuat dengan menggunakan berbagai bahan dan elemen dekoratif sesuai dengan konsep acara.

Bagian kelima dari paket ini mendapatkan pembangunan untuk *ticketing area* sesuai dengan *design* yang sudah ditetapkan oleh klien. *Ticketing area* adalah area atau lokasi pada *event* di mana pengunjung atau peserta dapat membeli dan mengambil tiket untuk masuk ke *event* tersebut. *Ticketing area* sangat penting dalam mengatur dan memudahkan proses pembelian tiket serta memberikan informasi terkait acara atau tempat yang akan dikunjungi.

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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



Dengan penjabaran diatas, spesifikasi produk terkait sumber daya yang dibutuhkan dalam kegiatan pelayanan *pinkish package (standard package)* dirincikan pada tabel berikut ini:

Tabel 3. 3 Spesifikasi Pinkish Package

No.	Sumber Daya	Nama Kebutuhan	Spesifikasi
1.	Tenaga Kerja	<i>Designer</i>	Bertugas mendesign partisi sesuai dengan permintaan klien dengan batas revisi 3x
		<i>Crew</i>	Terdapat 15 orang <i>crew</i> yang bertugas dalam event mulai dari loading in, pembangunan, pembongkaran, dan <i>loading out</i>
2.	Stage	<i>Leveling</i>	Mengatur dan menyesuaikan ketinggian atau tinggi dari permukaan panggung dengan ketinggian 40cm
		<i>Backdrop Vinyl</i>	<i>Backdrop vinyl</i> dengan ukuran 5x3 m dilengkapi dengan <i>rigging</i> papan, berfungsi untuk menciptakan suasana yang tepat dan mendukung tema dan konsep acara
		<i>Lighting</i>	Menyediakan standar <i>lighting</i> untuk kebutuhan <i>stage</i> dan menyediakan <i>additional yang</i> dapat disesuaikan dengan besarnya <i>venue</i> pelaksanaan
		<i>Rigging</i>	Memperkuat pondasi partisi
		Instalasi Kabel LED	Pemasangan atau penempatan kabel khusus yang digunakan untuk menghubungkan lampu LED dengan sumber listrik atau sistem kontrol
		Stiker Papan	Stiker dengan <i>finisih look</i> melancholic
3.	Gate Enterance	Stiker	Stiker yang di print menggunakan bahan <i>vinyl</i> dengan <i>special custom design</i> yang sudah dibuat oleh perusahaan dan disetujui oleh klien
		Papan	Papan yang digunakan merupakan triplek untuk pembangunan <i>gate entrance</i>
		Par Led	Mendapatkan 2 par led untuk kebutuhan <i>gate entrance</i>
		<i>Downlight</i>	Mendapatkan 3 <i>downlight</i> untuk membantu penerangan dan memperjelas <i>gate entrance</i>
4.	<i>Ticketing Area</i>	Stiker	Bahan stiker yang digunakan menggunakan <i>vinyl</i> untuk mendapatkan hasil yang maksimal

Sumber: Data diolah PT Cadabra Kreativa Indonesia, 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

c. *Skye Package*

Skye package juga merupakan paket yang terbagi dari *full package*. Bagian dari *package* ini adalah *signage* dan *totem*. Kualitas yang ditawarkanpun sama dengan kualitas dari *full package* yang mendapatkan kualitas premium.

Skye package sendiri memiliki 5 bagian yang disediakan PT Cadabra Kreativa Indonesia. Bagian pertama merupakan paket layanan konsultasi akan pameran yang diinginkan mulai dari merencanakan, mengorganisir, dan mengelola kebutuhan pameran. Tujuan dari konsultasi ini adalah untuk membantu klien dalam merancang produksi dan logistik pada pameran dengan efektif dan sukses. Perusahaan akan bekerja sama dengan klien untuk memahami tujuan pameran, target audiens, anggaran, dan tema acara. Selanjutnya, perusahaan akan memberikan saran dan strategi yang tepat untuk mencapai hasil yang diinginkan, termasuk perencanaan tata letak produksi pada pameran, *design*, dan manajemen logistik selama pameran berlangsung.

Bagian kedua dari paket ini merupakan jasa design 2D & 3D untuk kebutuhan pameran dengan mendapatkan 3x revisi *design*. Dalam penentuan *design* pameran, perusahaan akan memberikan layanan konsultasi *design* yang bertujuan untuk membantu klien merancang dan mengatur tampilan serta presentasi pameran mereka agar dapat menarik perhatian pengunjung, mengkomunikasikan pesan atau brand dengan jelas, dan menciptakan pengalaman yang positif bagi para pengunjung. Selain itu perusahaan akan menentukan tata letak, pemilihan material dan elemen dekoratif, serta memberikan solusi kreatif

untuk mencapai hasil yang diinginkan. Konsultasi *design* pameran ini sangat berharga dalam menciptakan pameran yang menarik, profesional, dan efektif dalam mencapai tujuan pemasaran atau promosi perusahaan atau produk.

Bagian ketiga dari *package* ini adalah signage untuk kebutuhan registrasi, toilet, *fnb*, exit, *main lobby*, *information desk*, medis, *stage*, *queues*, VIP. *Signage* pada *event* memiliki beberapa fungsi yang sangat penting untuk memastikan acara berjalan dengan lancar dan memberikan pengalaman yang positif bagi para peserta dan pengunjung. *Signage* dapat membantu peserta dan pengunjung untuk menemukan area atau lokasi acara dengan mudah. Tanda-tanda arah yang jelas dan informatif membantu mengurangi kebingungan dan memastikan semua orang dapat sampai ke tempat yang mereka tuju.

Bagian keempat dari *package* ini adalah mendapatkan 1 paket untuk *totem* pada *event*. Totem juga berarti icon yang di design secara menarik dan unik dapat memberikan kesan yang baik kepada peserta dan pengunjung acara, serta membantu menciptakan identitas visual yang kuat untuk *event* tersebut.

Bagian kelima dari paket ini mendapatkan pembangunan untuk *ticketing area* sesuai dengan *design* yang sudah ditetapkan oleh klien. *Ticketing area* adalah area atau lokasi pada *event* di mana pengunjung atau peserta dapat membeli dan mengambil tiket untuk masuk ke *event* tersebut. *Ticketing area* sangat penting dalam mengatur dan memudahkan proses pembelian tiket serta memberikan informasi terkait acara atau tempat yang akan dikunjungi.

Hak Cipta :

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



Berikut merupakan spesifikasi *skye package (standard package)* PT Cadabra Kreativa Indonesia:

Tabel 3. 4 Spesifikasi Skye Package

No.	Sumber Daya	Nama Kebutuhan	Spesifikasi
1.	Tenaga Kerja	<i>Designer</i>	Bertugas mendesign partisi sesuai dengan permintaan klien dengan batas revisi 3x
		<i>Crew</i>	Terdapat 25 orang <i>crew</i> yang bertugas dalam <i>event</i> mulai dari <i>loading in</i> , pembangunan, pembongkaran, dan <i>loading out</i>
2.	<i>Signage</i>	<i>Printing</i>	Bahan yang digunakan bahan aluminium dengan ukuran 200 x 40cm
		Besi Penyangga	Besi penyangga digunakan untuk membuat <i>signage</i> dapat berdiri dengan maksimal
3.	<i>Tottem</i>	Akrilik Clear	<i>Base</i> akrilik clear dengan <i>cut lettering</i> dan pin <i>side board</i> yang didesign dengan ukuran 3m x 2m, ketebalan 20cm, dan <i>leveling</i> 5-10cm
4.	<i>Ticketing Area</i>	Stiker	Bahan stiker yang digunakan menggunakan <i>vinyl</i> untuk mendapatkan hasil yang maksimal

Sumber: Data diolah PT Cadabra Kreativa Indonesia, 2023

3.1.3 Produk Pendukung (*Additional*)

PT Cadabra Kreativa Indonesia menawarkan produk utama yang memberikan hasil yang luar biasa bagi klien. Untuk memberikan kepuasan maksimal kepada klien, perusahaan telah merancang berbagai pilihan produk pendukung (*additional*) yang dapat disesuaikan dengan keinginan klien. Dengan adanya pilihan produk tambahan ini, klien dapat dengan mudah menyesuaikan *design* sesuai dengan preferensi dan tema acara yang telah ditentukan.

Hak Cipta :

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

 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

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



Hak Cipta :

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

Tabel 3. 5 Produk Pendukung (*Additional*)

No.	Produk Pendukung
1.	LED Screen (Termasuk Operator)
2.	Karpet
3.	Lighting (Par LED)
4.	Lighting (Fransel)
5.	Lighting (Strobo)
6.	Lighting (Moving Beam)
7.	Kursi Futura
8.	Kursi Tiffani
9.	Sofa
10.	Tenda
11.	Standing AC
12.	Standing Blower
13.	Genset
14.	Rigging
15.	Microfon
16.	Partisi
17.	Kain Cover
18.	Meja Round Table
19.	Meja EBM
20.	Meja Barstool
21.	Backdrop
22.	Flower

Sumber: Data diolah PT Cadabra Kreativa Indonesia, 2023

3.2 Gambaran Pasar

Tren industri pameran kecantikan dan fesyen di Pulau Jawa meningkat setiap tahunnya. Hal ini dibuktikan dari hasil survei melalui *google form* yang disebarakan kepada *event organizer* dan perusahaan pesaing untuk mengetahui total pameran kecantikan dan fesyen di Pulau Jawa. Peningkatan penyelenggaraan pameran kecantikan dan fesyen di Pulau Jawa diperlihatkan dalam bentuk tabel dibawah ini:

Tabel 3. 6 Penyelenggaraan Pameran Kecantikan dan Fesyen oleh Perusahaan Pesaing dan Event Organizer Tahun 2018, 2019, dan 2022

No.	Nama Perusahaan	2018	2019	2022
1.	Orang Dalem Agency	8	12	15
2.	Fujie Production	10	14	26
3.	Samsara Production	14	17	37
4.	<i>Event Organizer (Bersama Kontraktor)</i>	27	28	40
5.	<i>Event Organizer (Non Kotraktor)</i>	98	118	149
TOTAL		157	189	227

Sumber: Data diolah PT Cadabra Kreativa Indonesia, 2023

Melalui tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa penyelenggaraan pameran kecantikan dan fesyen di Pulau Jawa terus meningkat. Pada tahun 2018 terdapat 157 *event*, pada tahun 2019 terdapat 189 *event*, dan pada tahun 2022 terdapat 227 *event*. Sehingga peningkatan tersebut dapat dilihat melalui grafik dibawah ini:

Grafik 3. 1 Tren Perkembangan Pameran Kecantikan dan Fesyen Tahun 2018 – 2022



Sumber: Data diolah PT Cadabra Kreativa Indonesia, 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 mengumumakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Pada grafik diatas, terlihat peningkatan yang stabil dari tahun 2018, 2019, dan 2022. Sehingga, PT Cadabra Kreativa Indonesia berfokus pada segmen pasar yang dituju. Pasar yang dituju oleh perusahaan adalah penyelenggaraan pameran kecantikan dan fesyen melalui event organizer yang belum bekerjasama dengan kontraktor pameran. PT Cadabra Kreativa Indonesia sebagai penyedia jasa *exhibition stylist* memiliki lingkup pasar yang cukup luas sehingga berkesempatan dalam mendapatkan klien yang memerlukan jasa *exhibition stylist*.

Melalui tabel 3.6 juga dapat disimpulkan bahwa penyelenggaraan pameran kecantikan dan fesyen menawarkan potensi bisnis yang menjanjikan. Setiap tahun, perusahaan-perusahaan dalam industri ini mengalami peningkatan yang signifikan.

PT Cadabra Kreativa Indonesia memperhatikan peluang dalam penyelenggaraan pameran kecantikan dan fesyen dengan mempertimbangkan berbagai potensi dari sektor bisnis lainnya. Setelah meneliti jumlah penyelenggaraan pameran kecantikan dan fesyen yang telah diadakan, PT Cadabra Kreativa Indonesia juga melakukan penelitian dengan menggunakan kuesioner yang diisi oleh 52 responden. Berikut adalah hasil tanggapan dari responden mengenai minat pasar untuk mengetahui ketertarikan pasar kepada produk PT Cadabra Kreativa Indonesia.

Hak Cipta :

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



Sumber: Data diolah PT Cadabra Kreativa Indonesia, Tahun 2023

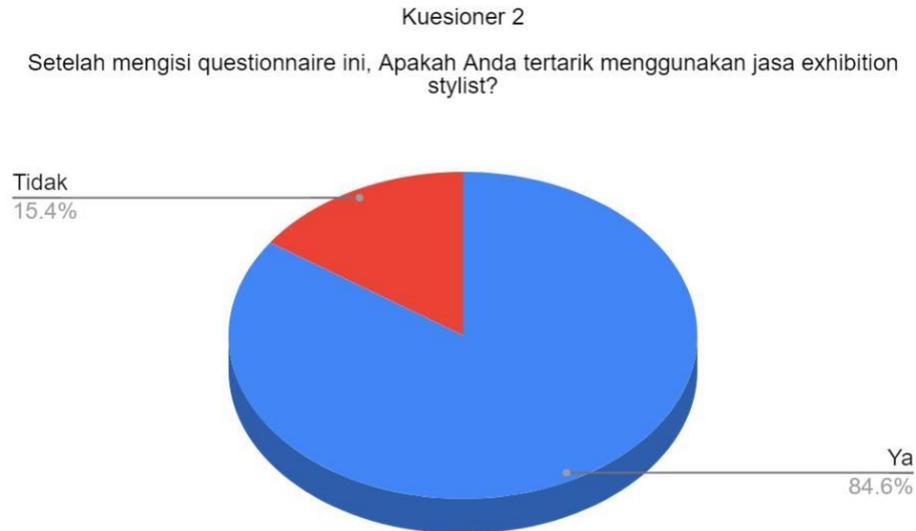
Grafik di atas menunjukkan bahwa dari pertanyaan mengenai dibutuhkannya *exhibition stylist* dalam sebuah pameran kecantikan dan fesyen yang ditujukan kepada pasar, 32 orang menjawab perlu, 9 orang menjawab sangat perlu, dan 12 orang menjawab netral. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar pasar menganggap *exhibition stylist* penting terutama untuk pameran kecantikan dan fesyen.

Selanjutnya mengenai ketertarikan responden untuk menggunakan jasa *exhibition stylist* seperti yang tersaji pada grafik 3.3.

Hak Cipta :

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



Sumber: Data diolah PT Cadabra Kreativa Indonesia, 2023

Dari grafik di atas, dapat dilihat respon ketertarikan responden untuk menggunakan jasa exhibition stylist, 44 orang responden menjawab tertarik dan 8 orang responden menjawab tidak tertarik. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tingkat ketertarikan akan exhibition stylist sangat tinggi. Selanjutnya, mengenai keterlibatan responden akan penggunaan jasa exhibition stylist seperti yang tersaji pada grafik 3.4.



Hak Cipta :

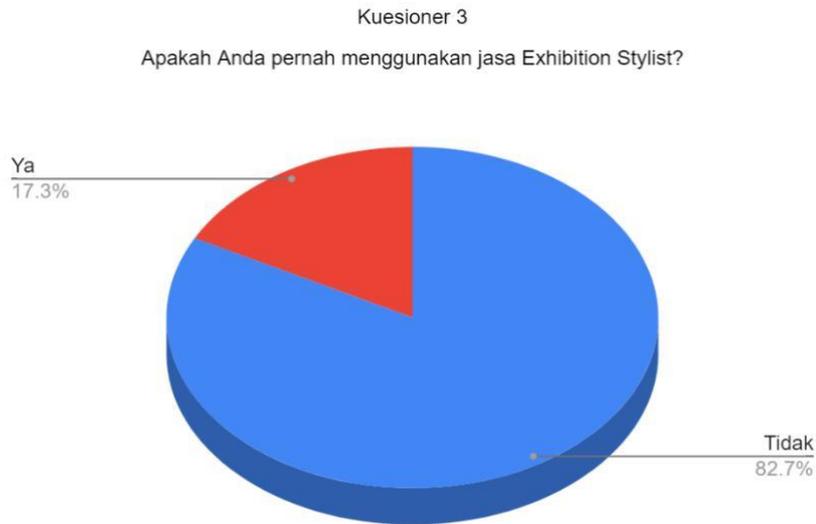
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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



Hak Cipta :

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

Grafik 3. 4 Penggunaann Exhibition Stylist



Sumber: Data diolah PT Cadabra Kreativa Indonesia, 2023

Dari grafik diatas, terlihat bahwa 9 orang responden pernah menggunakan jasa *exhibition stylist* dan 43 responden belum pernah menggunakan jasa *exhibition stylist*. Sehingga dapat disimpulkan bahwa banyak responden belum menggunakan jasa *exhibition stylist* yang sebenarnya sangat dibutuhkan pada saat pelaksanaan pameran kecantikan dan fesyen.

