



Hak Cipta :

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

BAB III

ANALISA PASAR DAN RENCANA PEMASARAN

3.1 JASA YANG DITAWARKAN

CV Specta EventMakers adalah perusahaan *event organizer* yang berfokus pada penyelenggaraan pameran. Dalam rancangan bisnisnya, produk yang dihasilkan adalah pameran brand parfum lokal yang diberi nama "*Enchanting Scent*". Jika diartikan dalam bahasa Indonesia, *Enchanting Scent* berarti "Aroma yang Memikat" atau "Wewangian yang Memikat". Pameran ini dirancang untuk mempromosikan dan memperkenalkan parfum-parfum lokal yang memikat, memberikan pengalaman aroma yang istimewa kepada para pengunjung, serta memperlihatkan keunikan dan kreativitas produsen parfum lokal.

CV Specta EventMakers juga menawarkan supporting produk berupa *Pop-Up Booth* dengan penawaran *venue* di gedung perkantoran Jakarta. *Pop-Up* ini akan dimulai penjualannya pada tahun kedua CV Specta EventMakers berjalan, karena dengan memperhatikan kesiapan, waktu dan juga pendanaan. Hal ini memungkinkan kami untuk memberikan layanan yang lebih matang dan berkualitas, serta memberikan fleksibilitas bagi klien dalam memilih lokasi dan konsep acara yang sesuai dengan kebutuhan.



Hak Cipta :

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

3.1.1 Produk Utama

CV Specta EventMakers merupakan perusahaan *event organizer* dengan produk utama yaitu pameran parfum dengan nama *Enchanting Scent* yang hadir untuk membuat terobosan baru dalam pelaksanaan pameran di Jabodetabek. Pameran ini dapat menjadi tempat bagi *brand-brand* menjadi dalam satu tempat untuk melakukan jual beli dalam beberapa hari dengan membangun *booth* sesuai dengan keinginan dan kebutuhan mereka.

Dengan mengikuti pameran parfum ini, *brand-brand* akan mendapatkan keuntungan yaitu peningkatan *brand awareness*, penjualan dan promosi, berinteraksi langsung dengan konsumen, memperkenalkan produk baru, dan juga peluang *networking*. Hal ini dapat menjadi alat pemasaran yang sangat efektif untuk menarik konsumen. CV Specta EventMakers menyediakan *platform* bagi pebisnis lokal Indonesia yang memiliki parfum lokal untuk mengembangkan bisnis mereka dan memperluas target konsumen. Berikut ini merupakan penjelasan dari detail produk dan kelebihan yang dimiliki oleh *Enchanting Scent*:

a. **Logo**

Logo merupakan identifikasi visual yang digunakan suatu perusahaan untuk mempromosikan *brand* mereka. Logo yang akan menggambarkan *event Enchanting Scent* 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

Gambar 3.1 Logo event Enchanting Scent



Sumber: Data Olahan CV Specta EventMakers, 2024

Logo ini dirancang untuk mencerminkan kesan mewah, elegan, dan memikat, sesuai dengan tema pameran parfum lokal "*Enchanting Scent*" yang diselenggarakan oleh CV Specta EventMakers.

b. Filosofi

Filosofi atau makna dari logo diatas dapat diartikan sebagai berikut:

1. Ornamen bunga: Bentuk ornamen bunga di bagian atas logo melambangkan keindahan, kemewahan, dan keharuman alami yang menjadi inti dari produk parfum yang dipamerkan.
2. Warna: Warna dominan coklat tua dengan aksen oranye atau tembaga memberikan kesan hangat, elegan, dan mewah. Ini mencerminkan kualitas tinggi dari parfum yang ditampilkan.

Hak Cipta :

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

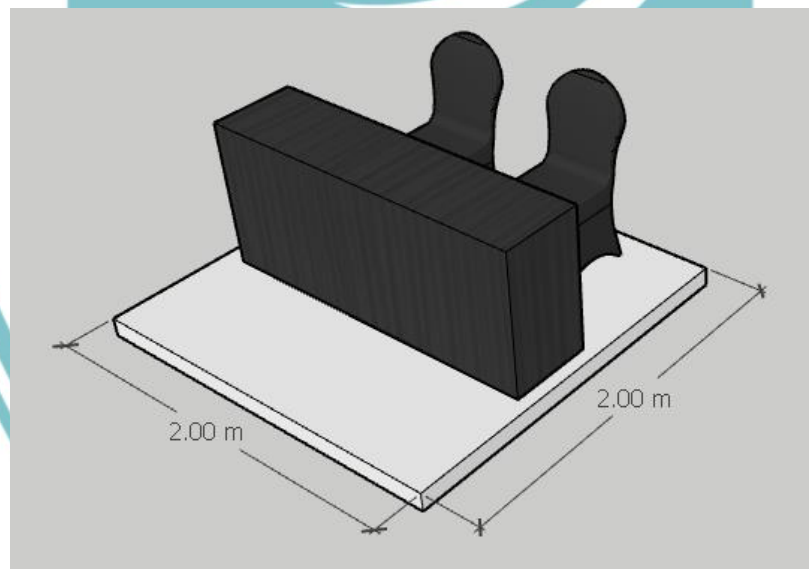
3. Tipografi: Gaya huruf yang digunakan untuk menulis "*ENCHANTING SCENT*" terlihat klasik dan elegan, yang menambah nuansa keanggunan dan eksklusivitas.
4. Garis melengkung dibawah: memberikan keseimbangan visual dan melambangkan fondasi yang kuat serta harmoni.
- 5.

c. Paket dan Spesifikasi

Pada penyelenggaraan pameran ini, *Enchanting Scent* menawarkan penyewaan dua jenis pilihan tipe *booth*. Yaitu tipe *booth Specta* dan *booth Vaganza* sebagai produk utama dengan gambaran sebagai berikut:

- 1) *Booth Specta* dan harga

Gambar 3.2 Booth Specta



Sumber: Data Olahan CV Specta EventMakers, 2024



Hak Cipta :

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

Tabel 3.1 Paket Produk

Booth Specta				
ITEM	DETAIL	FREQ		DAY
Space	2m X 2m	1	-	3
Carpet Flooring	2m X 2m	1	pcs	3
Table	120x80	1	pcs	3
Chair	Futura	2	pcs	3
Electricity	2A MCB dan Extension Cable	1	pckg	3
TOTAL PAID	Rp. 12.500.000			

Sumber: Data Olahan CV Specta EventMakers, 2024

Booth tipe Specta dengan luas 2 meter X 2 meter selama 3 hari serta fasilitas berupa 1 meja, 2 kursi dan listrik dengan harga Rp 12.500.000.

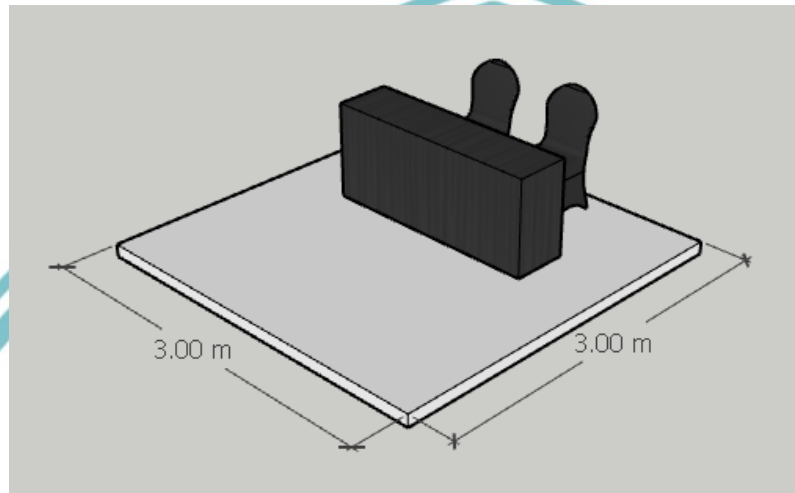
POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

Hak Cipta :

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

2) Booth Vaganza dan harga

Gambar 3.3 Booth Vaganza



Sumber: Data Olahan CV Specta EventMakers, 2024

Tabel 3.2 Paket Produk

Booth Vaganza				
ITEM	DETAIL	FREQ	DAY	
Space	3m X 3m	1	-	3
Carpets Flooring	3m X 3m	1	pcs	3
Table	120x80	1	pcs	3
Chair	Futura	2	pcs	3
Electricity	2A MCB dan Extension Cable	1	pckg	3
TOTAL PAID	Rp. 15.000.000			

Sumber: Data Olahan CV Specta EventMakers, 2024



Hak Cipta :

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

Booth tipe Vaganza dengan luas 3 meter X 3 meter selama 3 hari serta fasilitas berupa 1 meja, 2 kursi dan listrik dengan harga Rp 15.000.000

d. Konsep event

Konsep *event Enchanting Scent* akan memberikan pengalaman dan juga aktivitas interaktif secara langsung kepada pengunjung. *Enchanting Scent* memberikan produk utama berupa booth dan supporting produk berupa activity stage dan placement branding yang akan dijelaskan dibawah ini

1. Main produk

Main produk yang ditawarkan oleh *Enchanting Scent* adalah booth. Terdapat dua *booth* yang ditawarkan, yaitu *booth Specta* dan *Vaganza*. Booth *specta* memiliki ukuran 2mX2m dilengkapi dengan karpet, meja, kursi dan listrik. Sedangkan booth *vaganza* memiliki ukuran 3mX3m dilengkapi dengan karpet, meja, kursi dan juga listrik.

2. *Supporting Program*

Selain main produk, CV *Specta EventMakers* menawarkan *supporting* program berupa *Stage Activity*. Berikut *stage activity* yang ditawarkan kepada brand.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan 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) *Talkshow*

Gambar 3.4 Supporting Program Talkshow



Sumber: Data Olahan CV Specta EventMakers, 2024

Sesi *talkshow* akan mengundang ahli parfum, *perfumer* atau *influencer* seperti Rizky Arief selaku owner dari HMNS Parfum atau Michael Davis selaku pemilik Youtube IndoFragz yang berpengalaman dan dikenal di industri parfum. Nantinya para bintang tamu akan berdiskusi mengenai trend terkini dalam dunia parfum, sejarah dan budaya parfum, cara memilih parfum yang tepat, dan tantangan serta peluang di Industri Parfum.



Hak Cipta :

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

2) *Workshop*

Gambar 3.5 Supporting Program Workshop



Sumber: Data Olahan CV Specta EventMakers, 2024

Workshop parfum bisa menjadi cara yang menarik dan edukatif untuk menarik minat pengunjung dan memberikan mereka pengalaman langsung dalam dunia wewangian. *Workshop* yang diadakan oleh Enchanting Scent akan menjadi acara yang edukatif, menarik, dan berkesan bagi semua peserta.

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan 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) *Games*

Gambar 3.6 *Supporting Program Games*



Sumber: Data Olahan CV Specta EventMakers, 2024

Dengan mengadakan ide permainan yang menarik dan edukatif mengenai parfum yang ada di pameran Enchanting Scent, hal ini tentunya akan menarik minat pengunjung. Permainan seperti *Guess the Scent*, *Blindfolded Scent Test* atau *Aroma Scavenger Hunt*. Permainan ini tidak hanya menghibur tetapi juga mendidik, memberikan pengalaman yang mendalam dan interaktif kepada peserta tentang dunia parfum

4) *Placement Branding*

CV Specta EventMakers menawarkan kesempatan bagi brand yang menjadi exhibitor di pameran Enchanting Scent untuk meningkatkan visibilitas mereka melalui strategi placement branding. Berikut adalah deskripsi dari beberapa bentuk *placement branding* yang ditawarkan:

1. Sosial Media Pameran



Hak Cipta :

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

Placement branding melalui sosial media pameran melibatkan promosi *brand* exhibitor di berbagai *platform* media sosial yang dikelola oleh CV Specta EventMakers Berupa Instagram dan Tiktok. Konten yang di posting berupa:

a. *Post* dan *Story*

Foto dan video *brand* atau produk, cerita di balik produk, dan testimonial.

b. *Live Session*

Siaran langsung dari *event*, wawancara dengan *brand representative*, atau *showcase produk*.

c. *Collaborative Posts*

Kolaborasi dengan *influencer* atau selebriti untuk *review* dan rekomendasi produk. Promosi melalui sosial media tersebut mampu meningkatkan eksposur *brand* kepada *audiens* yang lebih luas. Memanfaatkan interaksi langsung dengan pengikut melalui komentar, *likes*, dan *shares*. Serta membangun hubungan lebih dekat dengan konsumen potensial melalui konten yang interaktif dan menarik.