Setelah melihat antusiasme dan ketertarikan pasar melalui kuesioner yang disebar oleh perusahaan, PT Cadabra Kreativa Indonesia semakin yakin untuk menjalankan *exhibition stylist* yang berfokus pada pameran kecantikan dan fesyen yang akan diselenggarakan pada beberapa kota di Pulau Jawa.

Hak Cipta :

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

PT Cadabra Kreativa Indonesia sebagai *exhibition stylist* memiliki segmentasi pasar yang dituju dalam menawarkan produknya. Segmentasi pasar yang dituju oleh PT Cadabra Kreativa Indonesia terbagi dalam beberapa kelompok. Berikut merupakan segmentasi pasar yang dirancang oleh PT Cadabra Kreativa Indonesia.

3.3.1 Segmentation

Menurut Schiffman dan Kanuk (2018:37) “bahwa definisi segmentasi pasar adalah proses membagi pasar menjadi irisan-irisan konsumen yang khas dan memiliki kebutuhan yang sama dalam memilih segmen yang akan dijadikan sasaran bauran pemasaran yang berbeda.”

a. Segmentasi Geografis

Berdasarkan geografisnya, PT Cadabra Kreativa Indonesia memiliki pasar terhadap *event organizer* yang ada di Pulau Jawa. Perusahaan mengambil kota di Pulau Jawa yang kemudian terbagi lagi menjadi hanya kota-kota yang memiliki potensi besar dalam penyelenggaraan pameran kecantikan dan fesyen, adapun kota-kota tersebut adalah Jabodeabek, Bandung, Surabaya, Yogyakarta, Semarang, Cirebon, Solo, dan Malang. wilayah tersebut memiliki jumlah penyelenggaraan *event* pameran kecantikan dan fesyen yang stabil dan meningkat dibanding dengan wilayah lainnya. Hal ini dibuktikan melalui wawancara langsung kepada salah satu narasumber di ASPERAPI.



Hak Cipta :

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

Berdasarkan segmentasi psikografi, PT Cadabra Kreativa Indonesia menargetkan penyelenggaraan *event* yang mengerjakan pameran khususnya untuk produk kecantikan dan fesyen.

Dilihat dari segmentasi yang dibuat sebelumnya, PT Cadabra Kreativa Indonesia menargetkan pameran kecantikan dan fesyen yang dikelola oleh *event organizer* khususnya yang berlokasi di Jabodeabek, Bandung, Surabaya, Yogyakarta, Semarang, Cirebon, Solo, dan Malang dengan target kedepannya dapat melayani kota besar lainnya yang ada di Pulau Jawa dan luar Pulau Jawa.

3.3.2 Targeting

Definisi *targeting* menurut Assauri (2014:46) bahwa *targeting* mempunyai dua fungsi sekaligus yaitu menyeleksi pasar sasaran sesuai dengan kriteria-kriteria tertentu (*selecting*) dan menjangkau pasar sasaran tersebut (*reaching*) untuk mengkomunikasikan nilai.

PT Cadabra Kreativa Indonesia hadir sebagai *exhibition stylist* untuk membantu *event organizer* dalam mempersiapkan *event* secara profesional dan terarah yang dapat memberikan kesan baru terhadap *visitor* dari klien yang menggunakan jasa *event organizer* tersebut.

Lingkup pekerjaan PT Cadabra Kreativa Indonesia dimulai dari *pra – during – after event* yang meliputi konsultasi, perencanaan, perancangan, dan pembangunan partisi untuk kebutuhan *event* sehingga dapat meningkatkan kelancaran berjalannya *event*. Diharapkan dengan keunggulan produk perusahaan

nantinya akan meningkatkan tingkat kepuasan klien terhadap sebuah event yang berjalan sehingga dapat meningkatkan *value* dari *event* tersebut.

3.3.3 Positioning

Menurut Tjiptono (2015), *positioning* adalah strategi yang berusaha menciptakan diferensiasi yang unik dalam benak pelanggan sasaran, sehingga terbentuk citra (*image*) merek atau produk yang lebih superior dibandingkan merek produk pesaing.

PT Cadabra Kreativa Indonesia hadir untuk membantu *event organizer* dalam mewujudkan konsep impian *exhibitor* secara visual selama pelaksanaan pameran kecantikan dan fesyen yang mengedepankan nilai seni, estetika dan ambience *event* dengan memberikan konsultasi berkala dengan *design moodboard* kepada klien, dan membantu keseluruhan mulai dari *pre-during-post event*.

3.4 Tren Perkembangan Pasar

Dilihat dari perkembangan penyelenggaraan pameran kecantikan dan fesyen yang ada di Pulau Jawa selama tahun 2018, 2019, 2022, terlihat adanya peningkatan setiap tahunnya. Untuk memperhitungkan tren perkembangan pasar yang terjadi pada tahun 2024-2026, perusahaan akan mengolah data *event* pameran kecantikan dan fesyen untuk dapat menghitung perkiraannya. Berikut tren perkembangan pasar dari banyaknya pameran kecantikan dan fesyen yang terselenggara pada tahun 2018, 2019, dan 2022 yang didapatkan perusahaan melalui survei *google form* kepada perusahaan pesaing dan kepada *event organizer*.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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. 7 Market Share Event Pameran Kecantikan dan Fesyen Tahun 2018, 2019, dan 2022

No	Nama Perusahaan	Tahun					
		2018		2019		2022	
1.	Orang Dalem Agency	7	7%	9	8%	11	7%
2.	Fujie Production	10	10%	14	12%	18	12%
3.	Samsara Production	14	14%	17	14%	22	15%
4.	Event Non Kontraktor	67	68%	78	66%	98	66%
	Total	98	100%	118	100%	149	100%

Sumber: Data diolah PT Cadabra Kreativa Indonesia, 2023

Berdasarkan data penyelenggaraan pameran kecantikan dan fesyen pada tabel diatas, PT Cadabra Kreativa Indonesia menggunakan rumus *mean growth* untuk menghitung perkembangan pasar dan membuat proyeksi penjualan produk perusahaan untuk beberapa tahun kedepan. Dibawah ini adalah perhitungan untuk mengetahui persentase pertumbuhan rata-rata dengan menggunakan rumus *mean growth*.

Pertumbuhan rata-rata:

$$\text{Rumus Mean Growth} = \frac{(V_{\text{Present}} - V_{\text{past}})}{V_{\text{Past}}} \times 100\%$$

PR = Present Rate

V Present = Present of Future Value

V Past = Past of Present Value



Hak Cipta :

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



Hak Cipta :

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

Implementasi:

$$\text{Tahun 2019} = \frac{118 - 98}{98}$$

$$= 0,20$$

$$\text{Tahun 2022} = \frac{149 - 118}{118}$$

$$= 0,26$$

$$= \frac{0,20 + 0,26}{2}$$

$$= \frac{0,46}{2}$$

$$= 0,23 \times 100\% = 23\%$$

Berdasarkan hasil pertumbuhan rata-rata pertahun kegiatan pameran kecantikan dan fesyen di Pulau Jawa adalah 23%. Selanjutnya, perhitungan rata-rata proyeksi dari penyelenggaraan pameran kecantikan dan fesyen tahun 2024 – 2026 di Pulau Jawa untuk mengetahui peluang perusahaan adalah sebagai berikut:

a. Proyeksi tahun 2023:

$$PR \times V_{2022}$$

$$\frac{23}{100} \times 149 = 34$$

$$34 + 149 = 183 \text{ event}$$



Hak Cipta :

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

b. Proyeksi tahun 2024

$$PR \times V_{2023}$$

$$\frac{23}{100} \times 183 = 42$$

$$42 + 183 = 225 \text{ event}$$

c. Proyeksi tahun 2025

$$PR \times V_{2024}$$

$$\frac{23}{100} \times 225 = 52$$

$$52 + 225 = 277 \text{ event}$$

d. Proyeksi tahun 2026

$$PR \times V_{2025}$$

$$\frac{23}{100} \times 277 = 64$$

$$64 + 277 = 341 \text{ event}$$

Jadi, proyeksi jumlah kegiatan pameran kecantikan dan fesyen di tahun mendatang pada 2024 berjumlah 255 pameran kecantikan dan fesyen, pada tahun 2025 berjumlah 277 pameran kecantikan dan fesyen, 2026 berjumlah 341 pameran kecantikan dan fesyen.

Selanjutnya, perhitungan untuk mengetahui presentase kenaikan jumlah pameran kecantikan dan fesyen oleh pesaing berdasarkan data tahun 2018, 2019, 2022:



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

1. Orang Dalam Agency

$$\frac{7\%+8\%+7\%}{3}$$

$$= 7\%$$

2. Fujie Production

$$\frac{10\%+12\%+12\%}{3} = 11\%$$

3. Samsara Production

$$\frac{14\%+14\%+15\%}{3} = 14\%$$

4. Event Non Kontraktor

$$\frac{68\%+66\%+68\%}{3} = 67\%$$

a. Orang Dalem Agency

$$\text{Proyeksi tahun 2024: } 225 \times 7\% = 17$$

$$\text{Proyeksi tahun 2025: } 277 \times 7\% = 20$$

$$\text{Proyeksi tahun 2026: } 341 \times 7\% = 25$$

b. Fujie Production

$$\text{Proyeksi tahun 2024: } 225 \times 11\% = 26$$

$$\text{Proyeksi tahun 2025: } 277 \times 11\% = 32$$

$$\text{Proyeksi tahun 2026: } 341 \times 11\% = 39$$



c. Samsara Production

Proyeksi tahun 2024: $225 \times 14\% = 33$

Proyeksi tahun 2025: $107 \times 14\% = 40$

Proyeksi tahun 2026: $137 \times 14\% = 49$

d. Event Non Kontraktor

Proyeksi tahun 2024: $225 \times 67\% = 150$

Proyeksi tahun 2025: $107 \times 67\% = 185$

Proyeksi tahun 2026: $137 \times 67\% = 341$

Dari perhitungan diatas, berikut merupakan tabel proyeksi pameran kecantikan dan fesyen di Pulau Jawa tahun 2022–2024 yang tersaji pada tabel 3.9 dibawah ini:

Tabel 3. 8 Proyeksi Jumlah Pameran Kecantikan dan Fesyen 2024 – 2026

No.	Nama Perusahaan	Proyeksi Pameran Kecantikan dan Fesyen					
		2024	%	2025	%	2026	%
1.	Orang Dalem Agency	17	7%	20	7%	25	7%
2.	Fujie Production	26	11%	32	11%	39	11%
3.	Samsara Production	33	14%	40	14%	49	14%
4.	<i>Event Non Kontraktor</i>	150	67%	185	67%	228	67%
TOTAL		225	100%	277	100%	341	100%

Sumber: Data diolah PT Cadabra Kreativa Indonesia, 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

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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 3.8, dapat disimpulkan bahwa proyeksi pameran kecantikan dan fesyen di Pulau Jawa pada tahun 2024 yaitu 225 pameran, pada tahun 2025 sebanyak 277 pameran, dan pada tahun 2026 sebanyak 341 pameran.

3.5 Proyeksi Penjualan

Setelah mendapatkan data mengenai tren perkembangan pasar pada penyelenggaraan pameran kecantikan dan fesyen di Pulau Jawa, langkah berikutnya adalah membuat perkiraan penjualan produk perusahaan. Dalam perencanaan strategis, proyeksi frekuensi penyelenggaraan kegiatan *exhibition stylist* dilakukan untuk jangka waktu tahun 2024-2026.

Tabel 3. 9 Proyeksi PT Cadabra Kreativa Indonesia Tahun 2024 – 2026

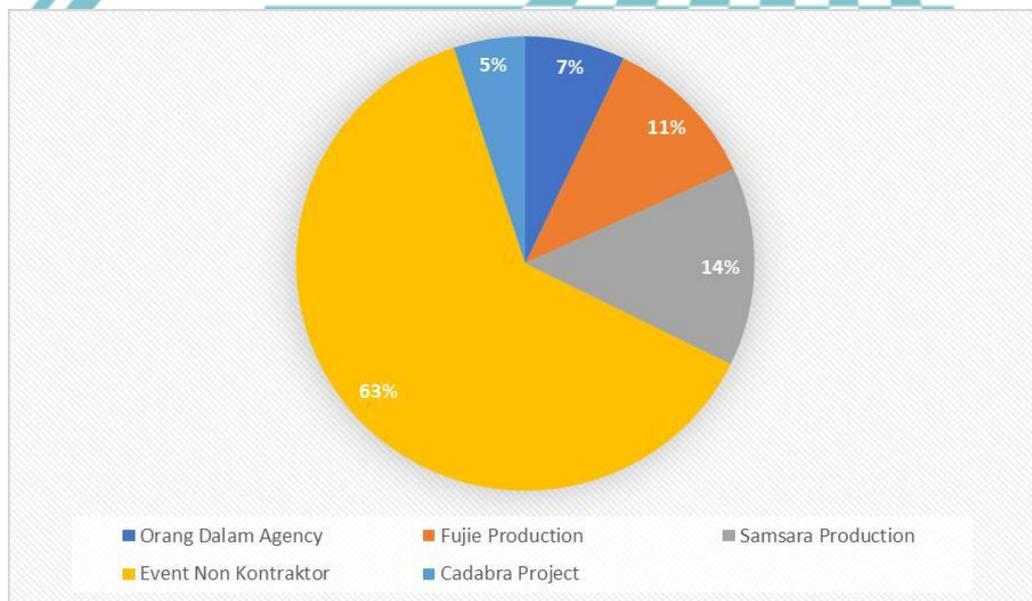
No.	Nama Perusahaan	Proyeksi PT Cadabra Kreativa Indonesia					
		2024	%	2025	%	2026	%
1.	Orang Dalem Agency	17	7%	20	7%	25	7%
2.	Fujie Production	26	11%	32	11%	39	11%
3.	Samsara Production	33	14%	40	14%	49	14%
4.	<i>Event Non Kontraktor</i>	140	62%	172	62%	212	62%
5.	Cadabra Project	10	5%	13	5%	16	5%
TOTAL		225	100%	277	100%	341	100%

Sumber: Data diolah PT Cadabra Kreativa Indonesia, 2023

PT Cadabra Kreativa Indonesia melakukan analisa *market share* perusahaan yang berasal dari peluang terhadap perusahaan pesaing untuk tahun 2024-2026 seperti pada tabel 3.9. Sejalan dengan rencana produksi perusahaan.

PT Cadabra Kreativa Indonesia menetapkan total target penjualan dari tahun 2024 hingga 2026 sebanyak 39 pameran kecantikan dan fesyen dengan target penjualan setiap tahunnya sebesar 5% yang diambil melalui *event non kontraktor* sebagai peluang yang tersedia. Adapun perincian persentase *market share* pada tahun 2024-2026 dapat dilihat pada grafik 3.5 yang ada di bawah ini:

Grafik 3.5 Market Share PT Cadabra Kreativa Indonesia tahun 2024 – 2026



Sumber: Data diolah PT Cadabra Kreativa daftarIndonesia, 2023

Setelah mendapatkan data *market share*, perusahaan menetapkan penjualan produk *exhibition stylist* oleh perusahaan untuk periode tahun 2024 – 2026 yang tersaji pada tabel 3.10 dibawah 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. 10 Proyeksi Penjualan PT Cadabra Kreativa Indonesia 2024 – 2026

Tahun	Lavender Package	Pinkish Package	Skye Package	Jumlah
2024	5	2	3	10
2025	6	4	3	13
2026	10	2	4	16

Sumber: Data diolah PT Cadabra Kreativa Indonesia, Tahun 2023

Berdasarkan tabel proyeksi penjualan di atas, PT Cadabra Kreativa Indonesia memiliki angka proyeksi penjualan produk pada tahun 2024 sebanyak 10 penyelenggaraan pameran kecantikan dan fesyen, pada tahun 2025 sebanyak 13 penyelenggaraan pameran kecantikan dan fesyen, dan pada tahun 2026 sebanyak 16 penyelenggaraan pameran kecantikan dan fesyen. PT Cadabra Kreativa Indonesia memiliki target penjualan di beberapa kota Pulau Jawa, diantaranya Jabodetabek, Surabaya, Cirebon, Bandung, Yogyakarta, Solo, Semarang, dan Malang. Perusahaan menentukan kota tersebut berdasarkan hasil yang diperoleh langsung dari narasumber di ASPERAPI untuk mengetahui kota mana saja yang memiliki *track* pameran kecantikan dan fesyen yang terus berkembang di Pulau Jawa.

Untuk mencapai target proyeksi penjualan yang jelas setiap tahunnya, perusahaan melakukan pembagian rencana proyeksi dari tahun 2024 hingga 2026. Berikut adalah pembagian rencana proyeksi penjualan PT Cadabra Kreativa Indonesia untuk tahun 2024 hingga 2026.

Hak Cipta :

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

Tabel 3. 11 Pembagian Rencana Penjualan Exhibition Stylist Berdasarkan Kota Tahun 2024

No.	Produk	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Ags	Sept	Oct	Nov	Des
1.	Lavender Package				J		B,J			J	J		
2.	Pinkish Package			Sb					J				J
3.	Skye Package		J					B					

Sumber: Data diolah PT Cadabra Kreativa Indonesia, 2023

Keterangan:

J: Jabodetabek

S: Surabaya

C: Cirebon

B: Bandung

Y: Yogyakarta

Sl: Solo

Sm: Semarang

Ml: Malang

Tabel 3. 12 Pembagian Rencana Penjualan Exhibition Stylist Berdasarkan Kota Tahun 2025

No.	Produk	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Ags	Sept	Oct	Nov	Des
1.	Lavender Package				B		J		J		Sm	J	C
2.	Pinkish Package		J					J			Y		J
3.	Skye Package				J		J			J			

Sumber: Data diolah PT Cadabra Kreativa Indonesia, 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

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

Keterangan:

J: Jabodetabek

S: Surabaya

C: Cirebon

B: Bandung

Y: Yogyakarta

Sl: Solo

Sm: Semarang

Ml: Malang

Tabel 3. 13 Pembagian Rencana Penjualan Exhibition Stylist tahun 2026

No.	Produk	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Ags	Sept	Oct	Nov	Des
1.	Lavender Package	J		Y		J, Sl		Sb, Ml		J (2)	J	J	
2.	Pinkish Package				J				Sb				
3.	Skye Package			Sb		Sm	J, Sl						

Sumber: Data diolah PT Cadabra Kreativa Indonesia, 2023

Keterangan:

J: Jabodetabek

S: Surabaya

C: Cirebon

B: Bandung

Y: Yogyakarta

Sl: Solo

Sm: Semarang

Ml: Malang

3.6 Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran adalah hal yang sangat penting bagi perusahaan guna memasarkan produk perusahaan yaitu *exhibition stylist* agar dapat diketahui, digunakan, dan diterima oleh penyelenggara *event*.

Dalam upaya memperkenalkan PT Cadabra Kreativa Indonesia, perusahaan menggunakan strategi pendekatan *Marketing Mix 7P*. Adapun *Marketing Mix 7P* sendiri adalah *product, price, promotion, people, place, process* dan *physical evidence*.

Metode pendekatan ini sangat membantu PT Cadabra Kreativa Indonesia dalam mencapai tujuan dari strategi pemasaran perusahaan. Adapun penjabaran *Marketing Mix 7P* yang juga digunakan oleh perusahaan dalam melakukan pemasaran sebagai berikut:

3.6.1 Produk (*Product*)

a. *Core Product*

Core product adalah produk utama yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Dalam hal ini, PT Cadabra Kreativa Indonesia memiliki produk utama yang berfokus pada dekorasi pameran industri kecantikan dan fesyen yang hasilnya diwujudkan dalam bentuk paket dekorasi area pameran. Produk ini terbagi dalam 3 (tiga) kategori paket yaitu, *Lavender Package, Pinkish Package, dan Skye 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. 14 Tabel Paket Produk Perusahaan

No.	Nama <i>Package</i>	Jenis <i>Package</i>
1.	Lavender <i>Package</i>	Full <i>Package</i>
2.	Pinkish <i>Package</i>	Standard <i>Package</i>
3.	Skye <i>Package</i>	Standard <i>Package</i>

Sumber: Data diolah PT Cadabra Kreativa Indonesia, 2023

b. Supporting Product

Produk ini adalah produk pendukung dari produk utama milik PT Cadabra Kreativa Indonesia. Produk ini merupakan berbagai pilihan produk dan *custom produk* yang bersifat *additional* seperti yang dirincikan pada tabel 3.5.

3.6.2 Harga Paket Produk (*Price*)

PT Cadabra Kreativa Indonesia menggunakan dua strategi penetapan harga yang berbeda. Pertama, perusahaan menggunakan *cost-based pricing* yang melibatkan perhitungan dan akumulasi biaya operasional dan biaya dari vendor untuk menentukan harga produk. Kedua, perusahaan menerapkan *competitor-based pricing* yang berdasarkan analisis harga produk dari pesaing. Dengan pendekatan ini, meskipun PT Cadabra Kreativa Indonesia masih baru dalam industri exhibition stylist, PT Cadabra Kreativa Indonesia dapat bersaing baik dari segi harga maupun kualitas. Adapun harga yang ditetapkan oleh perusahaan adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 15 Harga Paket Produk PT Cadabra Kreativa Indonesia

No.	Nama <i>Package</i>	Tahun	Harga
1.	Lavender <i>Package</i>	2024	Rp137.002.950
		2025	Rp143.370.847
		2026	Rp147.671973
2.	Pinkish <i>Package</i>	2024	Rp52.116.750
		2025	Rp54.539.137
		2026	Rp56.175.311
3	Skye <i>Package</i>	2024	Rp85.660.575
		2025	Rp89.642.079
		2026	Rp92.331.341

Sumber: Data diolah PT Cadabra Kreativa Indonesia, 2023

Perusahaan memberikan 3 penawaran paket produk diantaranya Lavender *Package*, Pinkish *Package*, dan Skye *Package*. Lavender *Package* memiliki harga Rp137.002.950 pada tahun 2024, Rp143.370.847 pada tahun 2025, dan Rp147.671973 pada tahun 2026. Pinkish *package* memiliki harga Rp52.116.750 pada tahun 2024, Rp54.539.137 pada tahun 2025, dan Rp56.175.311 pada tahun 2026. Skye *package* memiliki harga Rp85.660.575 pada tahun 2024, Rp89.642.079 pada tahun 2025, dan Rp92.331.341 pada tahun 2026.

Tabel 3. 16 Harga Additional Produk PT Cadabra Kreativa Indonesia

No.	Nama Produk	Harga
1.	TV	Rp2,000,000
2.	LED Strip	Rp395,000
3.	Projector + Screen	Rp2,300,000
4.	Microfon	Rp175,000
5.	Speaker	Rp750,000
6.	Partisi	Rp375,000
7.	Karpet	Rp420,000
8.	Cat	Rp145,000
9.	Stage Flooring	Rp175,000
10.	Crew	Rp1,200,000

Sumber: Data diolah PT Cadabra Kreativa Indonesia, 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



Hak Cipta :

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

3.6.3 Promosi (*Promotion*)

Promosi merupakan hal yang sangat penting pada proses pemasaran suatu produk. Menurut Suryadi (2016:4) promosi adalah serangkaian kegiatan untuk mengkomunikasikan, memberi pengetahuan dan meyakinkan orang tentang suatu produk agar ia mengakui kehebatan produk tersebut, juga mengikat pikiran dan perasaannya dalam suatu wujud loyalitas terhadap produk. Bagi perusahaan promosi penting dilakukan untuk menaikkan *brand awareness* suatu produk, terlebih PT Cadabra Kreativa Indonesia merupakan perusahaan baru dan belum familier dikalangan masyarakat. Berikut merupakan promosi yang dilakukan perusahaan guna mendukung strategi perusahaan dalam memasarkan produk.

a) Periklanan (*Advertising*)

Periklanan adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang menggunakan media atau saluran tertentu untuk menyampaikan pesan promosi kepada khalayak atau target pasar. Dalam dunia bisnis, periklanan menjadi salah satu alat yang penting dalam membangun kesadaran merek, memperluas pangsa pasar, meningkatkan penjualan, dan mencapai tujuan pemasaran perusahaan.

PT Cadabra Kreativa Indonesia melakukan analisis terhadap bentuk promosi yang paling efektif. Berikut detail mengenai periklanan yang digunakan oleh PT Cadabra Kreativa Indonesia:

- a. *Digital Advertising* (iklan digital) pada platform Instagram

Hak Cipta :

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

1) *Instagram Ads*

Pengiklanan melalui media sosial *Instagram*, yang juga dikenal sebagai *campaign*, memiliki peran yang signifikan dalam meningkatkan kesadaran pasar terhadap produk yang ditargetkan. Melalui *Instagram Ads*, tujuan pasar dapat dikelompokkan secara otomatis berdasarkan faktor seperti rentang usia, minat, dan lokasi pengguna *Instagram* yang menjadi target. Dengan demikian, *Instagram Ads* membantu dalam menasar audiens yang tepat. PT Cadabra Kreativa Indonesia menggunakan pengiklanan di Instagram yang dirincikan pada tabel sebagai berikut:

3. 17 Perencanaan Periklanan pada Instagram

Keterangan	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat	Sabtu	Minggu
Week 1	1		1		1		1
Week 2		1		1		1	
Week 3	1						
Week 4					1		1

Sumber: Data diolah PT Cadabra Kreativa Indonesia, 2023

2) Penyebaran kartu nama perusahaan kepada *event organizer* secara langsung.a) *Social Media*a. *Instagram*

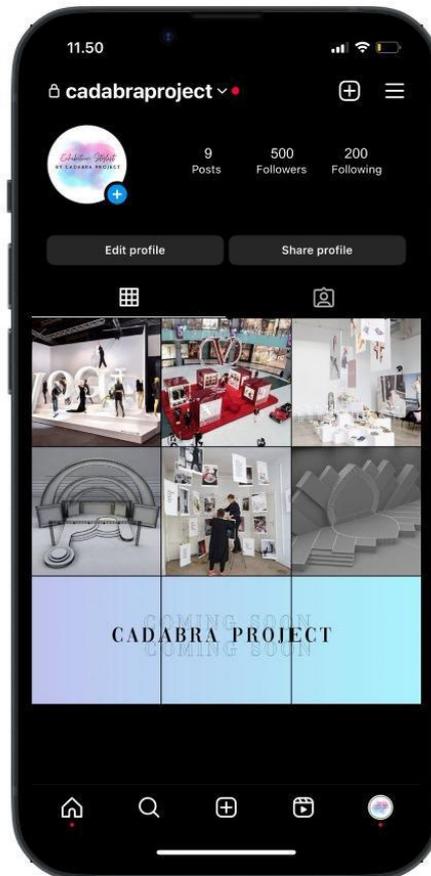
PT Cadabra Kreativa Indonesia memiliki akun *instagram* dengan *username* @Cadabraproject. Akun *instagram* ini digunakan sebagai salah satu sarana promosi perusahaan. Selain sebagai pemberi informasi berupa foto produk, *Instagram* juga digunakan sebagai media untuk berinteraksi langsung dengan

Hak Cipta :

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

calon klien, untuk melakukan riset pasar, membangun *brand awareness* perusahaan dan memasarkan produk perusahaan. Adapun tampilan halaman Instagram perusahaan sebagai berikut:

Gambar 3. 1 Tampilan Instagram Cadabra Project



Sumber: Data diolah PT Cadabra Kreativa Indonesia, 2023

Pada sosial media *Instagram*, akan ada beberapa konten untuk kegiatan promosi pada media sosial *Instagram* yang dibuat dengan visual yang menarik untuk dapat menarik perhatian konsumen. Adapun rincian promosinya terlampir pada tabel 3.18.

Tabel 3. 18 Visual Promosi Konten Instagram

No.	Kategori Konten	Tipe	Output
1.	<i>Instagram Story</i>	Informasi produk	Memberikan informasi mengenai produk perusahaan
		<i>QnA Box</i>	Memberikan kesempatan untuk berkomunikasi dengan klien secara langsung
		Foto Produk dan <i>Link</i>	Memberikan akses yang cepat dan mudah untuk dapat melihat website perusahaan dan menghubungi nomor admin untuk dapat melakukan diskusi via <i>WhatsApp</i>
		<i>Before After Photo</i>	Menampilkan gambar mengenai sebelum dan sesudah <i>visual project</i> yang dilaksanakan
2.	<i>Post</i>	Foto <i>project</i>	Memberikan gambaran pada <i>project</i> yang dilakukan perusahaan
		Ucapan Hari besar	Untuk menghargai sesama manusia dan membangkitkan jiwa nasionalisme
		Produk <i>promotion</i>	Memberikan harga khusus untuk dapat menarik calon klien dengan harga yang lebih murah

Sumber: Data diolah PT Cadabra Kreativa Indonesia, 2023

b. *LinkedIn*

LinkedIn merupakan *platform* jaringan profesional terbesar di dunia.

Dengan menggunakan *platform* ini, perusahaan akan terhubung dengan para profesional khususnya target pasar yang sudah ditentukan perusahaan. PT

Hak Cipta :

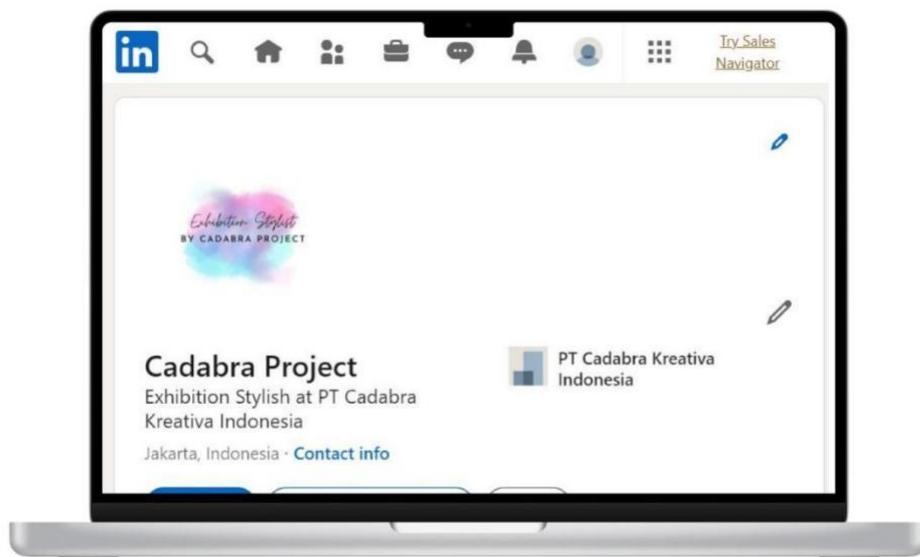
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

Cadabra Kreativa Indonesia menggunakan *LinkedIn* dengan nama @Cadabraproject, tujuan dari pemanfaatan *LinkedIn* ini untuk dapat menemukan mitra bisnis (*event organizer*) yang bergelut pada pameran kecantikan dan fesyen. Berikut merupakan tampilan profile *LinkedIn* perusahaan.