2. *Digital Printing (POSM)*

Digital Printing (Point of Sales Materials - POSM) mencakup berbagai materi cetak digital yang digunakan untuk branding di lokasi pameran. Ini dapat mencakup:



Hak Cipta :

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

a. *Banner* dan *Poster*

Menampilkan logo, produk, dan informasi penting tentang brand di berbagai area strategis di pameran.

b. *Message Standee* dan *Display*

Menonjolkan produk dengan tampilan yang menarik di booth atau area pameran lainnya.

Placement branding pada digital printing akan mengambil perhatian pengunjung dengan visual yang menarik. Memberikan informasi yang jelas dan padat tentang produk atau brand. Juga memudahkan pengunjung untuk mengenali dan mengingat brand setelah acara selesai.

3. *Motion Visual*

Placement branding dalam bentuk *motion visual* melibatkan penggunaan media visual bergerak seperti video dan animasi yang ditampilkan di berbagai titik di lokasi pameran. Ini termasuk:

a. *Digital Screens*

Video promosi yang diputar di layar-layar digital di sekitar area pameran.

b. *Projection Mapping*

Menggunakan teknologi untuk memproyeksikan animasi atau video ke permukaan besar, menciptakan efek visual yang menarik dan immersive.

Motion visual mampu meningkatkan *engagement* dengan pengunjung melalui konten yang



Hak Cipta :

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

dinamis dan interaktif. Membuat pengalaman pameran lebih *memorable* dengan visual yang menarik. Serta memberikan informasi produk dengan cara yang lebih kreatif dan menarik perhatian. Dengan strategi *placement branding* yang komprehensif ini, CV Specta EventMakers membantu brand exhibitor untuk tidak hanya menarik perhatian selama acara berlangsung tetapi juga meninggalkan kesan yang kuat dan mendalam kepada para pengunjung.

e. *Venue*

Venue penyelenggaraan *Enchanting Scent* adalah M-Bloc Space di Melawai, Jakarta Selatan. Lokasi M-Bloc Space memiliki aksesibilitas yang tinggi karena lokasinya yang strategis dan mudah dijangkau. Area ini dilayani oleh berbagai moda transportasi umum seperti bus, angkutan kota, dan MRT, sehingga memudahkan pengunjung untuk datang dari berbagai arah. Lingkungan sekitar yang ramah pejalan kaki dengan trotoar yang nyaman dan aman menambah kemudahan akses ke M-Bloc Space.

Venue M-Bloc Space dikenal sebagai salah satu pusat seni dan budaya yang populer di Jakarta, yang dapat menarik lebih banyak perhatian dan minat dari media serta pengunjung, sehingga meningkatkan eksposur pameran. M-Bloc Space memiliki desain yang unik dan modern dengan atmosfer yang kreatif dan trendi, cocok untuk acara yang ingin memberikan pengalaman yang menarik dan estetis kepada pengunjung. Selain itu, M-Bloc Space dilengkapi dengan fasilitas yang memadai, termasuk area pameran yang luas, sistem pencahayaan yang baik, dan fasilitas pendukung lainnya yang dapat meningkatkan kenyamanan pengunjung dan peserta pameran.

Sebagai tempat yang sering dikunjungi oleh kaum muda, Gen Z, Millennial, M-Bloc Space sangat cocok untuk bersantai, mencari hiburan, dan juga tempat hangout kalangan Gen Z dan juga Millennial, sehingga sangat

Hak Cipta :

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

cocok untuk pelaksanaan urban Market yang memiliki target Millennial dan Gen Z. Selain Gen Z dan Millennial, *venue* ini juga cocok untuk keluarga yang ingin bersantai. Dari ketiga kelebihan yang telah dijabarkan diatas, konsep *event* merupakan suatu hal yang menjadi diferensiasi produk dari Enchanting Scent.

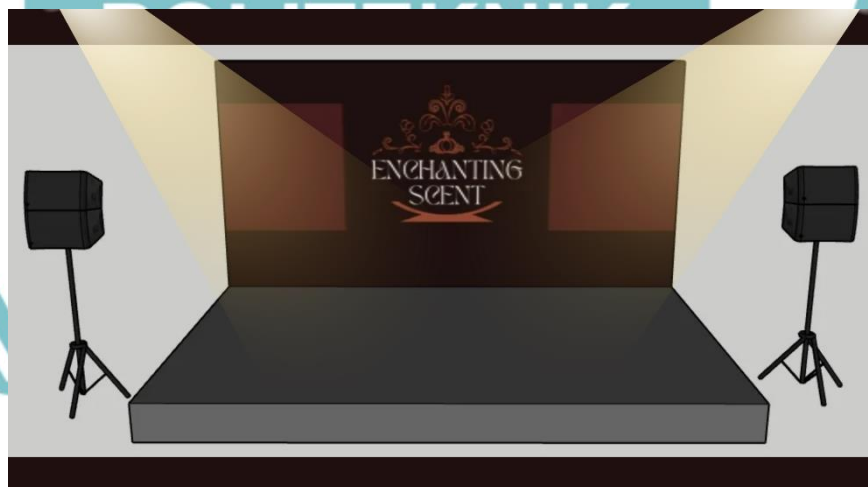
f. Visualisasi pameran

Visualisasi dan desain adalah aspek penting dalam pembuatan *event* pameran, karena keduanya memberikan citra brand dan gambaran tentang kegiatan yang akan dilaksanakan. Berikut merupakan gambaran dari pameran:

1. Desain Stage

Stage merupakan sarana yang digunakan oleh *Enchanting Scent* untuk berbagai aktivitas hiburan dan program *activity* sehingga menjadi salah satu elemen yang menarik perhatian pengunjung.

Gambar 3.7 Design Stage Enchanting Scent



Sumber: Data Olahan CV Specta EventMakers, 2024

Hak Cipta :

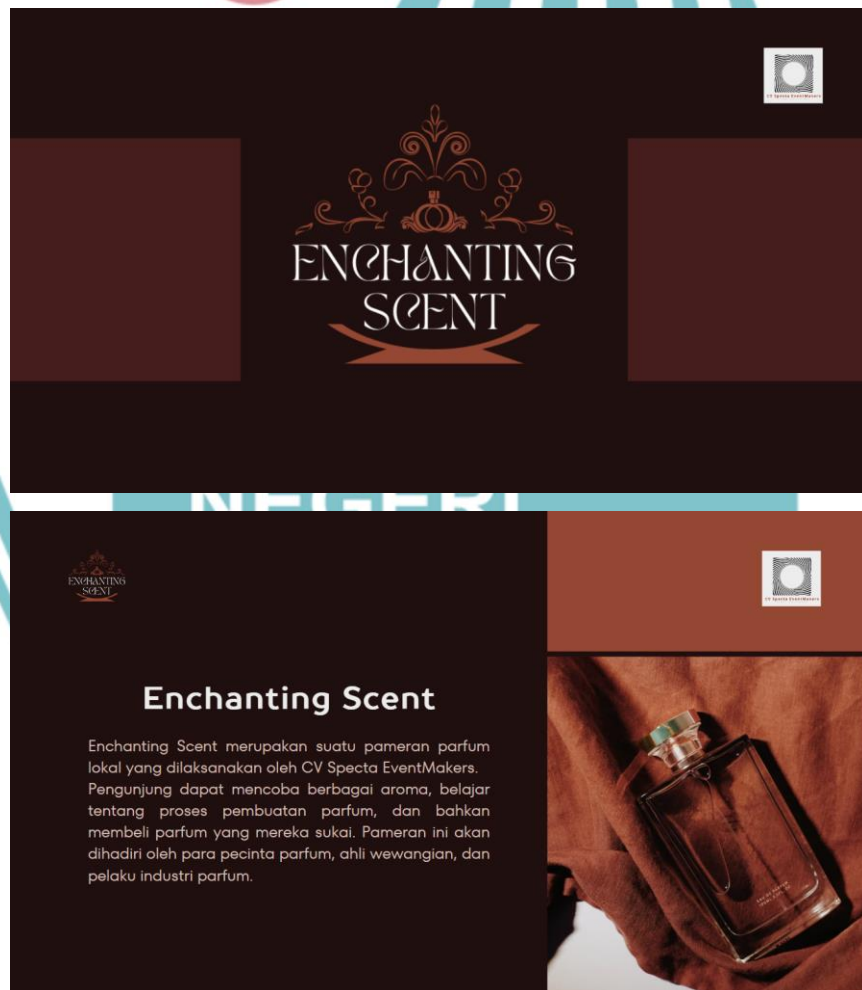
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

Stage design dengan *tone* warna menyerupai logo dari *Enchanting Scent* dan ditempatkan di tengah untuk meningkatkan *awareness* pengunjung yang melihatnya.

2. *Design Proposal*

Proposal digunakan untuk melakukan pendekatan kepada *exhibitor*, sponsor, dan *media partner*. Proposal juga dapat digunakan sebagai gambaran umum dari keseluruhan acara.

Gambar 3.8 Design Proposal Enchanting Scent





© 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

Date:
Jumat - Minggu,
20 - 22 Juni 2025

Venue:
M BLOC SPACE
Jl. Panglima Polim Nmor
37, RW 1, Melawai,
Kecamatan Kebayoran
Baru, Kota Jakarta
Selatan, Daerah Khusus
Ibukota Jakarta.

Target Exhibitor:
20
Brand Parfume

Main Program

Enchanting Scent akan melakukan kerjasama dengan brand-brand parfum lokal. Menampilkan produk-produk unggulan mereka dengan dekorasi yang menarik dan informatif untuk menarik minat pengunjung, memperkenalkan produk parfum, dan memberikan pengalaman yang menyeluruh mengenai dunia wewangian lokal.

Supporting Program

Enchanting Scent akan memberikan supporting program berupa:

Stage Activity	Placement Branding
<ul style="list-style-type: none">• Talkshow• Make Ur Own Perfume Workshop• Games	<ul style="list-style-type: none">• Social Media• Digital Printing• Motion Visual



-
- General Requirements**
- Setiap tenant wajib mengikuti technical meeting untuk mendapatkan informasi detail tentang acara
 - Tenant dapat memilih lokasi sesuai ketersediaan
 - Setiap tenant hanya diizinkan beroperasi selama jam operasional pameran
 - Tenant dapat menambahkan dekorasi asalkan tidak merusak bagian venue (dinding, lantai, dll)
 - Tenant harus mematuhi semua peraturan yang dibuat oleh penyelenggara pameran
 - Menjaga kebersihan masing-masing tenant
 - Segala bentuk kehilangan dan kerusakan di luar tanggung jawab panitia

-
- Payment**
- Dapat menghubungi 087886836692 (Marketing) untuk informasi lebih lanjut
 - Terdapat dua metode pembayaran: Down Payment (DP) dan Full Payment
 - Pembayaran DP sebesar 50% dan batas pelunasan max 2 minggu setelah melakukan DP
 - Tenant harus memberikan bukti transfer berupa tangkapan layar (screenshot) transaksi
 - Pembayaran yang sudah diterima tidak dapat dikembalikan (refund), kecuali jika acara dibatalkan.
 - Dengan melakukan pembayaran, tenant dianggap menyetujui semua ketentuan dari penyelenggara.

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





© 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

M-Bloc Overview

Pameran Enchanting Scent akan diadakan di M-bloc Space Jakarta, Blok M. Lokasi yang sangat strategis karna berada dekat pusat perbelanjaan dan dekat dengan Stasiun MRT Blok M dan Stasiun ASEAN

Jl. Panglima Polim No.37, RT.1/RW.1, Melawai, Kec. Kby. Baru, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12160

M-Bloc Overview

Contact Us.