Gambar 3. 2 Tampilan Profile LinkedIn Cadabra Project



Sumber: Data diolah PT Cadabra Kreativa Indonesia, 2023

b) *Website*

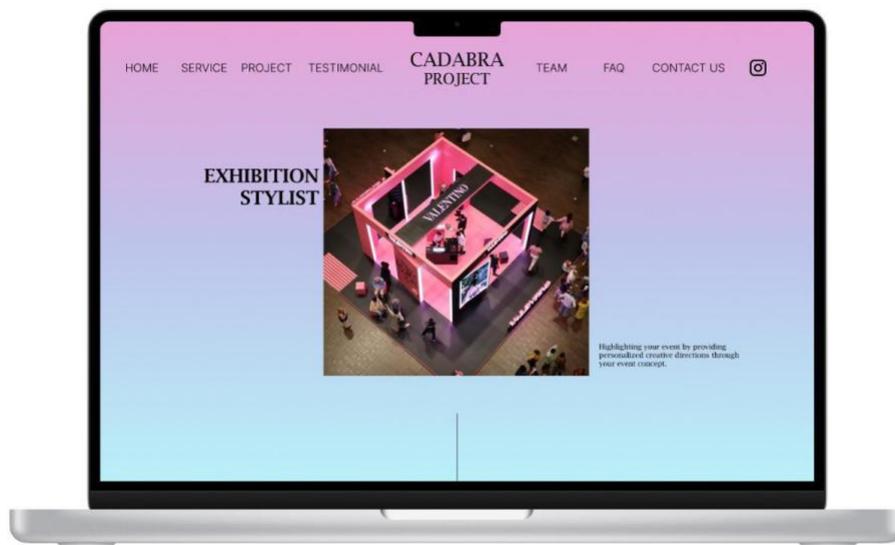
PT Cadabra Kreativa Indonesia juga menggunakan *Website* dalam melakukan pemasaran produk perusahaan. *Website* tersebut dapat diakses dengan link www.cadabraproject.com. Selain sebagai pusat informasi perusahaan, *Website* juga digunakan oleh PT Cadabra Kreativa Indonesia sebagai tempat penyajian informasi produk yang dilengkapi dengan deskripsi produk, spesifikasi produk, fitur, logo, foto, ulasan pelanggan, dan harga *package* produk. *Website* sendiri

Hak Cipta :

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

berguna untuk meningkatkan kesadaran merek, memfasilitasi komunikasi dengan pelanggan, menyediakan informasi produk, dan membuka peluang baru dalam pertumbuhan bisnis perusahaan. Adapun tampilan *website* perusahaan dapat dilihat pada gambar 3.3 berikut ini:

Gambar 3. 3 Tampilan Website Cadabra Project



Sumber: Data diolah PT Cadabra Kreativa Indonesia, 2023

3.6.4 Saluran Bisnis (*Place*)

Dalam menjalankan bisnis, PT Cadabra Kreativa Indonesia memiliki kantor dan memiliki media penjualan berupa *Social Media* dan *Website*. Digunakan media *digital* sebagai tempat penjualan dapat memberikan keefektifan dalam berkomunikasi langsung dengan calon klien dan klien dapat melihat gambaran secara visual yang diberikan oleh 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

3.6.5 People (Sumber Daya Manusia)

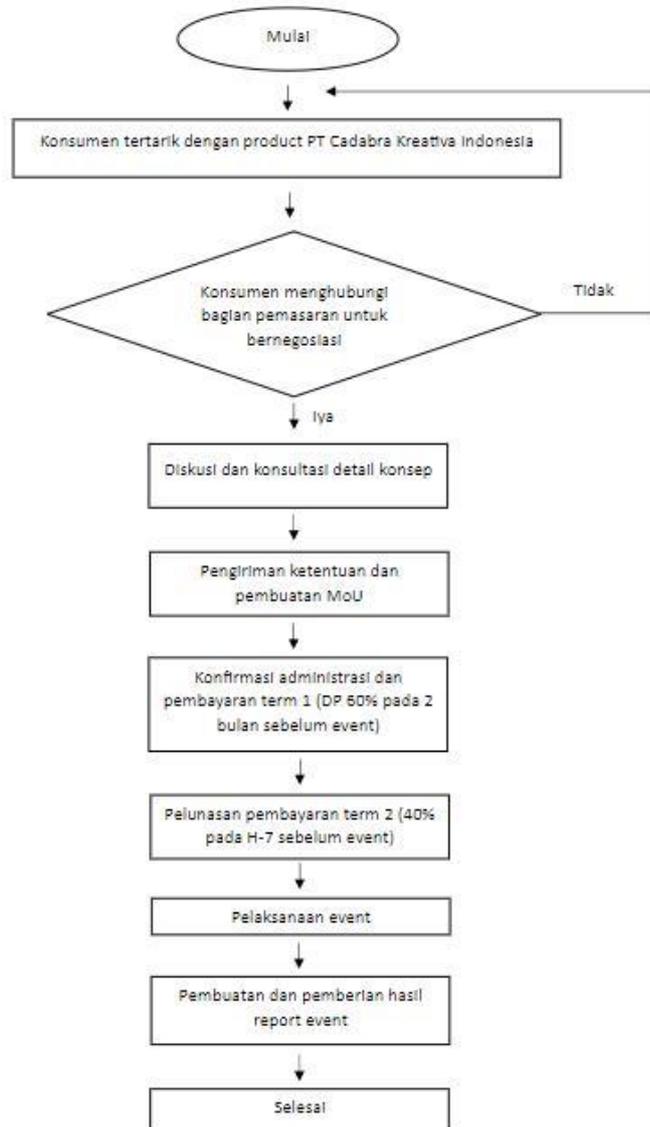
PT Cadabra Kreativa Indonesia didirikan oleh 3 orang direksi dengan latar belakang berpengalaman yang berkecimpung di dunia *MICE*, sehingga dapat mewujudkan tujuan perusahaan dengan kompeten dalam bidang *exhibition stylist* untuk pameran kecantikan dan fesyen. Para direksi selanjutnya secara giat mengembangkan kemampuan yang dimiliki untuk meningkatkan nilai bisnis menuju tingkat yang lebih baik lagi.

Deskripsi dan spesifikasi pekerjaan telah disusun secara cermat untuk setiap posisi dan jabatan, sehingga dapat mendukung kegiatan perusahaan. Perusahaan telah merancang proses rekrutmen sumber daya manusia dengan sangat cermat, dengan tujuan untuk memilih calon pekerja yang berkualifikasi agar dapat bergabung dan bekerja secara efektif dengan perusahaan.

3.6.6 Proses Bisnis (*Process*)

Dalam proses bisnis, PT Cadabra Kreativa Indonesia akan memberikan layanan yang responsif dan cepat melalui media sosial *Instagram*, *Linkedin* dan *Website* pada *contact person* yang tercantum. Calon klien yang berminat untuk menggunakan jasa *exhibition stylist* dapat dengan mudah menanyakan informasi mengenai harga atau jadwal melalui *contact person* yang terhubung dengan akun *Instagram*, *website*, dan *LinkedIn* perusahaan. Adapun proses perencanaan hingga pelaksanaan *event* pameran pada bagan 3.1

Bagan 3. 1 Proses Bisnis PT Cadabra Kreativa Indonesia



Sumber: Data diolah PT Cadabra Kreativa Indonesia, 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

Hak Cipta :

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

3.6.7 Bukti Fisik (*Physical Evidence*)

PT Cadabra Kreativa Indonesia memberikan berbagai bukti fisik sebagai jaminan atas kepercayaan yang diberikan oleh pelanggan. Beberapa diantaranya termasuk:

- a. Bukti *Offline*: Kantor PT Cadabra Kreativa Indonesia dengan lokasi di Treasury Tower, District 8, SCBD, Jl. Jendral Sudirman Kav. 52-53, DKI Jakarta, 12190
- b. Bukti *Online*: Perusahaan memiliki website dan akun media sosial resmi yang dapat diakses oleh siapa saja, kapan saja, dan di mana saja. Tujuannya untuk menyediakan kemudahan dalam berkomunikasi dan memberikan pelayanan langsung kepada masyarakat.

3.7 Analisis Pesaing

PT Cadabra Kreativa Indonesia mengakui pentingnya analisis pesaing dalam upaya untuk memahami keunggulan dan kelemahan para pesaing. Analisis pesaing ini menjadi kesempatan bagi perusahaan untuk masuk ke dalam bisnis bidang *exhibition stylist* dengan memanfaatkan kelemahan yang dimiliki pesaing sebagai peluang. Dengan begitu, perusahaan dapat mempersiapkan diri untuk menghadapi berbagai kemungkinan di masa mendatang.

Proses analisis pesaing ini dilakukan dengan teliti, dengan mengidentifikasi jenis produk yang ditawarkan oleh pesaing, pangsa pasar yang dikuasai oleh pesaing, serta keunggulan dan kelemahan dari pesaing tersebut.

Berikut ini adalah tabel yang berisi analisis keunggulan dan kelemahan para pesaing yang merupakan pemimpin pasar dalam bisnis jasa *exhibition stylist*.

Tabel 3. 19 Analisis Keunggulan dan Kelemahan Perusahaan Pesaing

No.	Perusahaan	Keunggulan	Kelemahan
1.	Orang Dalam Agency	Memiliki produk perusahaan yang banyak (<i>usher, event crew, event consultant, dan production</i>)	Tidak memiliki karyawan tetap
		SDM bersertifikat	<i>Social media</i> yang dimiliki perusahaan tidak dikembangkan secara maksimal sehingga kurang interaktif
		<i>Free consultation</i>	<i>Track record event</i> yang belum terlalu banyak
		Lingkup geografis yang luas (jabodetabek, sumatera, sulewasi, jawa, bali)	
		Portofolio perusahaan yang mengesankan dilihat dari <i>social media</i> perusahaan	
2.	Fuji Production	Memiliki <i>partner</i> EO dan Brand tetap	Konten instagram yang kurang menarik dan detail sehingga dilihat kurang meyakinkan
		Memiliki SDM dan kapabilitas yang kuat dari segi manusia, teknologi, dan infrastruktur	Tidak mencantumkan <i>contact person</i> pada <i>Instagram</i> perusahaan sehingga komunikasi sulit
		Kliennya berasal dari instansi pemerintah dan perusahaan besar di Indonesia	Media promosi hanya bertumpu pada satu media
3.	Samsara Production	Memiliki produk yang digunakan dan dijual langsung kepada <i>brand</i> besar	Tidak memiliki <i>social media</i> dan <i>Website</i> yang aktif
		Memiliki karyawan tetap yang profesional	Tidak memiliki harga yang tetap dan relatif tinggi
		Produk beranekaragam dengan kualitas premium	Tidak memiliki <i>partner</i> EO

Sumber: Data diolah PT Cadabra Kreativa Indonesia, 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



Hak Cipta :

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

3.8 Analisis SWOT

Menurut (Kristanto et al., 2017) analisis *SWOT* adalah identifikasi berbagai faktor untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengts*) dan peluang (*oportunities*) namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*).

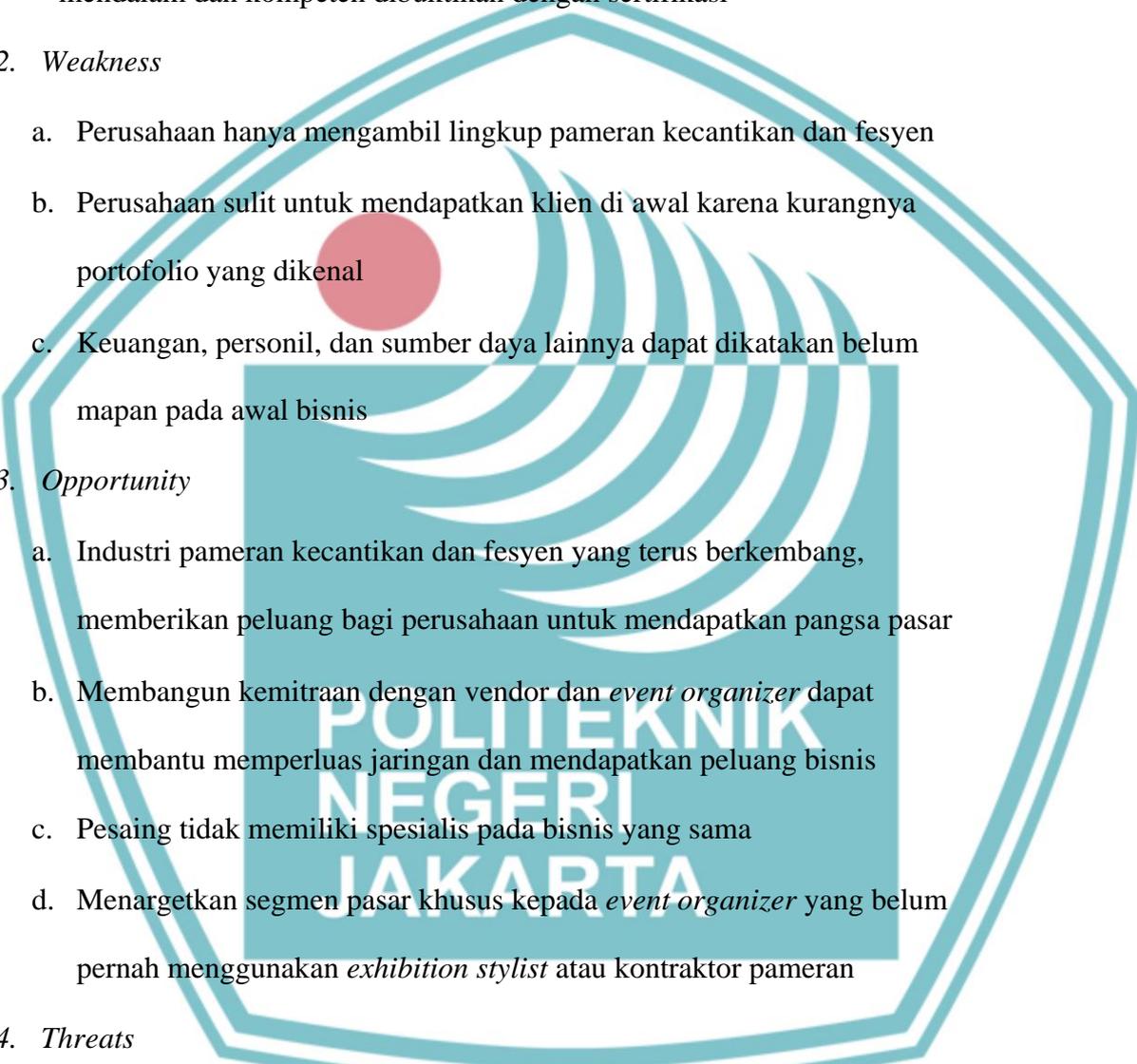
3.8.1 Analisis SWOT PT Cadabra Kreativa Indonesia

Untuk menetapkan sasaran bisnis ke depannya, PT Cadabra Kreativa Indonesia menggunakan analisis *SWOT* untuk mengevaluasi pencapaian target perusahaan. Di bawah ini adalah analisis *SWOT* dari PT Cadabra Kreativa Indonesia:

SWOT

1. *Strength*

- a. Komitmen terhadap kualitas PT Cadabra Kreativa Indonesia akan membangun citra merek yang kuat dengan fokus pada kualitas layanan dan kepuasan pelanggan
- b. Paket produk yang menarik serta relevan paket produk yang ditawarkan PT Cadabra Kreativa Indonesia menawarkan paket produk yang dapat disesuaikan dengan permintaan klien
- c. Tingkat energi yang tinggi semangat baru dalam tim dapat menghasilkan energi dan dedikasi yang tinggi untuk memberikan yang terbaik