For more information, Please contact:
Gmail: specta.eventmakers@gmail.com
Phone: 0878-8683-6692 (Rara)

Sumber: Data Olahan CV Specta EventMakers, 2024



Hak Cipta :

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

3.1.2 Supporting Produk

Supporting produk yang diberikan oleh CV Specta EventMakers adalah *Pop-Up Booth* di komplek gedung perusahaan Jakarta. *Pop-Up Booth* yang diberikan akan menggunakan konsep yang spesial dan juga menarik, *Pop-Up Booth* merupakan sarana efektif untuk memperkenalkan *brand* atau produk kepada target audiens. Berikut merupakan pemaparan dari *supporting* produk yang diberikan:

a. Paket dan Spesifikasi

Selain produk utama dari CV Specta EventMakers yaitu pameran, CV Specta EventMakers juga memberikan paket *supporting* produk dengan spesifikasi sebagai berikut:

Tabel 3.3 Pop-Up Booth Package

ITEM	DETAIL	FREQUENCY		DAY
Booth Package Include:		1	Package	5
Venue	RDTX Square Lobby	1	Package	5
Permit		1	Package	5
Design	2D & 3D Design	1	Package	5
Production Booth	Size 3x3 m	1	Package	5
PIC Incharge	Manpower	2	Person	5
Meals Manpower		3	Times	5
TOTAL PAID				Rp85,000,000

Sumber: Data Olahan CV Specta EventMakers, 2024

Pop-Up yang diberikan oleh CV Specta EventMakers mencakupi perizinan *venue* di RDTX Square, Design 3D, produksi booth, dan manpower selama *pop-up booth* 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 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

b. Konsep

Konsep *Pop-Up Booth* yang akan yang CV Specta EventMakers berikan berupa Pop-Up booth dengan paket lengkap berupa *design booth*, kostum produksi *booth* sesuai dengan design disertai dengan perizinan *venue*.

c. *Venue*

Venue penyelenggaraan *Pop-Up Booth* berlokasi di Jl. Prof. DR. Satrio, Kecamatan Setiabudi, Kota Jakarta Selatan tepatnya berada di gedung RDTX Square. Lokasi ini merupakan kompleks perkantoran yang berada disebuah gedung, nantinya *Pop-Up Booth* akan ditempatkan di area *main lobby* gedung. Area ini merupakan area yang sangat strategis karena bagian pertama yang dilihat oleh pengunjung saat memasuki suatu bangunan. Ini akan membuat *Pop-Up Booth* menjadi pusat perhatian dan titik fokus utama. Area *lobby* mudah diakses dari pintu masuk utama, sehingga pengunjung dapat dengan mudah menjangkaunya.

d. Visualisasi *Pop-Up Booth*

Visualisasi dan desain adalah aspek penting dalam pembuatan *Pop-Up Booth*, karena keduanya memberikan citra merek dan gambaran tentang kegiatan yang akan dilaksanakan. Berikut merupakan gambaran dari *Pop-Up Booth*nya:

1) *Design Proposal*

Proposal digunakan untuk melakukan pendekatan kepada exhibitor, sponsor, dan media partner. Proposal juga dapat digunakan sebagai gambaran umum dari keseluruhan acara.

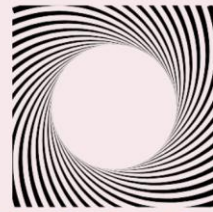
Gambar 3.9 Design Proposal Pop-Up Booth



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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



CV Specta EventMakers
EVENT ORGANIZER



POP-UP BOOTH

Enchanting Scent merupakan pameran parfum lokal yang dilaksanakan oleh CV Specta EventMakers. Selain pameran sebagai produk utama, kami juga memberikan supporting product berupa Pop-Up Booth. Pengunjung dapat mencoba berbagai aroma, membeli parfum yang mereka sukai. Pop-up booth membantu meningkatkan visibilitas brand di lokasi yang strategis dengan lalu lintas tinggi



Venue:

RDTX Square

RDTX Square, Jl. Prof. DR. Satrio
No.164, RT. 4/RW. 4, Karet Semanggi,
Kecamatan Setiabudi, Kota Jakarta
Selatan, Daerah Khusus Ibukota
Jakarta 12930



What Exhibitor Get:

- Memberikan kesempatan kepada pengunjung untuk berinteraksi langsung dengan produk
- Having more potential costumers
- Meningkatkan Brand Awarness



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



REFERENSI BOOTH



GENERAL REQRUITMENT

- Setiap brand tenant hanya diizinkan beroperasi selama jam operasional gedung
- Brand tenant dapat menambahkan dekorasi asalkan tidak merusak bagian venue (dinding, lantai, dll)
- Brand tenant harus mematuhi semua peraturan yang dibuat oleh penyelenggara popup booth dan marketing gedung
- Menjaga kebersihan tenant
- Segala bentuk kehilangan dan kerusakan di luar tanggung jawab penyelenggara



PAYMENT

- Dapat menghubungi 087886836692 (Marketing) untuk informasi lebih lanjut
- Terdapat dua metode pembayaran: Down Payment (DP) dan Full Payment
- Pembayaran DP sebesar 50% dan batas pelunasan max 2 minggu setelah mekakukan DP
- Brand harus memberikan bukti transfer berupa tangkapan layar (screenshot) transaksi
- Pembayaran yang sudah diterima tidak dapat dikembalikan (refund)
- Dengan melakukan pembayaran, brand dianggap menyetujui semua ketentuan dari penyelenggara.





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

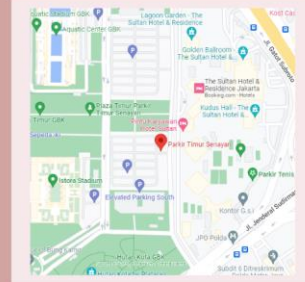
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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



RDX SQUARE Overview



Pameran Enchanting Scent akan diadakan di M-bloc Space Jakarta, Blok M. Lokasi yang sangat strategis karena berada dekat pusat perbelanjaan dan dekat dengan Stasiun MRT Blok M dan Stasiun ASEAN



RDX Square, Jl. Prof. DR. Satrio No.164, RT.4/RW.4, Karet Semanggi, Kecamatan Setiabudi, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12930



RDX SQUARE Overview



Contact Us.

For more information, Please contact:
Gmail: specta.eventmakers@gmail.com
Phone: 0878-8683-6692 (Rara)

Sumber: Data Olahan CV Specta EventMakers, 2024



Hak Cipta :

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

3.2 Gambar Pasar

Melalui analisis pasar yang mendalam, CV Specta EventMakers akan mengidentifikasi tren terkini dan posisi kompetitif perusahaan di pasar. Hal ini bertujuan untuk menentukan secara spesifik segmen pasar yang paling relevan untuk dijadikan target.

3.2.1 Latar Belakang Penghadiran Pameran Brand Parfum Lokal di pasaran

Peningkatan minat konsumen terhadap produk lokal Peningkatan minat konsumen terhadap produk lokal didorong oleh berbagai faktor. Kampanye cinta produk lokal dan kesadaran akan kualitas produk dalam negeri yang semakin baik berperan penting. Keunikan dan kekhasan produk lokal, serta nilai tambah sosial yang ditawarkan, semakin menarik minat konsumen.

Dampak positif dari peningkatan minat ini meliputi pertumbuhan ekonomi lokal, terbukanya lapangan kerja, pelestarian budaya, dan peningkatan kemandirian ekonomi. Namun, produsen lokal masih menghadapi tantangan seperti persaingan dengan produk impor, keterbatasan modal, dan standar kualitas yang tinggi.

Pameran ini tidak hanya menjadi ajang promosi, tetapi juga wadah bagi *brand* untuk berinteraksi langsung dengan konsumen, menjalin kemitraan, dan mendapatkan feedback yang berharga. Bagi konsumen, pameran menawarkan kesempatan untuk menemukan berbagai pilihan parfum lokal dengan kualitas dan harga yang kompetitif, serta mendukung perkembangan industri kreatif dalam negeri. Dengan demikian, minat konsumen terhadap produk lokal dapat terus meningkat dan berkontribusi pada kemajuan ekonomi Indonesia.

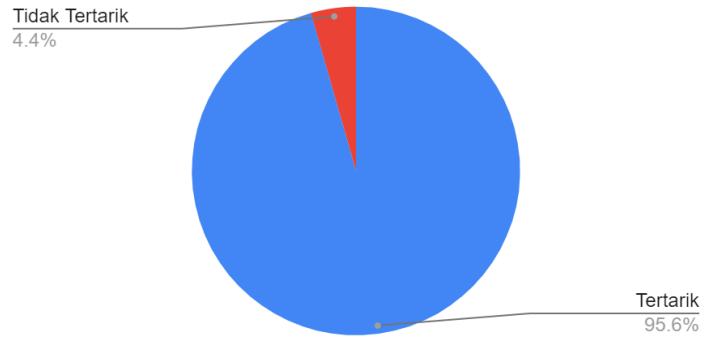


Hak Cipta :

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 3.1 Survei Ketertarikan Responden

Ketertarikan Mengikuti Pameran Brand Parfum Lokal



Sumber: Data Olahan CV Specta EventMakers, 2024

Diagram di atas merupakan hasil dari kuesioner yang kami sebarakan kepada responden, mengenai ketertarikan responden untuk mengunjungi pameran *brand* parfum lokal. Dapat dilihat, bahwa sebanyak 95,6% menyatakan tertarik sedangkan 4,4% lainnya tidak tertarik untuk menghadiri pameran *brand* parfum lokal. Dengan menggunakan pendekatan yang meminta responden untuk mengisi formulir elektronik (Google form) mengenai ketertarikan mereka terhadap penyelenggaraan pameran *brand* parfum lokal melalui link (<https://tinyurl.com/form-ketertarikan-responden>)



Hak Cipta :

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

3.2.2 Posisi Perusahaan dalam pasar

Melihat potensi dan permintaan pasar yang tinggi namun produk yang tersedia masih kurang mencukupi CV Specta EventMakers menghadirkan Enchanting Scent untuk menyediakan produk yang diinginkan pasar. Pembahasan pada sub bab 3.2.1 menjelaskan ketertarikan responden untuk ikut serta menghadiri pameran *brand* parfum lokal, sehingga CV Specta EventMakers yakin dapat menjadi perusahaan yang sesuai dengan keinginan pasar. Salah satu faktor penting adalah memahami pertimbangan merek yang akan berpartisipasi sebagai exhibitor, lokasi penyelenggaraan yang mudah dijangkau oleh konsumen, dan harga yang terjangkau berdasarkan rentan usia konsumen.

3.2.3 Market Share Pameran

Tabel 3.4 Data Pesaing

No	Nama Penyelenggara	Konsep Event	Sosial Media
1	Female Daily	Berfokus pada kecantikan, kesehatan, dan gaya hidup wanita dengan berbagai elemen utama beauty n skincare, fashion dan entertainment	@femaledailynetwork
2	Beekind Quarter	Memiliki konsep entertaining dan selling untuk berbagai jenis brand yang ditampilkan. Event yang disajikan merupakan produk tahunan EO sehingga konsepnya selalu update dikalangan anak	@beekind.quarter



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

		muda pada tahunnya	
3	SEMASA	memiliki konsep yang family friendly dan program acara serta supporting acara yang interaktif, menarik pasar luas dan mempertahankan kualitas	@semasa_di
4	Unidentify EO	Penyatuan beberapa brand parfum, fashion dan beauty yang tidak diketahui siapa penyelenggaranya yang diantaranya memiliki konsep Y2K fashion dan thrifting experiences	@scentof.id @sundayspacemarket @pasarkagetbanget @indobeaytyexpo

Sumber: Data Olahan CV Specta EventMakers

Tabel 3.4 merupakan informasi mengenai nama, konsep dan sosial media ke-4 pesaing dari CV Specta EventMakers yaitu Female Daily, Beekind Quarter, SEMASA, dan Unidentify EO. dengan frekuensi pelaksanaan *event* dibawah ini.

Tabel 3.5 Frekuensi Pelaksanaan Event Pesaing

No	Nama EO	Frekuensi Pelaksanaan Pameran Parfum oleh Pesaing					
		2021	%	2022	%	2023	%



Hak Cipta :

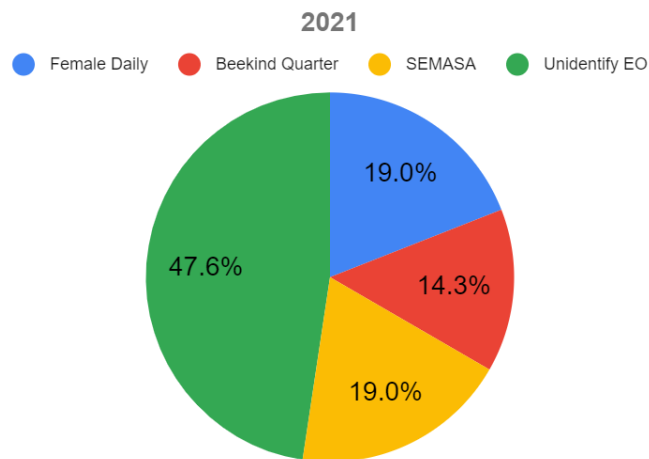
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

1	Female Daily	2	13.3%	4	19.0%	6	24.0%
2	Beekind Quarter	3	20.0%	3	14.3%	3	12.0%
3	SEMASA	2	13.3%	4	19.0%	4	16.0%
4	Unidentify EO	8	53.3%	10	47.6%	12	48.0%
Total		15	100%	21	100%	25	100%

Sumber: Data Olahan CV Specta EventMakers

CV Specta EventMakers melakukan observasi dengan jangka waktu 3 tahun kebelakang dengan pertimbangan penggunaan rumus mean growth untuk mengetahui proyeksi penjualan dengan meminimalisir kesalahan prediksi. Untuk memudahkan visualisasi perkembangan penyelenggaraan pameran brand parfum lokal, berikut adalah gambaran pie chart penyelenggaraannya:

Grafik 3.2 Frekuensi Pelasanaan Pameran Parfum oleh pesaing tahun 2021



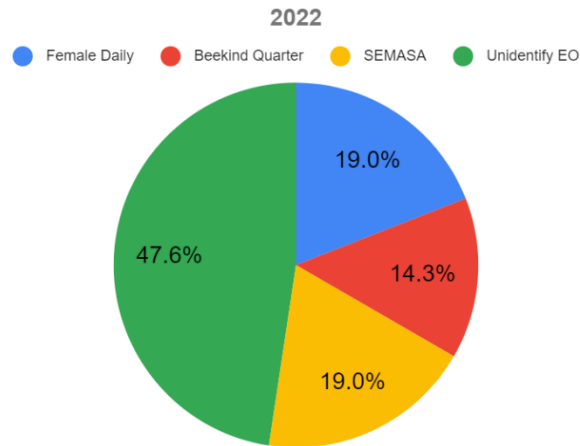
Sumber: Data Olahan CV Specta EventMakers, 2024



Hak Cipta :

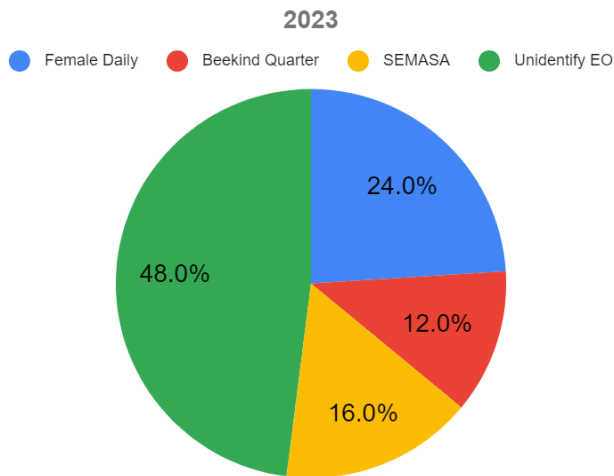
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan 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 Frekuensi Pelaksanaan Pameran Parfum oleh pesaing tahun 2022



Sumber: Data Olahan CV Specta EventMakers, 2024

Grafik 3.4 Frekuensi Pelaksanaan Pameran Parfum oleh Pesaing Tahun 2023



Sumber: Data Olahan CV Specta EventMakers, 2024

Berdasarkan tabel dan ketiga pie chart di atas frekuensi penyelenggaraan pameran *event* dari pesaing yaitu Female Daily, Beekind



Hak Cipta :

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

Quarter, SEMASA, dan Unidentify EO dari tahun 2021 hingga 2023. Dapat dilihat bahwa Unidentify EO merupakan penyelenggara dengan *event* terbanyak dengan jumlah 28 *event* dari tahun 2021 hingga 2023.

Sementara Female Daily menjadi pesaing dengan penyelenggaraan *event* terbanyak kedua setelah Unidentify EO dengan total 12 *event* dari tahun 2021 hingga 2023. SEMASA menjadi urutan ketiga dengan penyelenggaraan sebanyak 10 *event*. Lalu yang terakhir, terdapat Beekind Quarter dengan *annual* tiap *event*nya menjalankan 3 *event*, sehingga total penyelenggaraan dari tahun 2021 hingga 2023 sebanyak 9 *event*.

3.2.3 Market Share Exhibitor

CV Specta EventMakers melakukan analisis terhadap market share exhibitor. Analisis ini didasarkan pada jumlah exhibitor pameran dari empat penyelenggaraan pameran parfum dalam tiga tahun terakhir, untuk mengetahui sejauh mana minat pasar dari *brand-brand* yang berpartisipasi dalam pameran parfum lokal. Berikut adalah hasil dari analisis tersebut:

Tabel 3.6 Minat Exhibitor Tahun 2021-2023

No	Nama EO	2021	%	2022	%	2023	%
1	Female Daily	20	27.8%	28	29.5%	32	27.4%
2	Beekind Quarter	15	20.8%	19	20.0%	25	21.4%
3	SEMASA	12	16.7%	15	15.8%	18	15.4%
4	Unidentify EO	25	34.7%	33	34.7%	42	35.9%
Total		72	100%	95	100%	117	100%

Sumber: Data Olahan CV Specta EventMakers



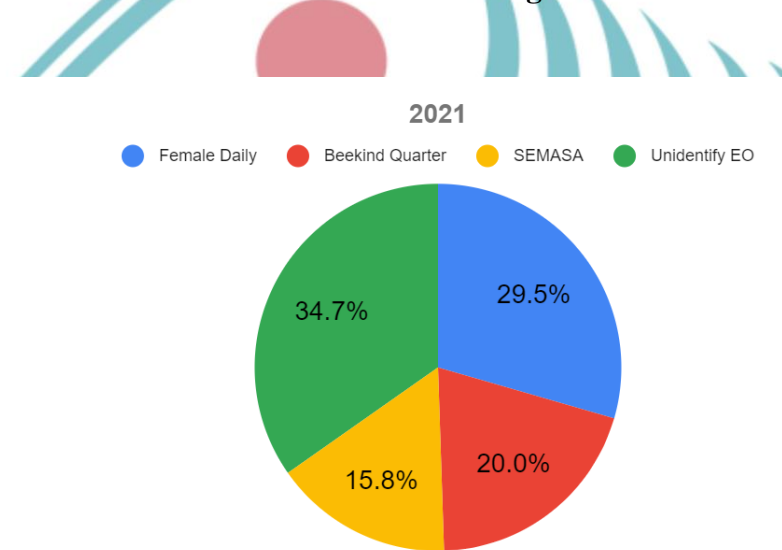
Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

Melalui tabel diatas, dapat diketahui bahwa partisipasi brand sebagai exhibitor tertinggi ada pada tahun 2023 yaitu dengan total sebanyak 117 exhibitor. Sedangkan partisipasi exhibitor terkecil sebesar 72 pada tahun 2021, hal ini disebabkan karena tahun tersebut masih memasuki fase *new normal*. Selanjutnya data tabel diatas akan disesuaikan menggunakan pie chart di bawah ini:

Grafik 3.7 Frekuensi Partisipasi Exhibitor Pada Event Pameran Parfum oleh Pesaing Tahun 2021



Sumber: Data Olahan CV Specta EventMakers, 2024

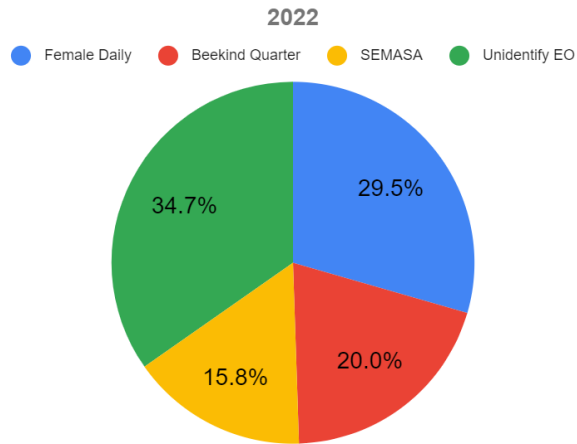
NEGERI
JAKARTA



Hak Cipta :

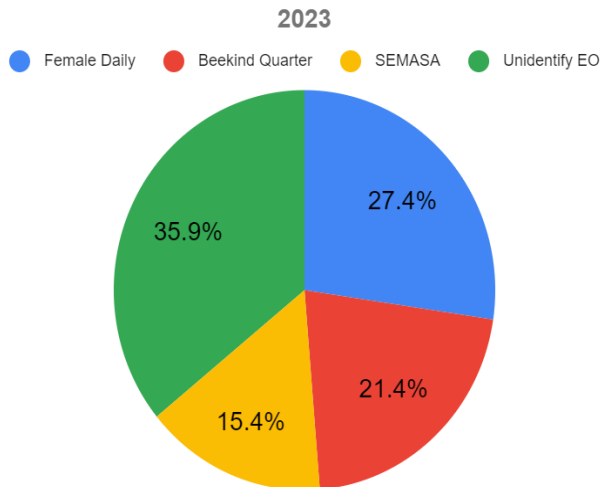
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

Grafik 3.8 Frekuensi Partisipasi Exhibitor Pada Event Pameran Parfum oleh Pesaing Tahun 2022



Sumber: Data Olahan CV Specta EventMakers, 2024

Grafik 3.9 Frekuensi Partisipasi Exhibitor Pada Event Pameran Parfum oleh Pesaing Tahun 2023



Sumber: Data Olahan CV Specta EventMakers, 2024

Hak Cipta :

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

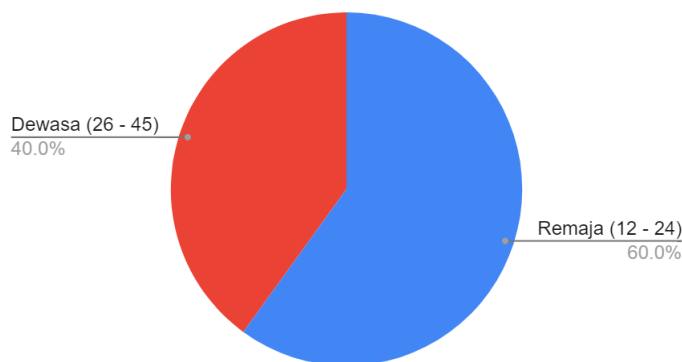
3.3 Segmentasi Pasar yang Dituju

CV Specta EventMakers memiliki jenis pameran B2B (*Business to Business*) memiliki segmentasi pasar exhibitor berdasarkan demografis, geografis dan psikologis yang didasari oleh perencanaan perusahaan pemilihan target pasar yang disesuaikan dengan keinginan pasar berdasarkan hasil data dari riset survei kepada 25 brand pada google form <https://tinyurl.com/event-makers>. Hasil survei ini merupakan data yang mendukung perusahaan dalam menentukan *venue*, konsep dan target visitors yang sesuai dengan pasar dari target brand calon exhibitor.