- 
- d. Seluruh SDM terkait memiliki pengalaman pada bidangnya secara mendalam dan kompeten dibuktikan dengan sertifikasi
 2. *Weakness*
 - a. Perusahaan hanya mengambil lingkup pameran kecantikan dan fesyen
 - b. Perusahaan sulit untuk mendapatkan klien di awal karena kurangnya portofolio yang dikenal
 - c. Keuangan, personil, dan sumber daya lainnya dapat dikatakan belum mapan pada awal bisnis
 3. *Opportunity*
 - a. Industri pameran kecantikan dan fesyen yang terus berkembang, memberikan peluang bagi perusahaan untuk mendapatkan pangsa pasar
 - b. Membangun kemitraan dengan vendor dan *event organizer* dapat membantu memperluas jaringan dan mendapatkan peluang bisnis
 - c. Pesaing tidak memiliki spesialis pada bisnis yang sama
 - d. Menargetkan segmen pasar khusus kepada *event organizer* yang belum pernah menggunakan *exhibition stylist* atau kontraktor pameran
 4. *Threats*
 - a. Industri pameran memiliki banyak pesaing dengan pengalaman dan reputasi yang kuat
 - b. *Event organizer* sudah memiliki *partner* jasa kontraktor pameran
 - c. Kompetisi semakin ketat oleh perusahaan pesaing



Hak Cipta :

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

3.8.2 Analisis Matriks dari Faktor Internal dan Eksternal Perusahaan

PT Cadabra Kreativa Indonesia memanfaatkan analisis matriks SWOT yang dijabarkan untuk dapat memahami perubahan yang terjadi dalam bisnis perusahaan, posisi perusahaan di pasar, dan membantu dalam pengambilan keputusan manajerial dan implementasi ide-ide baru terkait produk perusahaan. Berikut adalah rincian dari analisis *SWOT* yang telah dilakukan terhadap perusahaan:

a. *Strategi Strength – Opportunities (SO)*

PT Cadabra Kreativa Indonesia memberikan penawaran jasa untuk memudahkan *event organizer* yang dikemas dengan harga terjangkau sesuai dengan kebutuhan klien. Banyak pesaing yang tidak memiliki spesialis pada bidang pameran kecantikan dan fesyen, sehingga PT Cadabra Kreativa Indonesia memiliki peluang untuk dapat menarik perhatian *event organizer* yang mencari *exhibition stylist* pada sebuah *event*.

b. *Strategi Weakness – Opportunities (WO)*

PT Cadabra Kreativa Indonesia merancang produk jasa yang dirancang dengan *package* lengkap dan menarik yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan klien. Banyak *event organizer* yang membutuhkan *exhibition stylist* pada pameran kecantikan dan fesyen untuk membantu merancang *event* secara profesional.

c. *Strategi Strength – Threats (ST)*

PT Cadabra Kreativa Indonesia senantiasa meningkatkan kualitas produk perusahaan dan juga melakukan promosi melalui media sosial guna dapat bersaing dengan perusahaan kompetitor untuk mendapatkan nilai lebih dari segi produk dan berbagai unggulan lainnya.

d. *Strategi Weakness – Threats (WT)*

PT Cadabra kreatifa Indonesia akan mengupayakan pendekatan kepada *event organizer* untuk dapat berkolaborasi dalam menyelenggarakan pameran kecantikan dan fesyenyang ada di Pulau Jawa.

3.9 Jejaring Usaha

PT Cadabra Kreativa Indonesia berusaha memperkenalkan dan menawarkan produknya dengan membangun jejaring usaha yang mendukung berbagai kegiatan perusahaan yang dapat membantu kelancaran aktivitas perusahaan.

PT Cadabra Kreativa Indonesia merancang sebuah *database* yang berisi jejaring usaha untuk mencakup pemasok-pemasok utama yang terkait dengan berbagai kebutuhan untuk mendukung kelancaran kegiatan perusahaan. Adapun perinciannya terdapat pada tabel 3.20, 3.21, 3.22.

Tabel 3. 20 Jejaring Usaha PT Cadabra Kreativa Indonesia

a. Vendor Produksi

No.	Nama Perusahaan	Alamat	Kontak
1.	VD Production	Jalan Benteng Mas I No. No. 69, Jl. Benteng Mas Raya No.69, RT.7/RW.3, Sunter Jaya, Kec. Tj. Priok, DKI Jakarta, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 14350	089602029002
2.	Samsara Indonesia Sentosa	Cinere Bellevue Suites, Tower B, Jakarta Selatan.	0878 7847 5319
3.	Raja Sewa	Jl. Asem Gede Utara No.31, RT.2/RW.5, Utan Kayu Sel., Kec. Matraman, Kota Jakarta Timur	(021) 8563649
4.	Matoa Corner Production	Jl. Antariksa Raya No.45, RT.12/RW.2, Cipedak, Kec. Jagakarsa, Kota Jakarta Selatan	(021) 7272426
5.	Lemmon Indonesia	JL. Kelapa Nias Raya , BLK. HF 3, Kelapa Gading Timur, 14240 Jakarta Utara	(021) 27808561
6.	Idris Sukses	Jl. H. M Alif No. 15 RT5 / RW5, Kukusan, Beji, Kukusan, Kecamatan Beji, Kota Depok	0858-9000-2000

Sumber: Data diolah PT Cadabra Kreativa Indonesia, 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Tabel 3. 21 Jejaring Usaha PT Cadabra Kreativa Indonesia

b. Toko Bangunan

No.	Nama Perusahaan	Alamat	Kontak
1.	BJ Home	Jalan Pahlawan Seribu Sektor VII Nomor 17, BSD City, Serpong, Lengkng Karya, Tangerang Selatan.	081389992058
2.	Depo Bangunan	Jalan Raya Serpong Nomor Km 2, Pakulonan, Serpong Utara, Kota Tangerang Selatan.	02153120808
3.	Dunia Bangunan	Kavling Sunburst Blok CBD II Nomor 12, Jalan Raya Serpong, BSD City, Serpong, Lengkong Gudang, Kota Tangerang Selatan.	081904009388
4.	Mitra 10 Gading Serpong	Jalan Gading Serpong Boulevard Blok Mitra 10, Curug Sangereng, Kelapa Dua, Tangerang Selatan.	0878-8210-5748

Sumber: Data diolah PT Cadabra Kreativa Indonesia, Tahun 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Tabel 3. 22 Jejaring Usaha PT Cadabra Kreativa Indonesia

c. Percetakan

No.	Nama Perusahaan	Alamat	Kontak
1.	Mitra 10 Gading Serpong	Jalan Gading Serpong Boulevard Blok Mitra 10, Curug Sangereng, Kelapa Dua, Tangerang Selatan.	0878-8210-5748
2.	Bigger Printing	Jl. Baja Raya No.7, Bencongan Indah, Kec. Klp. Dua, Kabupaten Tangerang, Banten 15811	0877-7850-5584
3.	Sonic Printing	Jl. Pandan Raya No.16B, RT.006/RW.001, Perum 1, Karawaci Baru, Kec. Karawaci, Kota Tangerang, Banten 15116	0895-1355-4331
4.	Laatansa Agung	Jl. Ruko Modern Land Blok BR No. 8-9, RT.004/RW.007, Babakan, Kec. Tangerang, Kota Tangerang, Banten 15118	0878-8816-3894
5.	Ideal digital printing	Jl. Jelambar Jaya 3 Jakarta Barat No. 18 RT5/3 Kec Grogol Petamburan Jakarta Barat DKI Jakarta 14460	81298427200

Sumber: Data diolah PT Cadabra Kreativa Indonesia, 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

Hak Cipta :

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

Proses menjalankan bisnis PT Cadabra Kreativa Indonesia dilakukan oleh sumber daya manusia (SDM) profesional dengan latar belakang mumpuni seputar perancangan *event* pameran. Sejalan dengan penuturan Soemarsono (2018) bahwa sumber daya sebagai usaha untuk meraih keberhasilan dalam mencapai tujuan baik secara pribadi individu maupun di dalam organisasi, yaitu waktu, tenaga dan kemampuan manusia (baik daya pikir serta daya fisiknya) benar-benar dapat dimanfaatkan secara terpadu dan secara optimal bagi kepentingan organisasi. Maka, PT Cadabra Kreativa Indonesia didirikan dan dikelola oleh sumber daya manusia yang berpengalaman di bidang pameran baik lingkup lokal maupun internasional. Adapun penjabaran tentang sumber daya manusia yang dimaksud PT Cadabra Kreativa Indonesia akan tergambar melalui analisis kompetensi sumber daya manusia.

4.1 Analisis Kompetensi Sumber Daya Manusia

Untuk menciptakan budaya kerja yang positif dari internal maupun eksternal, PT Cadabra Kreativa Indonesia percaya hal ini sebanding lurus dengan kualitas sumber daya manusia (SDM) yang terpancar dari cerminan latar belakang pendidikan, keahlian, dan pengalaman di industri yang relevan. Adapun analisis terkait SDM yang terdapat pada PT Cadabra Kreativa Indonesia dijelaskan pada tabel 4.1 dan 4.2 berikut



Hak Cipta :

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

Tabel 4. 1 Tingkat Pendidikan Sumber Daya Manusia PT Cadabra Kreativa

Indonesia

Tingkat Pendidikan	Jumlah
Tidak Lulus SD	-
SD	-
SMP	-
SMA	-
D4/SI MICE	3
Total	3

Sumber: Data diolah PT Cadabra Kreativa Indonesia, 2023

Tabel 4. 2 Tingkat Keahlian Sumber Daya Manusia PT Cadabra Kreativa

Indonesia

Tingkat Pendidikan	Jumlah
Certificate IV in Business	1
Certificate Event Logistic	1
Certificate Liaison Officer	1
Total	3

Sumber: Data diolah PT Cadabra Kreativa Indonesia, 2023

Berdasarkan tabel 4.1 dan 4.2 dapat diketahui bahwa sumber daya manusia PT Cadabra Kreativa Indonesia memiliki latar belakang pendidikan di bidang MICE atau *Meeting, Incentive, Convention, Exhibition*. Seperti yang diketahui bahwa garis besar pekerjaan *exhibition stylist* mewujudkan impian visual pameran melalui dekorasi agar lebih menghidupkan nuansa pameran yang diinginkan. Maka, sumber daya manusia yang mendirikan dan mengelola PT Cadabra Kreativa Indonesia juga memiliki sertifikasi keahlian yang menunjang pengelolaan bisnis perusahaan. Meskipun tidak secara langsung memiliki latar

belakang di bidang desain, tetapi pengalaman di bidang *event* sudah terjalin dalam kurun waktu 3 tahun terakhir. Seperti yang tergambar pada tabel 4.3

Tabel 4. 3 Riwayat Keterlibatan Event Pameran

Nama Lengkap	Jabatan	Riwayat Keterlibatan Event Pameran
Indah Solihati	Direktur Utama	<ul style="list-style-type: none"> a. Gaming Gears Exhibition (2022) b. The Awesome Art Festival Australia (2022) c. Indonesia Architecture Conference and Exhibition (2023) d. Food & Hotel Indonesia (2023)
Widastuti Lagus Rayhan	Direktur Keuangan	<ul style="list-style-type: none"> a. 1. OLX Autos Indonesia Modification Expo (IMX) 2022 b. 2. Gaming Gears Exhibition 2022 c. 3. International Handicraft Trade Fair (INACRAFT) 2023 d. 4. Indonesia Architecture Conference and Exhibition (2023)
Fatimah	Direktur Pemasaran	<ul style="list-style-type: none"> a. 1. Gaming Gears Exhibition (2022) b. 2. Festival KPR Hunian Pemuda (2023) c. 3. Indonesia Architecture Conference and Exhibition (2023)

Sumber: Data diolah PT Cadabra Kreativa Indonesia, 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

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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 pengalaman di bidang *event*, tercatat dalam kurun waktu 2022 hingga 2023 Indah yang menjabat sebagai direktur utama terlibat sebanyak 4 *event* pameran, Widiastuti sebagai direktur keuangan mencatatkan diri pernah terlibat sebanyak 4 *event* pameran, dan Fatimah sebagai direktur pemasaran terlibat sebanyak 3 *event* pameran. Pengalaman ini membawa pada *sense of exhibition* di antara struktural PT Cadabra Kreativa Indonesia. Agar semakin terorganisir dan tercipta lingkungan kerja profesional di bidang pengerjaan dekorasi pameran. Maka struktural utama PT Cadabra Kreativa Indonesia dijabarkan pada tabel 4.4

Tabel 4. 4 Sumber Daya Manusia PT Cadabra Kreativa Indonesia

Bagian/Departemen	Jumlah
Direktur Utama	1
Direktur Keuangan	1
Direktur Pemasaran	1

Sumber: Data diolah PT Cadabra Kreativa Indonesia, 2023

Berdasarkan pada tabel di atas, dapat terlihat bahwa PT Cadabra Kreativa Indonesia dipimpin oleh tiga direktur yang bertanggung jawab pada lini masing-masing, sehingga alur pekerjaan dapat terorganisir dengan baik. Kedepannya ketiga direktur ini diharapkan dapat mencetak karyawan yang profesional berdasarkan kemampuan *hardskill* dan *softskill* yang sesuai sebagai *exhibition stylist* terutama pameran untuk industri kecantikan.

Maka, ketiga pemegang posisi direktur diharuskan memiliki kriteria yang dapat bekerja sesuai perannya serta menilai calon karyawan yang akan bekerja di

PT Cadabra Kreativa Indonesia. Adapun keunggulan ketiga direktur dijelaskan pada poin di bawah ini.

a. Direktur Utama

PT Cadabra Kreativa Indonesia memiliki direktur utama sebagai pemimpin utama di perusahaan untuk menjalankan dan memastikan visi dan misi perusahaan tercapai. Berikut keunggulan yang dimiliki direktur utama PT Cadabra Kreativa Indonesia:

- 1) Merupakan lulusan program studi D4 *meeting, incentive, convention, exhibition* (MICE) dari Politeknik Negeri Jakarta
- 2) Memiliki Certificate IV in Business dari TAFE International Western Australia sehingga memiliki kemampuan untuk mempertimbangkan faktor ekonomi dan politik yang dapat memengaruhi perusahaan
- 3) Memiliki jiwa kepemimpinan yang baik dibuktikan dengan keaktifan di berbagai organisasi
- 4) Berpengalaman dalam penyelenggaraan pameran *offline*
- 5) Memiliki kemampuan dalam berkomunikasi baik verbal maupun non-verbal dalam bahasa Indonesia maupun bahasa Inggris
- 6) Memiliki kemampuan rasional untuk berpikir kritis dan melakukan *problem solving* yang baik
- 7) Memiliki kemampuan yang baik dalam perencanaan dan pemikiran strategis untuk perusahaan

Hak Cipta :

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



- 8) Memiliki kemampuan yang baik untuk membagikan kemampuan, pengetahuan, dan pengalaman yang dimiliki kepada anggota team perusahaan
- 9) Memiliki kemampuan untuk memotivasi anggota team perusahaan
- 10) Memiliki kemampuan dalam menyajikan presentasi yang baik
- 11) Memiliki pengetahuan di bidang desain berbekal pengalamannya sebagai redaktur pelaksana majalah GEMA yang berhasil meraih penghargaan kategori foto dan ilustrasi

b. Direktur Keuangan

Posisi direktur keuangan di PT Cadabra Kreativa Indonesia diisi oleh seseorang yang mengerti terkait tata kelola keuangan perusahaan untuk pengambilan keputusan. Berikut merupakan kemampuan dan keunggulan yang dimiliki oleh direktur keuangan PT Cadabra Kreativa Indonesia:

- 1) Merupakan lulusan program studi D4 *meeting, incentive, convention, exhibition* (MICE) dari Politeknik Negeri Jakarta
- 2) Memiliki sertikasi *event logistic*
- 3) Berpengalaman dalam penyelenggaraan *event* pameran *offline*
- 4) Memiliki kemampuan analisis yang baik dalam bidang ekonomi, akuntansi, perpajakan, hukum, dan manajemen resiko
- 5) Memiliki kemampuan berkomunikasi secara verbal dan non-verbal
- 6) Memiliki jiwa kepemimpinan yang baik untuk mampu melihat masalah secara objektif
- 7) Memiliki kemampuan dalam manajemen *cashflow*



Hak Cipta :