3.3.1 Demografis

Grafik 3.10 Sasaran Demografis

Target Sasaran Pasar Brand



Sumber: Data Olahan CV Specta EventMakers, 2024

Keterangan:

- a. Dewasa: 26-45 tahun
- b. Remaja: 12-24 tahun

CV Specta EventMakers memiliki target demografis usia yaitu kisaran 18-35 tahun, dengan didukung oleh sebagian besar responden survei yang merupakan brand-brand dengan target pasar remaja akhir (17-25 tahun) hingga dewasa awal (26-35 tahun). Dalam jenis kelamin, CV Specta EventMakers memiliki sasaran kepada wanita dan pria.



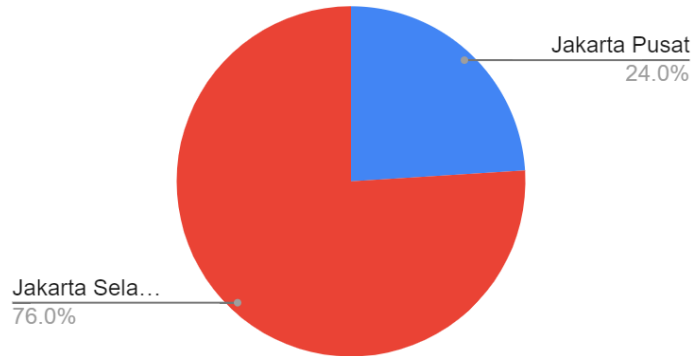
Hak Cipta :

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

3.3.2 Geografis

Grafik 3.11 Sasaran Geografis

Wilayah Jakarta Yang Dinginkan



Sumber: Data Olahan CV Specta EventMakers, 2024

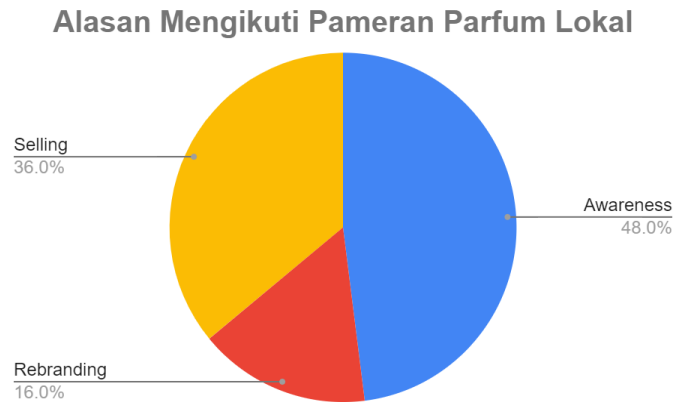
Berdasarkan hasil riset yang kami lakukan, sebanyak 25 *brand* menginginkan agar lokasi acara pameran brand parfum lokal diadakan di Jakarta Selatan. Oleh karena itu, kami memprioritaskan daerah Jakarta Selatan sebagai lokasi utama untuk pameran tersebut, dengan mempertimbangkan gaya hidup dan kebiasaan masyarakat di daerah tersebut yang sangat sentral bagi generasi milenial dan gen Z.

Hak Cipta :

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

3.3.3 Psikologis

Grafik 3.12 Sasaran Psikografis



Sumber: Data Olahan CV Specta EventMakers, 2024

Fokus utama ditujukan kepada brand-brand lokal yang sering mengikuti kegiatan *event* pameran dan yang memproduksi produk orisinal atau buatan sendiri. *Brand* ini membutuhkan peningkatan *brand awareness* dan menginginkan *selling* langsung. Selain itu, *brand* yang ingin mengikuti pameran tetapi belum memiliki cukup biaya untuk berpartisipasi dalam pameran skala besar juga menjadi sasaran utama.

3.4 Trend Perkembangan Pasar

Menurut penjelasan dalam sub bab "Gambaran Pasar," perkembangan pameran parfum *brand* lokal telah menjadi fenomena populer dalam setahun terakhir dan memiliki dampak signifikan terhadap perkembangan pasar. CV Specta EventMakers, yang bergerak di industri kreatif, memahami pentingnya menganalisis trend perkembangan pasar untuk mengumpulkan data persentase terkait pertumbuhan pasar. Hal ini penting untuk memahami inovasi dan kreativitas yang diperlukan, meningkatkan penjualan, meningkatkan kesadaran, dan memahami kondisi pasar.



Hak Cipta :

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

Dengan menggunakan data dari lima pesaing, yaitu Female Daily, Beekind Quarter, SEMASA, Unidentify EO selama tiga tahun terakhir, CV Specta EventMakers dapat memperoleh perhitungan yang lebih akurat dan menghasilkan pola estimasi yang kuat. Berikut ini adalah pangsa pasar pesaing dalam penyelenggaraan pameran *brand* parfum lokal.

3.4.1 Trend Perkembangan Pameran

Tabel 3.7 Market Share Pesaing 2021-2023

No	Nama EO	Frekuensi Pelaksanaan Pameran Parfum oleh Pesaing					
		2021	%	2022	%	2023	%
1	Female Daily	2	15.4%	4	19.0%	6	24.0%
2	Beekind Quarter	3	23.1%	3	14.3%	3	12.0%
3	SEMASA	2	15.4%	4	19.0%	4	16.0%
4	Unidentify EO	6	46.2%	10	47.6%	12	48.0%
Total		13	100%	21	100%	25	100%

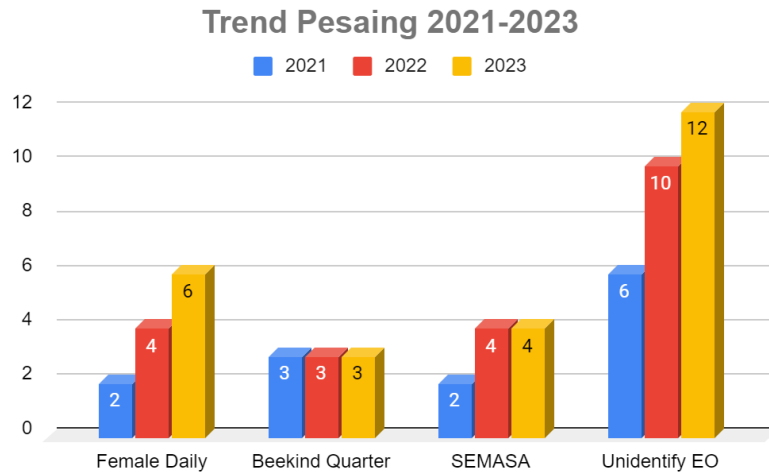
Sumber: Data Olahan CV Specta EventMakers

Data pada tabel 3.7 merupakan penyelenggaraan *event* pameran brand pada tahun 2021 hingga 2023. Dapat diketahui bahwa pada tahun 2021, terdapat 13 penyelenggaraan *event* pameran brand dengan penyelenggaraan terbanyak oleh Unidentify EO yang didalamnya terdapat 4 *event* pameran brand yang berbeda. Tahun 2022 pelaksanaan *event* pameran brand meningkat dengan jumlah pelaksanaan 21 *event*, pada tahun ini penyelenggara terbanyak tetap dipegang oleh Unidentify EO. Berpindah ke tahun 2023 penyelenggara Female Daily dan Unidentify EO mengimplementasikan sebanyak 2 *event* dari jumlah *event* sebelumnya. SEMASA melakukan penyelenggaraan *event* tetap seperti jumlah *event* yang telah dilaksanakan pada tahun sebelumnya. Sedangkan Beekind Quarter mendapatkan angka yang stabil dari tahun 2021 hingga 2023 dikarenakan selama 3 tahun kebelakang, mereka hanya menjalankan *annual event* saja.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan 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 3.13 Trend Pelaksanaan Event Oleh Pesaing



Sumber: Data Olahan CV Specta EventMakers

Berdasarkan diagram batang diatas, dapat diketahui bahwa pada tahun 2023 merupakan penyelenggaraan terbanyak oleh keempat pesaing dengan jumlah sebanyak 25 *event*. Selanjutnya CV Specta EventMakers menghitung bagaimana trend perkembangan *event* pameran *brand* menggunakan perhitungan metode mean growth untuk mendapatkan proyeksi 3 tahun kedepan.

Perusahaan menggunakan hitungan metode mean growth dalam menghitung trend perkembangan pasar untuk mendapatkan persentase pertumbuhan dengan tujuan mengetahui proyeksi penjualan di industri pameran brand parfum lokal dengan meminimalisir kesalahan prediksi 3 tahun kedepan. Perhitungan trend perkembangan pasar menggunakan metode mean growth dengan menggunakan 4 data pesaing dalam rentan waktu 3 tahun kebelakang yang dipilih oleh CV Specta EventMakers. Metode ini dipilih karena teknik statistik yang digunakan untuk mengukur tingkat pertumbuhan rata-rata dari suatu data dalam periode waktu tertentu. Selain itu, Metode ini sangat berguna dalam analisis tren untuk mengidentifikasi pertumbuhan atau penurunan dalam data.



© 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

Rumus mean growth (Rata-rata pertumbuhan frekuensi penyelenggaraan *event* pameran brand)

$$\frac{\text{Present Value} - \text{Past Value}}{\text{Past Value}} \times 100$$

Rata-rata pertumbuhan tahun 2021-2022

$$\frac{21-15}{15} \times 100\% = 0,40$$

Rata-rata pertumbuhan tahun 2022-2023

$$\frac{25-21}{21} \times 100\% = 0,19$$

Total rata-rata pertumbuhan

$$\frac{\text{Total rata-rata pertumbuhan tahun 2022} + \text{Total rata-rata pertumbuhan tahun 2023}}{2}$$

$$\frac{0,40 + 0,19}{2} = 0,3 \text{ atau } 30\%$$

Selanjutnya, dilakukan perhitungan untuk mengetahui rata-rata jumlah pelaksanaan *event* pameran brand yang dilakukan oleh perusahaan pesaing menggunakan rumus berikut:

Total rata – rata pertumbuhan (%) x Total Pelaksanaan event di tahun sebelumnya kemudian hasil + total pelaksanaan event di tahun sebelumnya

- 1) Proyeksi tahun 2024

$$\frac{30}{100} \times 25 = 7,5 \text{ dibulatkan menjadi } 7$$

$$25 + 7 = 32 \text{ total pelaksanaan event pameran brand parfum}$$

- 2) Proyeksi tahun 2025



Hak Cipta :

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

$$\frac{30}{100} \times 32 = 9,6 \text{ dibulatkan menjadi } 10$$

10 + 32 = 42 total pelaksanaan event pameran brand parfum

3) Proyeksi tahun 2026

$$\frac{30}{100} \times 42 = 12,6 \text{ dibulatkan menjadi } 12$$

12 + 42 = 54 total pelaksanaan event pameran brand parfum

4) Proyeksi tahun 2027

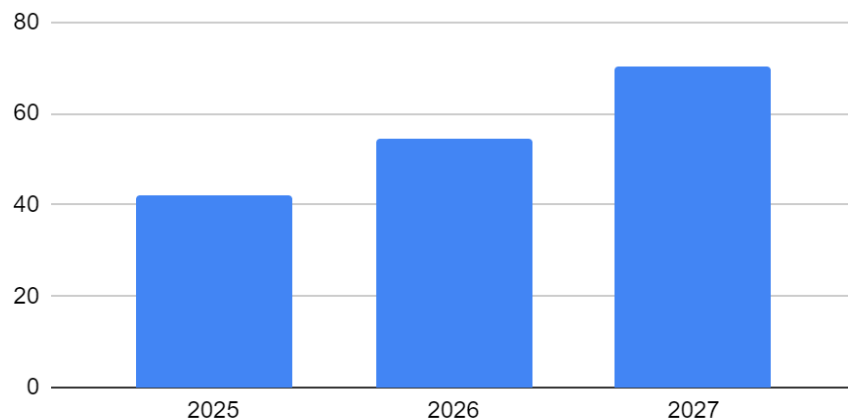
$$\frac{30}{100} \times 54 = 16,2 \text{ dibulatkan menjadi } 16$$

16 + 54 = 70 total pelaksanaan event pameran brand parfum

Dari angka-angka diatas maka hasil analisis proyeksi tiga tahun kedepan oleh pesaing sebagai berikut

Grafik 3.14 Proyeksi Pelaksanaan Pameran Brand Parfum Lokal oleh Pesaing

Proyeksi Pelaksanaan Pameran Brand Parfum Lokal oleh Pesaing



Sumber: Data Olahan CV Specta EventMakers, 2024



Hak Cipta :

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

Berdasarkan diagram batang diatas terlihat bahwa jumlah proyeksi penjualan yang dilakukan oleh keempat pesaing *event* pameran *brand* parfum lokal mengalami peningkatan. Pada tahun 2025 sebanyak 42 *event*, pada tahun 2026 mengalami peningkatan sebanyak 54 *event*, dan pada tahun 2027 mengalami peningkatan menjadi 70 *event* pameran *brand* parfum lokal. Berikut adalah jumlah pelaksanaan dari masing-masing pesaing.