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

- 8) Mengedepankan sikap jujur dan transparan yang berpengaruh pada kepentingan laporan keuangan perusahaan
- 9) Memiliki kemampuan *critical thinking* dan *problem solving* yang baik
- 10) Memiliki kemampuan untuk mengetahui *trend* bisnis dengan menerapkan *learning mindset* untuk dapat mempertimbangkan secara ekonomis dalam melakukan *networking* dengan *potential partner*
- 11) Memiliki kemauan untuk belajar memahami sifat *client, partner* perusahaan dan *investor* perusahaan

c. Direktur Pemasaran

Penentuan pengisi posisi direktur pemasaran di PT Cadabra Kreativa Indonesia didasarkan pada kemampuan dalam memasarkan produk perusahaan sesuai dengan visi dan misi perusahaan. Berikut ini merupakan keunggulan direktur pemasaran PT Cadabra Kreativa Indonesia:

- 1) Merupakan lulusan program studi D4 *meeting, incentive, convention, exhibition* (MICE) dari Politeknik Negeri Jakarta
- 2) Memiliki sertifikasi *liaison officer*
- 3) Memiliki kemampuan dalam berkomunikasi secara verbal dan non-verbal
- 4) Memiliki kemampuan memahami cara prospek melalui *social media* termasuk *trend* perkembangan penggunaannya dari segi bisnis
- 5) Memiliki kemampuan yang baik dalam menyajikan presentasi kepada *client, partner, investor*, dan internal perusahaan

Hak Cipta :

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



- 6) Memiliki kemampuan untuk melakukan *soft-selling* dan *hard-selling* dalam bentuk *campaign* kepada *client*
- 7) Memiliki jiwa kreatif dan inovatif
- 8) Memiliki kemampuan analisis yang baik terhadap perkembangan perusahaan
- 9) Memiliki kemampuan persuasif dan negosiasi yang baik
- 10) Memiliki kemampuan dalam manajemen *stress* yang baik
- 11) Memiliki kemampuan dalam berpikir kritis dan melakukan *problem solving* yang baik

4.2 Analisis Kebutuhan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia

PT Cadabra Kreativa Indonesia sebagai sebuah perusahaan yang sangat menghargai sumber daya manusia sebagai fundamental yang menentukan keberlangsungan perusahaan. Dikarenakan sifatnya yang fundamental, maka menentukan sumber daya manusia untuk mengoperasikan perusahaan tidak bisa asal dalam memilih yang berarti diharuskan ada standar dari perusahaan untuk menetapkan orang dengan kompetensinya. Adapun tujuan dalam memilih sumber daya manusia yang tepat Menurut Savaş (2006) yaitu:

- 1) Untuk menentukan alokasi *manpower* yang tepat untuk pengembangan perencanaan perusahaan
- 2) Untuk melakukan *budget controlling* dalam pemaksimalan pengembangan sumber daya manusia
- 3) Untuk melakukan pembagian tugas yang sesuai dengan peran masing-masing pekerja



Hak Cipta :

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

- 4) Untuk menentukan standar gaji yang tepat sesuai dengan beban kerja
- 5) Untuk mempertimbangkan keselarasan *manpower supply* dengan *manpower demand* dalam perusahaan

Maka, PT Cadabra Kreativa Indonesia melakukan analisis kebutuhan dan pengembangan sumber daya manusia (SDM) seperti tergambar pada tabel 4.5

Tabel 4.5 Analisis Kebutuhan dan Pengembangan SDM PT Cadabra

Kreativa Indonesia

No.	Jabatan	Tingkat Pendidikan	Pengalaman (Tahun)	Keterampilan Khusus
1.	Direktur Utama	Minimal D4/S1	Minimal 1 tahun	Memiliki jiwa kepemimpinan yang tinggi, mampu mengambil keputusan dengan mempertimbangkan resiko yang akan timbul, serta memiliki kecerdasan emosional yang baik untuk dapat mengkomunikasikan tentang perusahaan kepada internal dan eksternal perusahaan.
2.	Direktur Keuangan	Minimal D4/S1	Minimal 1 tahun	Memiliki kemampuan untuk memproyeksikan gambaran keuangan jangka panjang perusahaan dan mengembangkan keuangan perusahaan
3.	Direktur Pemasaran	Minimal D4/S1	Minimal 1 tahun	Memiliki kemampuan dalam menganalisis kebutuhan pasar untuk diterapkan pada metode pemasaran yang tepat
4.	<i>Freelance Project-Based Designer</i>	Minimal Mahasiswa/i Arsitektur/ Desain Interior tahun kedua/Creative Industry	Minimal 0,5 tahun	Memiliki kemampuan memvisualisasikan moodboard ke dalam bentuk desain 2D dan 3D menggunakan Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, Adobe Premier Pro, Canva Pro, Sketchup Pro
5.	<i>Freelance Project-Based Operasional</i>	Minimal SMK/Sederajat	Minimal 3 tahun	Memiliki kemampuan dalam merakit hasil desain impian <i>client</i> dengan bahan baku yang sesuai

Hak Cipta :

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



Hak Cipta :

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

No.	Jabatan	Tingkat Pendidikan	Pengalaman (Tahun)	Keterampilan Khusus
6.	<i>Freelance Project-Based Marketing</i>	Minimal D4/S1 semua jurusan	Minimal 1 tahun	Memiliki kemampuan <i>client</i> untuk melakukan <i>inbound</i> dan <i>outbound marketing</i> untuk memperluas jangkauan usaha
7.	<i>Staff Marketing</i>	Minimal D4/S1 Arsitektur/Desain Interior tahun kedua/Creative Industry		
8.	<i>Staff Administrasi dan Keuangan</i>	Minimal D4/S1 Akuntansi/Manajemen	Minimal 1 tahun	Memiliki kemampuan untuk melakukan pencatatan administratif seperti <i>invoice</i> , <i>quotation</i> , dan pengurusan surat perjanjian kerja (SPK)

Sumber: Data diolah PT Cadabra Kreativa Indonesia, Tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.5 diketahui bahwa PT Cadabra Kreativa Indonesia tidak hanya dijalankan oleh tiga direktur perusahaan, tetapi juga mengalokasikan detail pekerjaan dengan merekrut *freelancer project-based* untuk 3 tahun pertama berdirinya perusahaan. Di antaranya yaitu posisi *freelance* desainer, *freelance marketing*, dan *freelance* operasional. Kemudian, memasuki tahun ke-2 berdirinya perusahaan akan merekrut karyawan tetap *staff marketing* beserta *staff administrasi dan keuangan*. Semua posisi ini disesuaikan dengan *scope of work* perusahaan dimulai dari perancangan hingga pengerjaan pameran. Khusus untuk *freelance project-based* operasional direkrut berdasarkan kolaborasi antara PT Cadabra Kreativa Indonesia dengan rekanan perusahaan, sehingga kebutuhan untuk sumber daya manusia di bidang operasional disediakan oleh rekanan.

Hak Cipta :

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

4.3 Rencana Pemenuhan Kebutuhan Sumber Daya Manusia

Pada tahun pertama PT Cadabra Kreativa Indonesia berdiri akan dijalankan oleh pendiri perusahaan yang menjabat sebagai direktur untuk melakukan perencanaan produk perusahaan, melakukan proses promosi, melakukan proses negosiasi hingga *deal* dengan *client*, serta memperluas *networking* perusahaan dengan *partner*.

Selain itu, PT Cadabra Kreativa Indonesia juga dibantu oleh *freelance* desainer yang membantu visualisasi perancangan desain dalam bentuk 2D maupun 3D dari *client*. Sementara untuk proses pengerjaan, PT Cadabra Kreativa Indonesia memiliki 25 orang *freelance* operasional dalam merakit hasil desain sesuai dengan *scope of work* yang diberikan oleh *client*. Perusahaan juga akan merekrut *freelance marketing* untuk membantu meningkatkan pemasaran produk kepada calon klien. Adapun rencana pemenuhan kebutuhan sumber daya manusia tergambar pada tabel 4.6 berikut:

**Tabel 4. 6 Rencana Pemenuhan Kebutuhan SDM PT Cadabra Kreativa
Indonesia**

Jabatan	Jumlah Kebutuhan	Tenaga yang Tersedia	Tenaga yang Harus Direkrut	Keterangan
Direktur Utama	1	1	-	
Direktur Keuangan	1	1	-	
Direktur Pemasaran	1	1	-	
<i>Freelance project-based Designer</i>	2	-	2	<i>Temporary</i> hanya saat <i>event</i>
<i>Freelance</i>	25	-	25	<i>Temporary</i>

Hak Cipta :

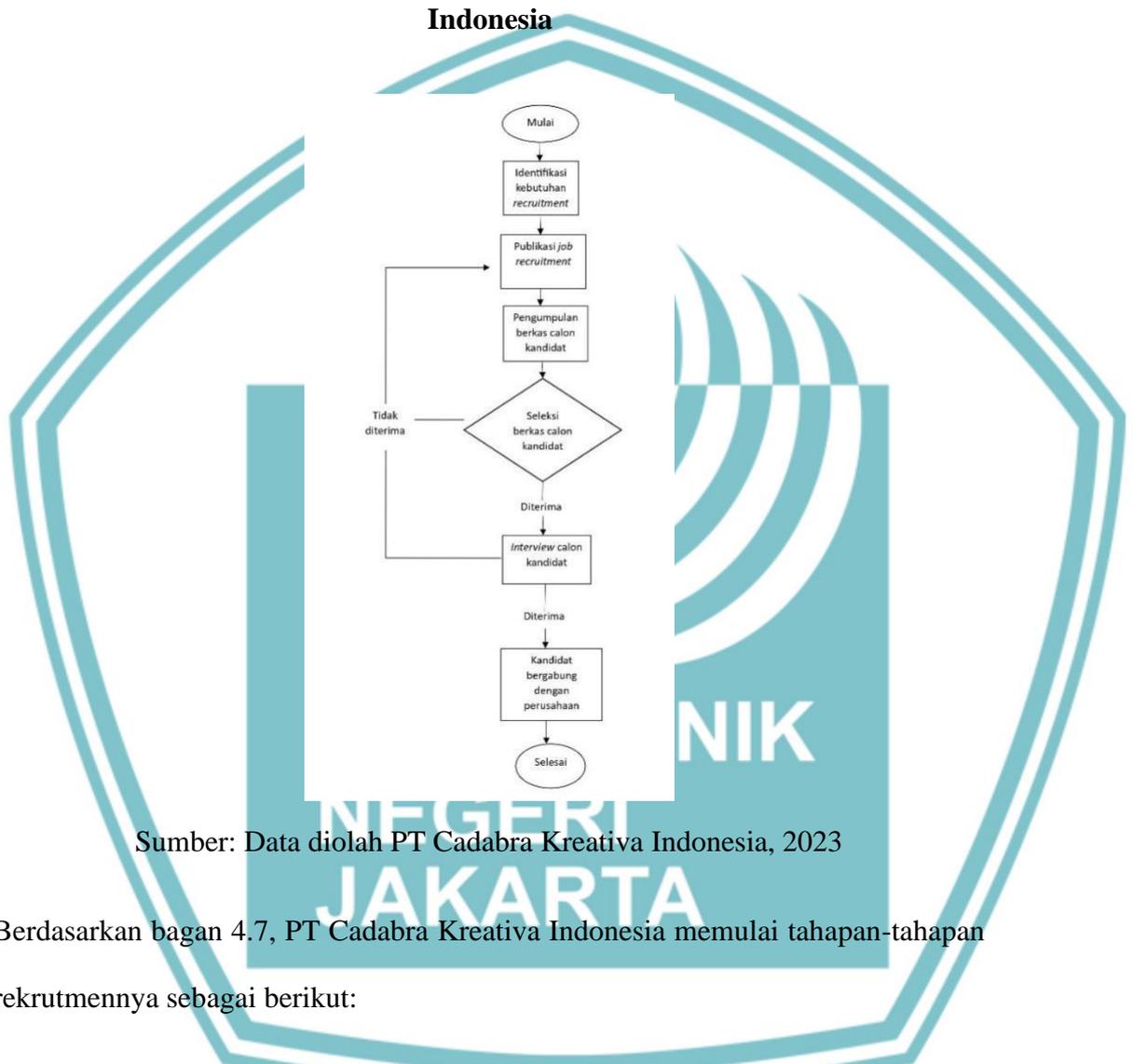
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

Jabatan	Jumlah Kebutuhan	Tenaga yang Tersedia	Tenaga yang Harus Direkrut	Keterangan
<i>Freelance project-based marketing</i>	1	-	1	<i>Temporary</i> hanya saat <i>event</i>
<i>Staff Marketing</i>	1	-	1	Tahun ke-2, 2025
<i>Staff Administrasi dan Keuangan</i>	1	-	1	Tahun ke-2, 2025

Sumber: Data diolah PT Cadabra Kreativa Indonesia, 2023

Berdasarkan tabel 4.6, pada tiga tahun pertama berdirinya PT Cadabra Kreativa Indonesia berencana untuk merekrut pekerja *freelance project-based* yang bersifat *temporary* atau sementara hanya saat ada *project event*. Khusus untuk *freelance* operasional direncanakan untuk dipenuhi melalui kerjasama dengan rekanan perusahaan untuk menyediakan sumber daya manusianya. Kemudian, memasuki tahun ke-2 perusahaan akan merekrut *staff marketing* beserta *staff administrasi dan keuangan*. Maka, perusahaan mengadakan proses *recruitment* secara profesional dengan tujuan untuk mendapatkan sumber daya manusia yang terbaik. Adapun tahap perekrutan calon kandidat tersebut telah ditetapkan oleh perusahaan seperti yang terlihat pada bagan 4.7

Bagan 4. 1 Tahapan Perekrutan Kebutuhan SDM PT Cadabra Kreativa



1. Identifikasi kebutuhan *recruitment*

Pada tahap pertama, perusahaan akan membahas terkait kebutuhan sumber daya manusia untuk mengisi kebutuhan peran pekerjaan. Dimulai dari posisi pekerjaan, penjelasan tentang ranah pekerjaan yang akan diemban, *skill* yang harus dimiliki pekerja, hingga *benefit* yang akan didapatkan pekerja.

Hak Cipta :

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

Memasuki tahap kedua, perusahaan akan mempublikasikan informasi terkait *open recruitment* di media sosial perusahaan secara detail terkait posisi yang sedang dibuka sesuai hasil diskusi kebutuhan *recruitment*.

3. Pengumpulan berkas calon kandidat

Pada tahap ini, calon kandidat yang hendak melamar akan mengisi *form* yang disediakan. *Form* ini mengharuskan calon kandidat mengisi data diri (nama, alamat surel, nomor telepon), riwayat pengalaman calon kandidat yang dibuktikan dengan *resume* dan *portfolio*.

4. Seleksi berkas calon kandidat

Kemudian, pada tahap ini perusahaan akan melakukan seleksi dan verifikasi keaslian, dan kelengkapan berkas calon kandidat. Apabila berkas calon kandidat telah sesuai, maka calon kandidat akan masuk ke tahap selanjutnya. Sementara, jika belum ada calon kandidat yang memenuhi persyaratan berkas, maka informasi *job recruitment* akan tetap dibuka.

5. *Interview* calon kandidat

Tahap ini diperuntukkan bagi calon kandidat yang memenuhi persyaratan berkas. Perusahaan akan memutus perwakilan sesuai dengan bidang pekerjaan yang sedang dibuka untuk melakukan sesi wawancara terkait *technical skill*, data diri dan riwayat calon kandidat.

Hak Cipta :

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



6. Kandidat bergabung dengan perusahaan

Tahap terakhir ini merupakan akhir dari proses rekrutmen perusahaan. Apabila calon kandidat berhasil melalui tahap wawancara, maka akan diberikan *offering letter* dari perusahaan. Kemudian, calon kandidat diharuskan mengirim sejumlah dokumen seperti foto kartu tanda pengenal, mencantumkan keterangan rekening bank, serta kontrak perjanjian kerja yang ditandatangani. Apabila semua tahapan berhasil dilakukan, maka calon kandidat resmi bergabung dengan PT Cadabra Kreativa Indonesia. Namun, apabila belum ada kandidat yang belum berhasil memenuhi rangkaian proses rekrutmen, maka perusahaan akan tetap melakukan *open job recruitment*.