Proyeksi pertumbuhan pelaksanaan pameran brand parfum lokal tahun 2025-2027

Total event tahun 2019 + Total event tahun 2020 + Total event tahun 2021

Female Daily: $\frac{13 + 19 + 24}{3} = 0,19$ dibulatkan menjadi 19%

Beekind Quarter: $\frac{20 + 14 + 12}{3} = 0,15$ dibulatkan menjadi 15%

SEMASA: $\frac{13 + 19 + 16}{3} = 0,16$ dibulatkan menjadi 16%

Unidnetify EO: $\frac{53 + 48 + 48}{3} = 0,50$ dibulatkan menjadi 50%

Perhitungan selanjutnya adalah untuk mengetahui proyeksi pelaksanaan pameran *brand* parfum lokal yang akan dilaksanakan oleh pesaing pada tahun 2025-2027.

a. Female Daily

- 1) Proyeksi pelaksanaan tahun 2025

$$42 \times \frac{19}{100} = 7,9$$
 dibulatkan menjadi 8 pelaksanaan pameran parfum
- 2) Proyeksi pelaksanaan tahun 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

$$54 \times \frac{19}{100} = 10,2 \text{ dibulatkan menjadi } 10 \text{ pelaksanaan pameran parfum}$$

- 3) Proyeksi pelaksanaan tahun 2027

$$70 \times \frac{19}{100} = 13,2 \text{ dibulatkan menjadi } 13 \text{ pelaksanaan pameran parfum}$$

b. Beekind Quarter

- 1) Proyeksi pelaksanaan tahun 2025

$$42 \times \frac{15}{100} = 6,5 \text{ dibulatkan menjadi } 6 \text{ pelaksanaan pameran parfum}$$

- 2) Proyeksi pelaksanaan tahun 2026

$$54 \times \frac{15}{100} = 8,4 \text{ dibulatkan menjadi } 8 \text{ pelaksanaan pameran parfum}$$

- 3) Proyeksi pelaksanaan tahun 2027

$$70 \times \frac{15}{100} = 10,9 \text{ dibulatkan menjadi } 11 \text{ pelaksanaan pameran parfum}$$

c. SEMASA

- 1) Proyeksi pelaksanaan tahun 2025

$$42 \times \frac{16}{100} = 6,8 \text{ dibulatkan menjadi } 7 \text{ pelaksanaan pameran parfum}$$

- 2) Proyeksi pelaksanaan tahun 2026

$$54 \times \frac{16}{100} = 8,8 \text{ dibulatkan menjadi } 9 \text{ pelaksanaan pameran parfum}$$

- 3) Proyeksi pelaksanaan tahun 2027

$$70 \times \frac{16}{100} = 11,3 \text{ dibulatkan menjadi } 11 \text{ pelaksanaan pameran parfum}$$

d. Unidentified EO

- 1) Proyeksi pelaksanaan tahun 2025

$$42 \times \frac{50}{100} = 20,8 \text{ dibulatkan menjadi } 21 \text{ pelaksanaan pameran parfum}$$



Hak Cipta :

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

2) Proyeksi pelaksanaan tahun 2026

$$54 \times \frac{50}{100} = 27,0 \text{ dibulatkan menjadi } 27 \text{ pelaksanaan pameran parfum}$$

3) Proyeksi pelaksanaan tahun 2027

$$70 \times \frac{50}{100} = 34,9 \text{ dibulatkan menjadi } 35 \text{ pelaksanaan pameran parfum}$$

Berikut data yang dapat dilihat dari frekuensi pelaksanaan pameran *brand* parfum lokal oleh pesaing pada tahun 2025-2027

Tabel 3.8 Frekuensi Pelaksanaan Pameran Brand Parfum lokal oleh Masing-Masing Pesaing dan CV Specta EventMakers tahun 2025-2027

No	Nama EI	Frekuensi Pelaksanaan Pameran Brand Parfum Lokal					
		2025	%	2026	%	2027	%
1	Female Daily	8	19%	10	19%	13	19%
2	Beekind Quarter	6	15%	8	15%	11	15%
3	SEMASA	7	16%	9	16%	11	16%
4	Unidentify EO	21	50%	27	50%	35	50%
Total		42	100%	54	100%	70	100%

Sumber: Data Olahan CV Specta EventMakers, 2024

Tabel 3.8 merupakan gambaran dari trend frekuensi pelaksanaan pameran *brand* parfum lokal yang akan terjadi pada tahun 2025-2027. Berdasarkan data diatas dapat dilihat bahwa semua pesaing mengalami frekuensi pelaksanaan pada pameran brand parfum lokal. Namun, Unidentify EO merupakan *market leader* dari pameran brand parfum lokal lainnya dikarenakan mengalami peningkatan angka yang lebih banyak dibandingkan 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

3.4.2 Trend Perkembangan Exhibitor

Tabel 3.9 Frekuensi Partisipasi Exhibitor pada Pameran Tahun 2021-2024

No	Nama EO	2021	%	2022	%	2023	%
1	Female Daily	20	27.8%	28	29.5%	32	27.4%
2	Beekind Quarter	15	20,8%	19	20.0%	25	21.4%
3	SEMASA	12	16.7%	15	15.8%	18	15.4%
4	Unidentify EO	25	34.7%	33	34.7%	42	35.9%
Total		72	100%	95	100%	117	100%

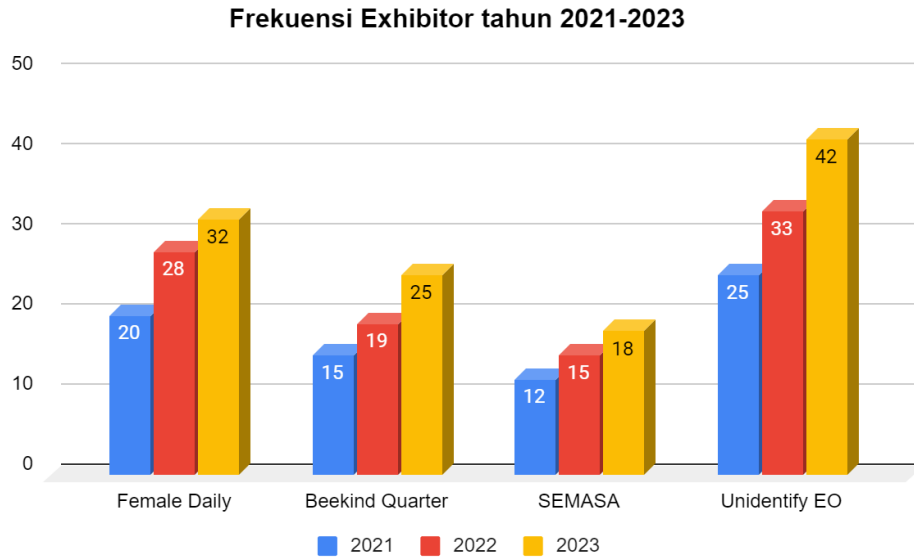
Sumber: Data Olahan CV Specta EventMakers, 2024

Data pada tabel 3.9 merupakan jumlah partisipasi exhibitor yang ada pada pameran *brand* parfum lokal pada tahun 2021 hingga 2023. Dapat dilihat bahwa pada tahun 2021, terdapat 72 exhibitor dengan jumlah terbanyak oleh Unidentify EO dengan jumlah 25 exhibitor. Tahun 2022 jumlah partisipasi exhibitor meningkat dengan jumlah 95 brand, pada tahun ini exhibitor terbanyak tetap dipegang oleh Unidentify EO. Berpindah ke tahun 2023 partisipasi exhibitor terbanyak masih dengan Unidentify EO dengan jumlah exhibitor sebanyak 42 brand. Tahun ini merupakan angka jumlah partisipan exhibitor terbanyak dalam 3 tahun terakhir dengan jumlah sebanyak 117 exhibitor.

Hak Cipta :

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

Grafik 3.15 Frekuensi partisipasi Exhibitor Pada Tahun 2021-2023



Sumber: Data Olahan CV Specta EventMakers, 2024

Diagram batang diatas merupakan gambaran dari perkembangan jumlah partisipasi exhibitor dari masing-masing pesaing. Selanjutnya CV Specta EventMakers menghitung bagaimana tren perkembangan *event* pameran *brand* menggunakan perhitungan metode mean growth untuk mendapatkan proyeksi 3 tahun kedepan seperti pada penjelasan pada sub bab 3.4.1.

Rumus mean growth (Rata-rata pertumbuhan frekuensi partisipasi exhibitor dalam *event* pameran brand)

$$\frac{\text{Present Value} - \text{Past Value}}{\text{Past Value}} \times 100$$

Rata-rata pertumbuhan tahun 2021-2022

$$\frac{95-72}{72} \times 100\% = 0,32$$

Rata-rata pertumbuhan tahun 2022-2023



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

$$\frac{117-95}{95} \times 100\% = 0,23$$

Total rata-rata pertumbuhan

Total rata-rata pertumbuhan tahun 2022 + Total rata-rata pertumbuhan tahun 2023

$$\frac{0,32 + 0,23}{2} = 0,28 \text{ atau } 20\%$$

Selanjutnya, dilakukan perhitungan untuk mengetahui rata-rata jumlah partisipasi exhibitor pada *event* pameran *brand* yang dilakukan oleh perusahaan pesaing menggunakan rumus berikut:

Total rata - rata pertumbuhan (%) x Total Pelaksanaan event di tahun sebelumnya kemudian hasil + total pelaksanaan event di tahun sebelumnya

- 1) Proyeksi tahun 2024

$$\frac{28}{100} \times 117 = 32,2 \text{ dibulatkan menjadi } 32$$

32 + 117 = 149 total partisipasi exhibitor pada pameran brand parfum lokal

- 2) Proyeksi tahun 2025

$$\frac{28}{100} \times 149 = 41,1 \text{ dibulatkan menjadi } 41$$

41 + 149 = 190 total partisipasi exhibitor pada pameran brand parfum lokal

- 3) Proyeksi tahun 2026

$$\frac{28}{100} \times 190 = 52,4 \text{ dibulatkan menjadi } 52$$

52 + 190 = 243 total partisipasi exhibitor pada pameran brand parfum lokal

- 4) Proyeksi tahun 2027



Hak Cipta :

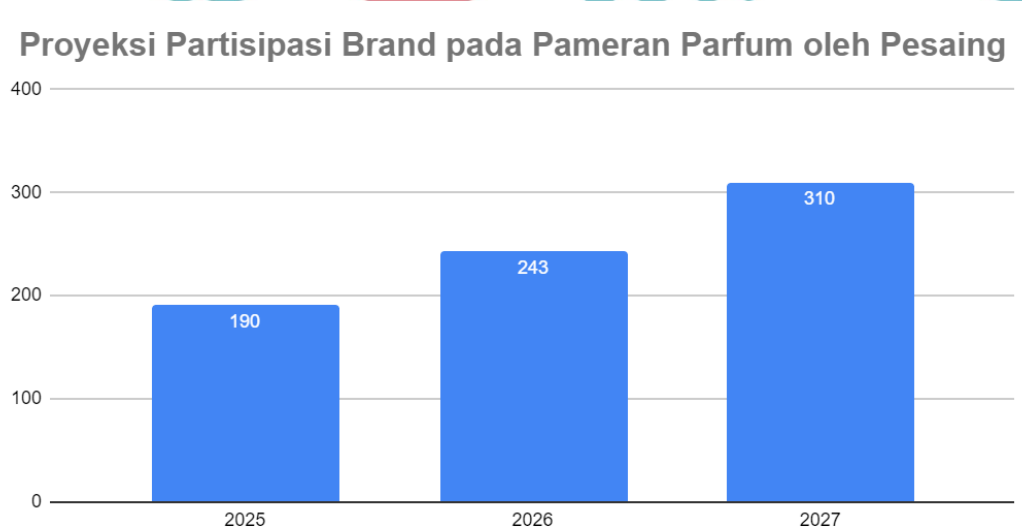
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

$$\frac{28}{100} \times 243 = 66,9 \text{ dibulatkan menjadi } 67$$

67 + 243 = 310 total partisipasi exhibitor pada pameran brand parfum lokal

Dari angka-angka diatas maka hasin analisis proyeksi tiga tahun kedepan oleh pesaing sebagai berikut