Keseluruhan tahap akan dilakukan dalam waktu satu bulan dengan catatan setiap calon kandidat berhak menunggu kepastian informasi diterima atau tidaknya selama 2 minggu sejak calon kandidat mendaftar dan melakukan tahapan rekrutmen.

Hak Cipta :

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

Di Indonesia teknologi informasi mengalami perkembangan yang pesat dan sangat cepat. Tujuan utama dari adanya teknologi ini adalah untuk mempermudah manusia dalam melakukan berbagai aktivitas, termasuk dalam menjalankan sebuah bisnis. Penggunaan teknologi informasi menjadi sangat penting dalam operasional bisnis karena dapat meningkatkan efisiensi dan produktivitas perusahaan.

5.1 Analisis Perencanaan Pemanfaatan Teknologi

Ragam teknologi dapat dimanfaatkan dan diimplementasikan pada bagian perusahaan. Penggunaan teknologi ini bertujuan untuk mencapai manfaat yang besar, seperti meningkatkan efektivitas dan efisiensi di seluruh bagian perusahaan. Teknologi yang dimaksud mencakup perangkat lunak (software) dan perangkat keras (hardware). Oleh karena itu, berikut adalah analisis perencanaan kebutuhan teknologi yang direncanakan untuk digunakan oleh PT Cadabara Kreativa Indonesia.

5.1.1 Pemanfaatan Teknologi dalam Kegiatan Operasional

Perangkat lunak, atau disebut juga dengan software, adalah kumpulan program komputer, data, atau instruksi yang memberikan perintah kepada perangkat keras (hardware) untuk melakukan tugas-tugas tertentu. Perangkat lunak berperan sebagai jembatan antara pengguna dan perangkat keras, mengatur dan mengontrol berbagai fungsi komputer, serta menjalankan berbagai aplikasi

dan program yang memungkinkan pengguna untuk melakukan berbagai aktivitas seperti menjalankan program, mengolah data, mengakses internet, dan lainnya.

Perangkat lunak sangat berperan penting selama proses pameran mulai dari persiapan sampai dengan event selesai guna memberikan hasil pekerjaan yang maksimal. Perangkat lunak yang digunakan PT Cadabra Kreativa Indonesia adalah sebagai berikut:

Tabel 5. 1 Software

No.	Jenis Software	Nama Software	Fungsi
1.	Sistem Komputer	Microsoft Windows	Berfungsi untuk mendukung multitasking, manajemen file, konektivitas, dan perlindungan keamanan.
2.	Microsoft Office	a. Microsoft Word b. Microsoft Excel c. Microsoft Power Point	Microsoft Office adalah paket aplikasi produktivitas yang berfungsi untuk membantu pengguna dalam membuat, mengedit, dan mengelola berbagai jenis dokumen, presentasi, lembar kerja, dan email.
3.	Web Browser	a. Google Chrome b. Mozilla Firefox	berfungsi untuk mengakses dan menampilkan halaman-halaman web di internet. Selain itu untuk membantu pengguna mencari, membuka, dan menavigasi situs web

Hak Cipta :

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



Hak Cipta :

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

No.	Jenis Software	Nama Software	Fungsi
4	<i>Editing Apps</i>	a. Adobe Photoshop b. Adobe Illustrator c. Adobe Premier Pro d. Canva Pro e. Sketchup Pro	Berfungsi untuk mendukung penyuntingan dan pengeditan untuk kepentingan di media digital
5	<i>Antivirus</i>	McAfee	Berfungsi untuk melindungi PC dari ancaman-ancaman <i>virus</i> yang dapat membahayakan file

Sumber: Data diolah PT Cadabra Kreativa Indonesia, 2023

5.1.2 Pemanfaatan Teknologi Perangkat Keras (*Hardware*)

Perangkat keras adalah semua komponen fisik yang membentuk bagian dari sebuah sistem komputer atau perangkat elektronik. Perangkat keras berfungsi untuk menjalankan instruksi dari perangkat lunak dan melakukan berbagai operasi sesuai dengan perintah yang diberikan oleh pengguna atau sistem. PT Cadabra Kreativa Indonesia membutuhkan pula peranan dari *hardware* dalam menunjang pekerjaan. Berikut adalah beberapa perangkat keras yang digunakan oleh perusahaan dalam membantu pekerjaan untuk hasil yang maksimal:

Tabel 5. 2 Hardware

No.	Jenis Hardware	Merek	Jumlah	Spesifikasi
1.	Laptop	HP	4	AMD Athlon™ Gold processor Windows 11 Home Single Language 14 inch with AMD Radeon 4 GB RAM 512 GB SSD



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

No.	Jenis Hardware	Merek	Jumlah	Spesifikasi
2.	Ipad	Ipad 9, 256GB	2	<ol style="list-style-type: none"> a. Layar Retina 10,2 inci yang menawan dengan True Tone b. Chip A13 Bionic dengan Neural Engine c. Kamera belakang Wide 8 MP, kamera depan Ultra Wide 12 MP dengan Center Stage d. Penyimpanan hingga 256 GB e. Speaker stereo f. Touch ID untuk autentikasi aman g. Wi-Fi 802.11ac dan LTE (2) h. Kekuatan baterai hingga 10 jam (3) i. Konektor Lightning untuk pengisian daya dan aksesoris j. Berfungsi dengan Apple Pencil (generasi ke-1) dan Smart Keyboard (1) k. iPadOS 15 sangat andal, mudah digunakan, dan dirancang untuk keserbagunaan iPad



© 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

No.	Jenis Hardware	Merek	Jumlah	Spesifikasi
3.	Pencil Ipad	Gojodoq	2	memiliki teknologi kapasitif terbaru yang memastikan produk kami kompatibel secara luas dengan sebagian besar produk layar sentuh, termasuk untuk iPads Apple, untuk iPhone, untuk tablet Samsung, untuk ponsel [Adsorpsi magnetik] melekat pada iPad Pro 11 12.9 2018 dan 2020 sisi wajah, tidak ada lagi bergulir dan hilang, lebih portabel dan lebih mudah untuk mengatur. [Baterai Tahan Lama] Dengan pengisi daya USB port DAN built-in baterai menyediakan 20 jam aktif dan hanya 1-2 jam pengisian. Dengan fungsi hemat daya cerdas, pena akan mati secara otomatis setiap 30 menit.
4.	Printer	Epson L4160	1	Kecepatan cetak hingga 33ppm/10.5ipm untuk hitam putih dan 15ppm/5ipm untuk cetak warna Koneksi Wifi dan Wifi Direct Metode cetak On-demand inkjet (piezoelectric) Resolusi cetak maksimal 5760 x 1440 dpi Borderless Printing (cetak tanpa garis tepi) up to A4 Tipe Scanner Flatbed



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

No.	Jenis Hardware	Merek	Jumlah	Spesifikasi
5.	Hardisk 4TB	Seagate SkyHawk	1	"ST4000VX016 Form Factor: 3.5Inch Interface: SATA 6Gb/s Kapasitas: 4TB Speed: 5400RPM Cache: 256MB Mendukung hingga 64 Kamera Transfer Data Rate: Up to 180MB/s"
6.	Wireless Presenter	Prolink	1	"Fitur Button Funtion : Previous / Play, Next / Black Screen, Laser Pointer Button, On/Off Indicator : Power on: Lights up (Blue) for 3 seconds, Laser beam on: Lights up (Blue), Low battery: Blicks (Red) Kesesuaian Sistem Operasi Windows 7 / 8 /10, Mac OS 10.7 Compatible with Microsoft Office PowerPoint Compatible with Mac OS Keynote 6.5"
7.	Proyektor	Epson EB-X500	1	"EB-X500 Signal Type: Analog Maximum Resolution: 1024 x 768 Pixel Zoom Ratio: 1 - 1,2 Focus Mechanism: Manual Brightness: 2000 lumen USB: 2 Port(s) HDMI: 1 Port(s) Dimensi:302 x 77x234mm"

Hak Cipta :

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

No.	Jenis Hardware	Merek	Jumlah	Spesifikasi
8.	Screen	Tripod Screen Projector 70inch	1	".Screen Projector Triport 70"" / Layar Proyektor Kaki 70"" 70"" (178cm x 178cm) Matte White Screen + Tripot"

Sumber: Data diolah PT Cadabra Kreativa Indonesia, 2023

Dari data yang tertera pada tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa PT Cadabra Kreativa Indonesia memiliki berbagai kebutuhan perangkat keras yang sangat penting untuk menjalankan semua kegiatan perusahaan, baik dalam operasional kantor maupun pelaksanaan layanan jasa *exhibition stylist*. Perangkat keras ini menjadi elemen krusial dalam mendukung semua aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan.

5.2 Tahapan Pengembangan Teknologi

Untuk mengembangkan sarana dan prasarana pengembangan teknologi, PT Cadabra Kreativa menggunakan beberapa tahap, diantaranya:

1. Analisis Kebutuhan: PT Cadabra Kreativa melakukan analisis mendalam tentang kebutuhan teknologi perusahaan berdasarkan tujuan dan visi perusahaan, serta kegiatan yang akan dilakukan. Tentunya juga dengan mengidentifikasi perangkat keras dan perangkat lunak yang diperlukan untuk mendukung operasional dan pertumbuhan perusahaan.
2. Perencanaan dan Anggaran: PT Cadabra Kreativa Indonesia membuat rencana pengembangan teknologi dengan menetapkan prioritas dan jadwal implementasi. Perusahaan menentukan anggaran yang sesuai untuk

membayai pembelian dan penerapan perangkat keras dan perangkat lunak yang dibutuhkan.

3. **Pengadaan dan Instalasi:** Selanjutnya, PT Cadabra Kreativa melakukan pengadaan perangkat keras dan perangkat lunak sesuai dengan rencana dan anggaran yang telah ditetapkan. Perusahaan juga akan memastikan instalasi yang dilakukan sudah sesuai agar semua perangkat dapat berfungsi dengan baik.
4. **Pelatihan dan Penyuluhan:** PT Cadabra Kreativa Indonesia memberikan pelatihan dan penyuluhan kepada karyawan untuk memastikan mereka dapat menggunakan perangkat teknologi dengan optimal.
5. **Pemeliharaan dan Peningkatan:** PT Cadabra Kreativa Indonesia menetapkan jadwal pemeliharaan rutin untuk perangkat teknologi guna memastikan kinerjanya tetap optimal. Selain itu, perusahaan juga melakukan peningkatan perangkat keras dan perangkat lunak sesuai perkembangan teknologi terbaru untuk memastikan perusahaan tetap kompetitif.
6. **Keamanan Teknologi:** PT Cadabra Kreativa Indonesia akan terus memeriksa sistem keamanan yang diterapkan aman untuk melindungi data dan informasi perusahaan dari ancaman keamanan siber.
7. **Evaluasi dan Penyesuaian:** PT Cadabra Kreativa Indonesia melakukan evaluasi berkala terhadap penggunaan teknologi di perusahaan. Perusahaan akan mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan dan sesuaikan rencana pengembangan teknologi (jika diperlukan).

Hak Cipta :

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



Hak Cipta :

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

BAB VI

ANALISA RENCANA KEUANGAN

Perencanaan keuangan PT Cadabra Kreativa Indonesia dianalisis berdasarkan kebutuhan modal dan keberlangsungan pengelolaan anggaran pada 3 tahun yang akan datang terhitung mulai dari tahun 2023 – 2026. Hal tersebut dilakukan agar dapat melihat profitabilitas Perusahaan.

PT Cadabra Kreativa Indonesia melakukan analisis terhadap rencana investasi, anggaran biaya produk penjualan, proyeksi penjualan, proyeksi arus kas, neraca keuangan, laporan laba rugi, dan laporan perubadahn modal. Pada perhitungan tersebut tesusun atas *Payback Period*, *Net Present Value*, *Internal Rate of Return*, dan *Profability Index*.

6.1 Rencana Kebutuhan Investasi

Modal investasi PT Cadabra Kreativa Indonesia sejumlah Rp300.000.000,- (Tiga Ratus Juta Rupiah) dimiliki melalui investasi pribadi dari ketiga pendiri perusahaan diantaranya Indah Sholihati, Widiastuti Lagus Rayhan, dan Fatimah dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 6. 1 Modal Investasi

MODAL INVESTASI			
Nama	Jabatan	Investasi	Persentase
Indah Sholihati	Direktur Utama	Rp 150.000.000	50%
Widiastuti Lagus Rayhan	Direktur Keuangan	Rp 75.000.000	25%
Fatimah	Direktur Pemasaran	Rp 75.000.000	25%
Total		Rp 300.000.000	100%

Sumber: Data diolah PT Cadabra Kreativa Indonesia, 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

6.2 Anggaran Biaya Produk Penjualan

PT Cadabra Kreativa Indonesia memiliki 3 paket usaha diantaranya Lavender, Pinkish, dan Skye dengan anggaran biaya tiap tahunnya meningkat sejumlah 3% melihat dari keadaan data 3 tahun kebelakang inflasi yang ada di Indonesia sekitar 3-4%. Rincian biaya produk penjualan secara rinci dapat dilihat pada Tabel 6.2 berikut.

Tabel 6. 2 Anggaran Biaya Prooduk Penjualan

ANGGARAN BIAYA PRODUK PENJUALAN						
Nama Produk	Tahun 2024		Tahun 2025		Tahun 2026	
	Target	Pengeluaran	Target	Pengeluaran	Target	Pengeluaran
Lavender	5	Rp 500.000.000	6	Rp 615.000.000	10	Rp1.055.000.000
Pinkish	2	Rp 87.016.000	4	Rp 180.076.960	2	Rp 96.739.634
Skye	3	Rp 148.995.600	3	Rp 153.465.468	4	Rp 222.759.243
Total	Rp	736.011.600	Rp	948.542.428	Rp	1.374.498.877

Sumber: Data diolah PT Cadabra Kreativa Indonesia, 2023

Target penjualan didapatkan dari riset pemasaran sehingga pada tahun 2024 sejumlah 10 Paket, tahun 2025 sejumlah 13 paket, dan pada tahun 2026 sejumlah 16 paket.

6.3 Proyeksi Penjualan

Berdasarkan analisis pasar yang telah dilakukan oleh tim pemasaran yang menjabarkan rencana pemasaran perusahaan. Rencana aktivitas penjualan akan dilaksanakan pada tahun 2024. Berikut adalah gambaran proyeksi penjualan PT Cadabra Kreativa Indonesia:

Tabel 6. 3 Proyeksi Penjualan

PROYEKSI PENJUALAN						
Nama Produk	Tahun 2024		Tahun 2025		Tahun 2026	
	Target	Pendapatan	Target	Pendapatan	Target	Pendapatan
Lavender	5	Rp 685.014.750	6	Rp 860.225.083	10	Rp 1.476.719.725
Pinkish	2	Rp 104.233.500	4	Rp 218.156.546	2	Rp 112.350.621
Skye	3	Rp 256.981.725	3	Rp 268.926.236	4	Rp 369.325.364
Total		Rp 1.046.229.975	Rp	1.347.307.864	Rp	1.958.395.710

Sumber: Data diolah PT Cadabra Kreativa Indonesia, 2023

Perhitungan proyeksi didasarkan pada trend pasar oleh tim marketing yang selanjutnya dikali dengan Harga Penjualan Produk tiap tahunnya yang mengalami inflasi senilai 3% dan terjadi peningkatan setiap tahunnya.

6.4 Proyeksi Arus Kas

Proyeksi arus kas PT Cadabra Kreativa Indonesia menggambarkan secara terperinci mengenai keluar masuk keuangan yang berasal dari modal investasi dan pendapatan penjualan yang telah dikurangi oleh beban, penyusutan, dan anggaran lainnya. Perhitungan arus kas dilaksanakan untuk tahun 2024 sampai tahun 2026.