Grafik 3.16 Proyeksi Pelaksanaan Pameran Brand Parfum Lokal oleh Pesaing



Sumber: Data Olahan CV Specta EventMakers, 2024

Berdasarkan diagram batang diatas terlihat bahwa jumlah proyeksi partisipasi exhibitor yang dilakukan oleh keempat pesaing *event* pameran *brand* parfum lokal mengalami peningkatan. Pada tahun 2025 sebanyak 190 exhibitor, pada tahun 2026 mengalami peningkatan menjadi 243 exhibitor, dan pada tahun 2027 mengalami peningkatan menjadi 310 exhibitor *event* pameran *brand* parfum lokal. Berikut adalah jumlah pelaksanaan dari masing-masing 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Proyeksi pertumbuhan pelaksanaan pameran brand parfum lokal tahun 2025-2027

Total event tahun 2019 + Total event tahun 2020 + Total event tahun 2021

$$\text{Female Daily: } \frac{28 + 29 + 27}{3} = 0,28 \text{ dibulatkan menjadi } 28\%$$

$$\text{Beekind Quarter: } \frac{15 + 19 + 25}{3} = 0,21 \text{ dibulatkan menjadi } 21\%$$

$$\text{SEMASA: } \frac{12 + 15 + 18}{3} = 0,16 \text{ dibulatkan menjadi } 16\%$$

$$\text{Unidentify EO: } \frac{25 + 33 + 42}{3} = 0,35 \text{ dibulatkan menjadi } 35\%$$

Perhitungan selanjutnya adalah untuk mengetahui proyeksi partisipasi exhibitor pameran brand parfum lokal yang akan dilaksanakan oleh pesaing pada tahun 2025-2027.

a. Female Daily

- 1) Proyeksi pelaksanaan tahun 2025
 $190 \times \frac{28}{100} = 53,7 \text{ dibulatkan menjadi } 54 \text{ proyeksi partisipasi exhibitor}$

- 2) Proyeksi pelaksanaan tahun 2026
 $243 \times \frac{28}{100} = 68,5 \text{ dibulatkan menjadi } 68 \text{ proyeksi partisipasi exhibitor}$

- 3) Proyeksi pelaksanaan tahun 2027
 $310 \times \frac{28}{100} = 87,3 \text{ dibulatkan menjadi } 87 \text{ proyeksi partisipasi exhibitor}$



Hak Cipta :

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

b. Beekind Quarter

- 1) Proyeksi pelaksanaan tahun 2025

$$190 \times \frac{21}{100} = 39,5 \text{ dibulatkan menjadi } 39 \text{ proyeksi partisipasi exhibitor}$$

- 2) Proyeksi pelaksanaan tahun 2026

$$243 \times \frac{21}{100} = 50,3 \text{ dibulatkan menjadi } 50 \text{ proyeksi partisipasi exhibitor}$$

- 3) Proyeksi pelaksanaan tahun 2027

$$310 \times \frac{21}{100} = 64,2 \text{ dibulatkan menjadi } 64 \text{ proyeksi partisipasi exhibitor}$$

c. SEMASA

- 1) Proyeksi pelaksanaan tahun 2025

$$190 \times \frac{16}{100} = 30,4 \text{ dibulatkan menjadi } 30 \text{ proyeksi partisipasi exhibitor}$$

- 2) Proyeksi pelaksanaan tahun 2026

$$243 \times \frac{16}{100} = 38,7 \text{ dibulatkan menjadi } 39 \text{ proyeksi partisipasi exhibitor}$$

- 3) Proyeksi pelaksanaan tahun 2027

$$310 \times \frac{16}{100} = 49,4 \text{ dibulatkan menjadi } 49 \text{ proyeksi partisipasi exhibitor}$$

d. Unidentified EO

- 1) Proyeksi pelaksanaan tahun 2025

$$190 \times \frac{35}{100} = 66,8 \text{ dibulatkan menjadi } 67 \text{ proyeksi partisipasi exhibitor}$$

- 2) Proyeksi pelaksanaan tahun 2026

$$243 \times \frac{35}{100} = 85,3 \text{ dibulatkan menjadi } 85 \text{ proyeksi partisipasi exhibitor}$$



Hak Cipta :

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

100

3) Proyeksi pelaksanaan tahun 2027

$310 \times \frac{35}{100} = 108,8$ dibulatkan menjadi 109 proyeksi partisipasi exhibitor

100

Berikut data yang dapat dilihat dari frekuensi pelaksanaan pameran *brand* parfum lokal oleh pesaing pada tahun 2025-2027

Tabel 3.10 Proyeksi Partisipasi Exhibitor Pada Pameran Brand Parfum Lokal oleh Pesaing

No	Nama EO	2025	%	2026	%	2027	%
1	Female Daily	54	28.2%	68	28.2%	87	28.2%
2	Beekind Quarter	39	20.7%	50	20.7%	64	20.7%
3	SEMASA	30	15.9%	39	15.9%	49	15.9%
4	Unidentify EO	67	35.1%	85	35.1%	109	35.1%
Total		190	100%	243	100%	310	100%

Sumber: Data Olahan CV Specta EventMakers, 2024

Tabel 3.10 merupakan gambaran dari trend frekuensi pelaksanaan pameran *brand* parfum lokal yang akan terjadi pada tahun 2025-2027. Berdasarkan data diatas dapat dilihat bahwa semua pesaing mengalami peningkatan partisipan exhibitor pada pameran *brand* parfum lokal. Namun, Unidentify EO merupakan *market leader* dari pameran *brand* parfum lokal lainnya dikarenakan mengalami peningkatan angka yang lebih banyak dibandingkan 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

3.5 Proyeksi Penjualan

Proyeksi penjualan merupakan ramalan penjualan yang berpengaruh dalam menentukan kepemilikan modal, anggaran laba rugi, jumlah penjualan dan lainnya. Sehingga hal ini menjadi faktor yang sangat penting dalam merencanakan sebuah perusahaan dan akan digunakan sebagai pedoman kerja CV Specta EventMakers dalam menjalani operasional perusahaan dan memantau kinerja serta produktivitas penjualan.

CV Specta EventMakers telah menentukan produk utama yaitu pameran *brand* parfum lokal bernama Enchanting Scent yang tersedia menjadi menjadi dua pilihan paket dan *supporting* produk berupa *Pop-Up booth*. CV Specta EventMakers membuat target pelaksanaan pameran dan *supporting* produk untuk 3 tahun ke depan sebagai berikut:

Tabel 3.11 Rencana Proyeksi Penjualan CV Specta EventMakers 2025

No	Nama Paket	Jumlah Penjualan Tahun 2025											
		Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Ju n	Jul	Ags	Sep	Okt	Nov	Des
1	Enchanting Scent Expo	-	-	-	-	-	1	-	-	1	-	-	1
2	Pop Up Booth Handling	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAL		0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1

Sumber: Data Olahan CV Specta EventMakers, 2024

Tabel 3.11 Merupakan proyeksi penjualan dari CV Specta EventMakers pada tahun 2025, CV Specta EventMakers memproduksi sebanyak 2 pelaksanaan pada produk utama yaitu Enchanting Scent.

Tabel 3.12 Rencana Proyeksi Penjualan CV Specta EventMakers 2026

No	Nama Paket	Jumlah Penjualan Tahun 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

		Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Ags	Sep	Okt	Nov	Des
1	Enchanting Scent Expo	-	-	1	-	-	1	-	-	1	-	-	1
2	Pop Up Booth Handling	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-
TOTAL		0	0	1	0	0	1	0	1	1	0	0	1

Sumber: Data Olahan CV Specta EventMakers, 2024

Tabel 3.12 Merupakan proyeksi penjualan dari CV Specta EventMakers pada tahun 2026, CV Specta EventMakers memproyeksikan sebanyak 4 pameran Enchanting Scent dengan periode per 3 bulan per *quarter*. Selain itu, CV Specta EventMakers sudah mulai melakukan proyeksi penjualan *supporting* produk berupa *Pop-Up booth* sebanyak satu kali pada bulan agustus.

Tabel 3.13 Rencana Proyeksi Penjualan CV Specta EventMakers 2027

No	Nama Paket	Jumlah Penjualan Tahun 2027											
		Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Ags	Sep	Okt	Nov	Des
1	Enchanting Scent Expo	-	-	1	-	-	1	-	-	1	-	-	1
2	Pop Up Booth Handling	-	-	-	-	1	-	-	1	-	-	1	-
TOTAL		0	0	1	0	1	1	0	1	1	0	1	1

Sumber: Data Olahan CV Specta EventMakers, 2024

Tabel 3.13 Merupakan proyeksi penjualan dari CV Specta EventMakers pada tahun 2027, CV Specta EventMakers memproyeksikan sebanyak 4 pameran Enchanting Scent dan 3 *Pop-Up booth* pada tahun tersebut. Dengan demikian, total penjualan yang diproyeksikan akan meningkat secara signifikan dibandingkan tahun-tahun sebelumnya. Pameran Enchanting Scent diharapkan menghasilkan pendapatan yang cukup besar, mengingat popularitas acara ini di kalangan penggemar wewangian



Hak Cipta :

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

dan komunitas pecinta parfum. Sementara itu, *Pop-Up booth* akan difokuskan pada lokasi strategis dengan trafik pengunjung yang tinggi, seperti pusat perbelanjaan dan kompleks perkantoran. Kedua jenis acara ini diharapkan mampu menarik jumlah pengunjung yang besar dan meningkatkan *brand awareness brand* maupun CV Specta EventMakers, sekaligus meningkatkan keuntungan perusahaan secara keseluruhan.

3.5.1 Proyeksi Frekuensi Pelaksanaan Pameran Brand Parfum Lokal

CV Specta EventMakers telah mengolah perhitungan proyeksi dari keempat pesaing yang memiliki lingkup bisnis yang sama dengan CV Specta EventMakers, penyelenggaraan pameran *brand* parfum lokal mengalami kenaikan setiap tahunnya dari tahun 2025 hingga 2027. Kemudian, CV Specta EventMakers melakukan perhitungan market share dari keempat pesaing sebagai berikut:

Tabel 3.14 Proyeksi Frekuensi Pelaksanaan Pameran Brand Parfum Lokal 2025-2027

No	Nama EO	Frekuensi Pelaksanaan Pameran Brand Parfum Lokal					
		2025	%	2026	%	2027	%
1	Female Daily	8	18%	10	17%	13	17%
2	Beekind Quarter	6	14%	8	14%	11	14%
3	SEMASA	7	15%	9	15%	11	15%
4	Unidentify EO	21	46%	27	45%	35	45%
5	CV Specta Event Makers	3	7%	5	8%	7	9%
Total		45	100%	59	100%	77	100%

Sumber: Data Olahan CV Specta EventMakers, 2024



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

CV Specta EventMakers terus meningkatkan target penjualan pengelolaan pameran *brand* parfum lokal setiap tahunnya, seperti tampak pada tabel 3.14 Merupakan gambaran dari terjadinya perubahan persentase pangsa pasar pada pelaksanaan pameran *brand* parfum lokal di tahun 2025 - 2027 setelah masuknya CV Specta EventMakers ke dalam industri pameran *brand* parfum lokal. Berdasarkan data diatas tampak bahwa Unidentify EO merupakan *market leader* dari industri pameran *brand* parfum lokal dan mengalami peningkatan yang lebih tinggi dibandingkan dengan ketiga perusahaan lainnya yaitu Female Daily, Beekind Quarter dan SEMASA. Pelaksanaan pameran *brand* parfum lokal yang dilaksanakan oleh CV Specta EventMakers mendapati angka 3 pada tahun 2025, angka 5 pada tahun 2026, dan angka 7 pada tahun 2027. Angka yang CV Specta EventMakers lampirkan merupakan angka yang disesuaikan, dikarenakan CV Specta EventMakers sudah mempertimbangkan kesiapan, waktu, pendanaan dan *peak season event schedule*.