Tabel 6. 4 Proyeksi Arus Kas

Keterangan	ARUS KAS			
	Tahun			
	2023	2024	2025	2026
Penerimaan				
Ekuitas	Rp 300.000.000			
Pendapatan Penjualan	Rp 51.396.345	Rp 1.027.557.112	Rp 1.403.187.566	Rp 1.869.792.527
Saldo Kas Awal		Rp 283.690.959	Rp 347.727.633	Rp 469.818.681
Total Penerimaan Kas	Rp 351.396.345	Rp 1.311.248.071	Rp 1.750.915.199	Rp 2.339.611.207
Pengeluaran				
Beban Pokok Penjualan	Rp 9.933.040	Rp 726.380.808	Rp 960.638.580	Rp 1.353.398.877
Beban Operasional	Rp 22.033.364	Rp 223.726.845	Rp 306.442.000	Rp 315.145.810
Beban Peralatan	Rp 35.482.000	Rp 8.275.000	Rp 7.000.000	-
PPh Final 0,5%	Rp 256.982	Rp 5.137.786	Rp 7.015.938	Rp 9.348.963
Total Pengeluaran Kas	Rp 67.705.386	Rp 963.520.438	Rp 1.281.096.518	Rp 1.677.893.650
Saldo Kas Akhir	Rp 283.690.959	Rp 347.727.633	Rp 469.818.681	Rp 661.717.557

Sumber: Data diolah PT Cadabra Kreativa Indonesia, 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

6.5 Neraca Keuangan

Pada bagian neraca keuangan menggambarkan mengenai kondisi keuangan perusahaan. Di dalamnya berisikan aset yang meliputi liabilitas (utang) dan ekuitas (modal) pada waktu tertentu (satu periode). Persamaan yang dapat dijelaskan dalam rumus:

$$\text{Aset} = \text{Kewajiban (Liabilitas)} + \text{Ekuitas}$$

Pada tabel berikut merupakan neraca keuangan PT Cadabra Kreativa Indonesia dimulai pada Tahun 2024 hingga Tahun 2026.

Tabel 6. 5 Neraca Keuangan

NERACA KEUANGAN				
AKTIVA	Tahun 2023	Tahun 2024	Tahun 2025	Tahun 2026
Aktiva Lancar				
Kas	Rp 283.690.959	Rp 347.727.633	Rp 469.818.681	Rp 661.717.557
Jumlah Aktiva Lancar	Rp 283.690.959	Rp 347.727.633	Rp 469.818.681	Rp 661.717.557
Aktiva Tetap				
Peralatan	Rp 35.482.000	Rp 43.757.000	Rp 50.757.000	Rp 50.757.000
Akumulasi Penyusutan Peralatan	Rp 1.596.690	Rp 3.086.190	Rp 4.346.190	Rp 4.346.190
Total Aktiva	Rp 317.576.269	Rp 388.398.443	Rp 516.229.491	Rp 708.128.367
PASIVA				
Utang Lancar				
Jumlah Utang Lancar	-	-	-	-
Ekuitas				
Modal Investasi	Rp 300.000.000	Rp 317.576.269	Rp 388.398.443	Rp 516.229.491
Laba ditahan	Rp 17.576.269	Rp 70.822.173	Rp 127.831.048	Rp 191.898.877
Total Pasiva	Rp 317.576.269	Rp 388.398.443	Rp 516.229.491	Rp 708.128.367

Sumber: Data diolah PT Cadabra Kreativa Indonesia, 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

6.6 Prakiraan Laba Rugi

Penjabaran mengenai pendapat yang diperoleh perusahaan, biaya yang dikeluarkan, serta laba atau rugi yang didapatkan oleh perusahaan. Pada laporan tersebut untuk menentukan perusahaan mendapat laba atau rugi dihitung berdasarkan nilai akhir pendapatan dan biaya yang dikeluarkan.

Tabel 6. 6 Prakiraan Laba Rugi

PRAKIRAAN LABA RUGI				
Keterangan	Tahun 2023	Tahun 2024	Tahun 2025	Tahun 2026
Pemasukan				
Pendapatan Penjualan	Rp 51.396.345	Rp 1.027.557.112	Rp 1.403.187.566	Rp 1.869.792.527
Beban Pokok Penjualan	Rp 9.933.040	Rp 726.380.808	Rp 960.638.580	Rp 1.353.398.877
Laba Kotor	Rp 41.463.305	Rp 301.176.304	Rp 442.548.986	Rp 516.393.649
Pengeluaran				
Beban Pendirian Perusahaan	Rp 5.000.000			
Beban Promosi	Rp 2.175.000	Rp 3.550.000	Rp 3.550.000	Rp 3.550.000
Beban Sewa	Rp 12.765.000	Rp 12.765.000	Rp 12.765.000	Rp 12.765.000
Beban Gaji		Rp 205.255.680	Rp 287.906.150	Rp 296.543.335
Beban Perlengkapan	Rp 2.093.364	Rp 2.156.165	Rp 2.220.850	Rp 2.287.475
Beban Penyusutan	Rp 1.596.690	Rp 1.489.500	Rp 1.260.000	
Total Pengeluaran	Rp 23.630.054	Rp 225.216.345	Rp 307.702.000	Rp 315.145.810
Laba Sebelum Pajak	Rp 17.833.251	Rp 75.959.959	Rp 134.846.986	Rp 201.247.839
PPh 23 Pajak Badan (0,5%)	Rp 256.982	Rp 5.137.786	Rp 7.015.938	Rp 9.348.963
Laba Bersih	Rp 17.576.269	Rp 70.822.173	Rp 127.831.048	Rp 191.898.877

Sumber: Data diolah PT Cadabra Kreativa Indonesia, 2023

Pada Tabel 6.6 Laporan Laba Rugi menunjukkan bahwa pemasukan lebih besar dari pada pengeluaran di setiap tahunnya. Sehingga, bisnis dikatakan layak.

6.7 Prakiraan Perubahan Modal

Penyajian laporan perubahan ekuitas untuk mengidentifikasi perubahan yang terjadi yang terdiri dari saldo awal modal pada neraca setelah disesuaikan, ditambah laba bersih selama satu periode, dan dikurangi dengan pengambilan prive. Laporan perubahan modal dapat dikatakan sebagai laporan penghubung

antara laporan neraca dan laba rugi dikarenakan dipersiapkan setelah pembuatan laporan laba rugi dan dicantumkan pada laporan neraca.

Tabel 6. 7 Prakiraan Perubahan Modal

PRAKIRAAN PERUBAHAN MODAL				
Keterangan	Tahun 2023	Tahun 2024	Tahun 2025	Tahun 2026
Modal Awal, Januari	Rp 300.000.000	Rp 317.576.269	Rp 388.398.443	Rp 516.229.491
Laba (Rugi) Bersih	Rp 17.576.269	Rp 70.822.173	Rp 127.831.048	Rp 191.898.877
Modal Akhir, 31 Desember	Rp 317.576.269	Rp 388.398.443	Rp 516.229.491	Rp 708.128.367

Sumber: Data diolah PT Cadabra Kreativa Indonesia, 2023

Pada tabel perubahan modal mengalami kenaikan pada setiap tahunnya. Sehingga bisnis tidak perlu untuk melakukan peminjaman *asset*.

6.8 Analisa Payback Period

Payback Period merupakan salah satu metode perhitungan yang dilakukan untuk menunjukkan berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk mengembalikan investasi. Modal investasi yang digunakan oleh PT Cadabra Kreativa Indonesia sebesar Rp300.000.000,- (Tiga Ratus Juta Rupiah). Berikut rincian mengenai waktu yang harus ditempuh:

Tabel 6. 8 Analisa Payback Period

PERHITUNGAN ARUS KAS BERSIH					
Arus Kas Bersih	=	Pendapatan Setelah Pajak	+	Penyusutan	Proceed
Tahun	=		+		
2023	=	Rp 17.576.269	+	Rp 1.596.690	Rp 19.172.959
2024	=	Rp 70.822.173	+	Rp 3.086.190	Rp 73.908.363
2025	=	Rp 127.831.048	+	Rp 4.346.190	Rp 132.177.238
2026	=	Rp 191.898.877	+	Rp 4.346.190	Rp 196.245.067



Hak Cipta :

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



Hak Cipta :

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

PAYBACK PERIOD		
Tahun	Proceed	Akumulasi Kas Masuk
Tahun 0 (Outlays)		-Rp 300.000.000
Tahun 1 (2023)	Rp 19.172.959	-Rp 280.827.041
Tahun 2 (2024)	Rp 73.908.363	-Rp 226.091.637
Tahun 3 (2025)	Rp 132.177.238	-Rp 93.914.399
Tahun 4 (2026)	Rp 196.245.067	Rp 102.330.668

PERHITUNGAN RINCIAN PAYBACK PERIOD					
PP	=	n	+	Initial Outlay	x 1 tahun
	=	1	+	Arus Kas Bersih n+1	x 1 tahun
	=	1	+	Rp 300.000.000	x 1 tahun
	=		+	Rp 196.245.067	x 1 tahun
	=	2,52870085	Tahun	1,52870085	x 1 tahun
	=	6,344410198	Bulan		
	=	10,33230593	Hari		

Sumber: Data diolah PT Cadabra Kreativa Indonesia, 2023

Berdasarkan perhitungan Payback Period pada Tabel 6.8 menunjukkan bahwa modal investasi senilai Rp300.000.000,- dapat dikembalikan dalam kurun waktu 2 Tahun 6 Bulan 10 hari. Dikarenakan $PP < 3$ Tahun maka bisnis dinyatakan layak.

6.9 Analisis *Net Present Value*

Bisnis yang dilaksanakan harus memiliki perhitungan dengan matang mengenai proyeksi arus kas di masa yang akan datang dengan melakukan penyesuaian pada masa kini. Analisis NPV dilakukan dengan cara menghitung selisih antara pengeluaran dan pemasukan dengan mempertimbangkan faktor lain yang bertujuan sebagai pengukur bahwa bisnis yang dijalankan memiliki peluang keuntungan di masa depan seiring perubahan nilai. Tabel di bawah ini menunjukkan hasil analisis *Net Present Value*.

Tabel 6. 9 *Net Present Value*

ANALISIS NET PRESENT VALUE										
NPV	=	$\frac{S_1}{1+k}$	+	$\frac{S_2}{(1+k)^2}$	+	$\frac{S_3}{(1+k)^3}$	+	$\frac{S_4}{(1+k)^4}$	-	I_o
NPV	=	Rp $\frac{19.172.959}{1+0,0795}$	+	Rp $\frac{73.908.363}{(1+0,075)^2}$	+	Rp $\frac{132.177.238}{(1+0,075)^3}$	+	Rp $\frac{196.245.067}{(1+0,075)^4}$	-	Rp300.000.000
NPV	=	Rp $\frac{19.172.959}{1,0795}$	+	Rp $\frac{73.908.363}{1,16532025}$	+	Rp $\frac{132.177.238}{1,25796321}$	+	Rp $\frac{196.245.067}{1,357971285}$	-	Rp300.000.000
NPV	=	Rp17.760.963	+	Rp63.423.221	+	Rp105.072.419	+	Rp144.513.414	-	Rp300.000.000
NPV	=	Rp30.770.017								

Sumber: Data diolah PT Cadabra Kreativa Indonesia, 2023

Rumus pada tabel yang memiliki keterangan sebagai berikut:

NPV : *Net Present Value*

S : Kas masuk bersih yang diharapkan di tahun tertentu

k: suku bunga (tingkat diskonto)

I_o : *Initial Outlay* atau modal investasi awal

Hasil dari perhitungan *Net Present Value* senilai **Rp30,770,017 > 1** sehingga bisnis tersebut layak untuk dijalankan.

6.10 *Internal Rate of Return (IRR)*

Metode perhitungan yang dilakukan untuk menghitung tingkat nilai bunga investasi dan menyamakannya nilai investasi pada masa sekarang berdasarkan perhitungan kas bersih di masa mendatang. Dapat dikatakan bahwa apabila IRR yang dihasilkan lebih besar daripada modal yang dikeluarkan, maka bisnis yang dilakukan layak.

Hak Cipta :

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

Tabel 6. 10 Internal Rate of Return

PERKIRAAN SUKU BUNGA			
Suku bunga paling rendah	=	7,95%	(Diskonto bank BCA)
Suku bunga paling tinggi	=	10%	(Prakiraan)

Tahun Ke-	Proceed	7,95%	PV	10%	PV	
Tahun 2023	1	Rp 19.172.959	0,926354794	Rp 17.760.963	0,909090909	Rp 17.429.963
Tahun 2024	2	Rp 73.908.363	0,858133204	Rp 63.423.221	0,826446281	Rp 61.081.292
Tahun 2025	3	Rp 132.177.238	0,794935807	Rp 105.072.419	0,751314801	Rp 99.306.715
Tahun 2026	4	Rp 196.245.067	0,736392596	Rp 144.513.414	0,683013455	Rp 134.038.021
Initial Investment				Rp 300.000.000		Rp 300.000.000
NPV				Rp 13.009.054		-Rp 5.573.972

INTERNAL RATE OF RETURN						
IRR	=	i_1	+	$\frac{NPV_1}{(NPV_1 - NPV_2)}$	x	$(i_2 - i_1)$
IRR	=	7,95%	+	$\frac{Rp\ 13.009.054}{Rp\ 18.583.026}$	x	2,05%
IRR	=	7,95%	+	0,700050371	x	2,05%
IRR	=	7,95%	+	1,435%		
IRR	=	9,39%				

Sumber: Data diolah PT Cadabra Kreativa Indonesia, 2023

Berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa IRR lebih besar dibandingkan suku bunga yang beredar dengan perbandingan $9.39\% > 7.95\%$

6.11 Return on Invesment

Perhitungan nilai persentase yang didapatkan berdasarkan nilai pada masa kini, masa lalu, dan masa mendatang. Tujuan dari perhitungan ROI untuk memperkirakan jumlah keuntungan ataupun kerugian atas suatu bisnis yang dibangun menggunakan rumus sebagai berikut.

$$RoI = \frac{\text{Earning After Interest and Tax (EAIT)}}{\text{Total Asset}} \times 100\%$$

Hak Cipta :

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

Keterangan:

RoI : *Return on Investment*

EAIT : Laba bersih setelah pajak

Total Asset : Jumlah aset di tahun tertentu

Berdasarkan rumus tersebut berikut merupakan tabel *Return on Investment*

PT Cadabra Kreativa Indonesia:

Tabel 6. 11 *Return on Investment*

RETURN ON INVESMENT				
Tahun	EAIT	Total Asset	ROI	
2023	Rp 17.576.269	Rp 317.576.269	6%	
2024	Rp 70.822.173	Rp 388.398.443	18%	
2025	Rp 127.831.048	Rp 516.229.491	25%	
2026	Rp 191.898.877	Rp 708.128.367	27%	

Sumber: Data diolah PT Cadabra Kreativa Indonesia, 2023

Pada Tabel 6.11 menunjukkan bahwa tingkat pengembalian investasi yang diperoleh tahun 2023 6%, 2024 sebesar 18%, tahun 2025 25%, dan pada tahun 2026 27%. Data tersebut menunjukkan bahwa setiap tahunnya mengalami peningkatan.

6.12 *Profitability Index (PI)*

Metode perhitungan dengan cara membandingkan antara arus kas bersih di masa yang akan datang dengan investasi saat ini. Apabila hasil perbandingan tersebut $PI > 1$ maka dapat dikatakan bisnis yang dijalankan layak. Namun, jika $PI < 1$ memiliki makna yang sebaliknya yaitu bisnis yang dijalankan tidak layak. Berikut rumus *Profitability Index (PI)*.



Hak Cipta :

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



Hak Cipta :

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

$$\text{Profitability Index} = \frac{\text{Present Value}}{\text{Initial Investment}}$$

Keterangan:

Present Value : Nilai Laba yang diterima di masa depan

Initial Investment : Modal Investasi yang dikeluarkan saat ini

Tabel 6. 12 Profitability Index

<i>Profitability Index</i>		
Tahun		Present Value
2023	Rp	17.760.963
2024	Rp	63.423.221
2025	Rp	105.072.419
2026	Rp	144.513.414
Total	Rp	330.770.017
Initial Investment	Rp	300.000.000
PI		1,10

Sumber: Data diolah PT Cadabra Kreativa Indonesia, 2023

Berdasarkan Tabel 6.12 hasil perhitungan Profitability Index senilai **1,10** dapat dikatakan bahwa bisnis yang dijalankan layak dikarenakan $PI > 1$.