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



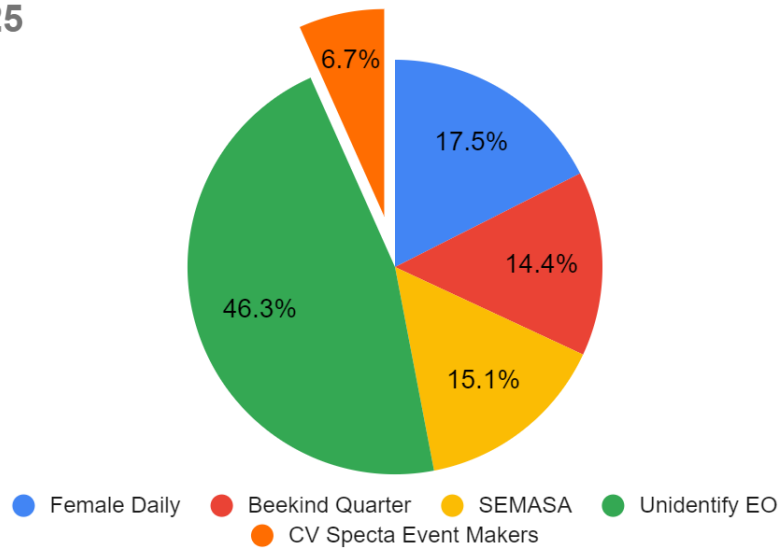
Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan 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 3.17 Market Share CV Specta EventMakers Terhadap Pesaing Lain

Tahun 2025

2025



Sumber: Data Olahan CV Specta EventMakers, 2024

Berdasarkan pada grafik 3.17 diatas, market share yang dimiliki oleh CV Specta EventMakers terhadap empat pesaing pada tahun 2025 yaitu sebesar 6,7% dibulatkan menjadi 7% dari empat pesaing lainnya. Unidentify EO masih mejadi *market leader* pada usaha penyelenggaraan pameran. Selanjutnya akan ditampilkan market share dari CV Specta EventMakers dengan keempat pesaing lainnya pada tahun 2026.



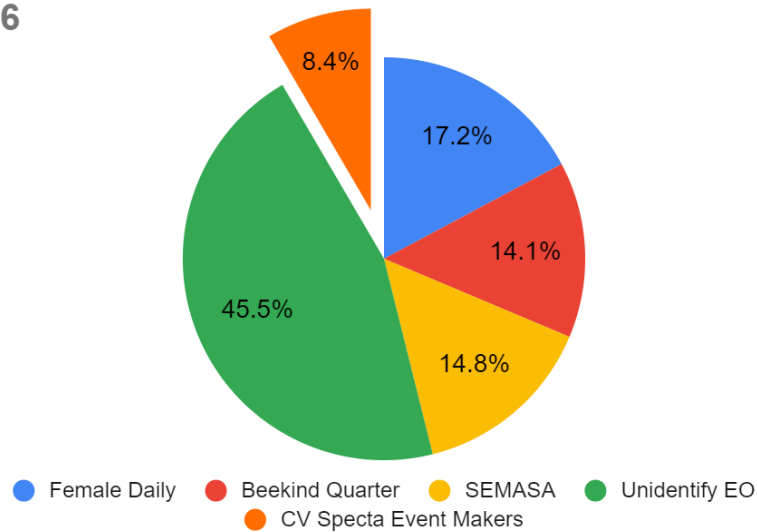
Hak Cipta :

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

Grafik 3.18 Market Share CV Specta EventMakers Terhadap Pesaing Lain

Tahun 2026

2026



Sumber: Data Olahan CV Specta EventMakers, 2024

Berdasarkan grafik 3.18 Diatas, pada tahun 2025 Unidentif EO masih menjadi *market leader* dengan penyelenggaraan pameran *brand* parfum lokal sebanyak 27 *event*. CV Specta EventMakers mengambil bagian dari keempat pesaing sebanyak 8,4% dibulatkan menjadi 8% dengan jumlah pameran *brand* parfum lokal sebanyak 5 *event*. Selanjutnya akan ditampilkan market share dari CV Specta EventMakers dengan keempat pesaing lainnya pada tahun 2027.

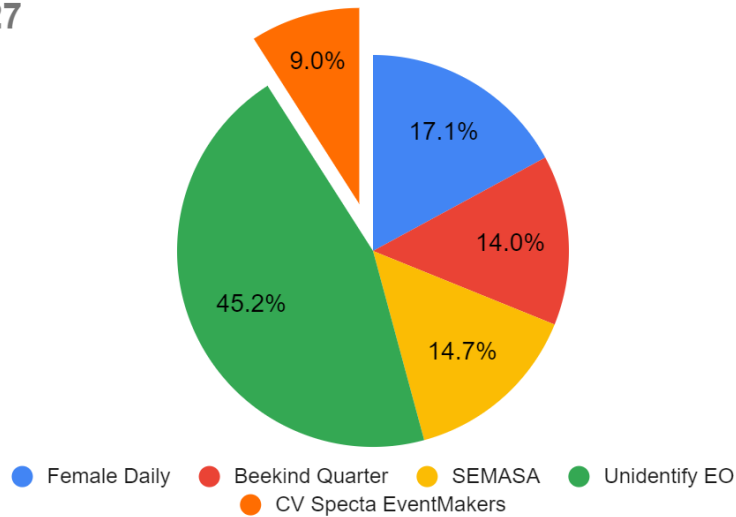
Hak Cipta :

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

Grafik 3.19 Market Share CV Specta EventMakers Terhadap Pesaing Lain

Tahun 2027

2027



Sumber: Data Olahan CV Specta EventMakers, 2024

Pada tahun ketiga CV Specta EventMakers mengambil pasar sebesar 9% dengan jumlah pelaksanaan 7 event pameran brand parfum lokal. Berdasarkan grafik 3.19 Diatas, Unidentify EO masih menjadi *market leader*. Meskipun Unidentify EO adalah *market leader* namun, pertumbuhan setiap tahunnya secara persentase tidak mengalami kenaikan.

3.5.2 Proyeksi Frekuensi Partisipasi Exhibitor Pada Pelaksanaan Pameran Brand Parfum Lokal

CV Specta EventMakers telah mengolah perhitungan proyeksi dari keempat pesaing yang memiliki lingkup bisnis yang sama dengan CV Specta EventMakers, penyelenggaraan pameran brand parfum lokal mengalami kenaikan setiap tahunnya dari tahun 2025 hingga 2027. Kemudian, CV Specta EventMakers melakukan perhitungan market share dari keempat pesaing 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Tabel 3.15 Proyeksi Frekuensi Pelaksanaan Pameran Brand Parfum Lokal
2025-2027

No	Nama EO	Frekuensi Partisipasi Exhibitor Pameran Brand Parfum Lokal					
		2025	%	2026	%	2027	%
1	Female Daily	54	25.5%	68	25.6%	87	25.7%
2	Beekind Quarter	39	18.8%	50	18.8%	64	18.9%
3	SEMASA	30	14.4%	39	14.5%	49	14.5%
4	Unidentify EO	67	31.8%	85	31.8%	109	32.0%
5	CV Specta EventMakers	20	9.5%	25	9.3%	30	8.8%
Total		210	100%	268	100%	340	100%

Sumber: Data Olahan CV Specta EventMakers, 2024

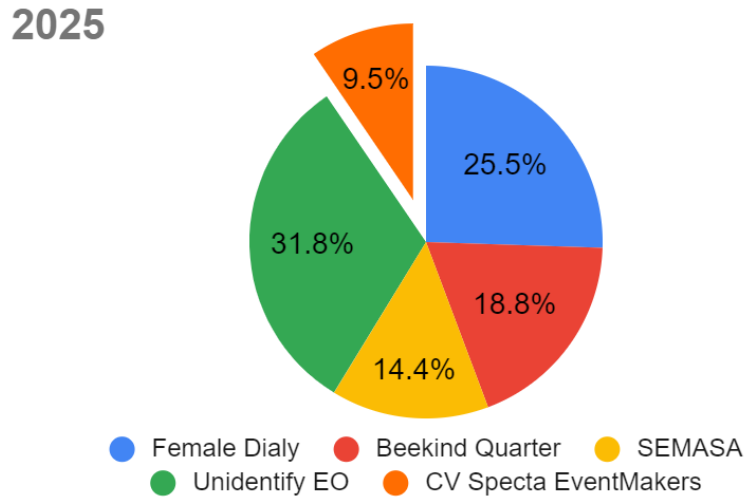
CV Specta EventMakers terus meningkatkan target paetisipasi exhibitor pada pameran *brand* parfum lokal setiap tahunnya, seperti tampak pada tabel 3.15 Merupakan gambaran dari terjadinya perubahan persentase pangsa pasar pada partisipasi exhibitor dalam pelaksanaan pameran *brand* parfum lokal di tahun 2025 - 2027 setelah masuknya CV Specta EventMakers ke dalam industri pameran *brand* parfum lokal. Berdasarkan data diatas tampak bahwa Unidentify EO merupakan *market leader* dari banyaknya jumlah partisipasi exhibitor *brand* parfum lokal dan mengalami peningkatan yang lebih tinggi dibandingkan dengan ketiga perusahaan lainnya yaitu Female Daily, Beekind Quarter dan SEMASA. Angka partisipasi exhibitor pada CV Specta EventMakers merupakan data asli dari minta para *brand* untuk mengikuti Enchanting Scent. Data tersebut CV Specta EventMakers dapatkan dari hasil survey online melalui google form pada link kepada 25 *brand* pada google form <https://tinyurl.com/event-makers>. Terdapat 20 brand yang ingin berpartisipasi pada pameran Enchanting Scent, sedangkan 5 lainnya tidak berminat.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan 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 3.20 Market Share Exhibitor CV Specta EventMakers Terhadap Exhibitor Pesaing Tahun 2025



Sumber: Data Olahan CV Specta EventMakers, 2024

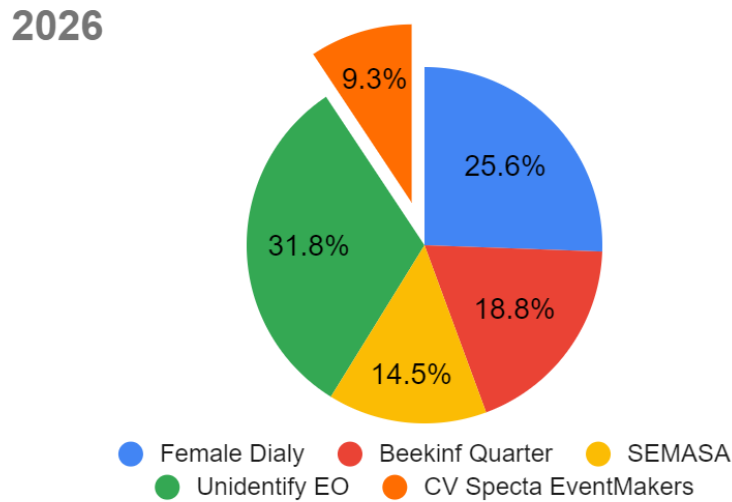
Berdasarkan pada grafik 3.20 diatas, market share yang dimiliki oleh CV Specta EventMakers terhadap empat pesaing pada tahun 2025 yaitu sebesar 9,5% dari empat pesaing lainnya. Unidentify EO menjadi market leader pada frekuensi partisipasi dari exhibitor penyelenggaraan pameran brand parfum lokal. Selanjutnya akan ditampilkan market share dari CV Specta EventMakers dengan keempat pesaing lainnya pada tahun 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

Grafik 3.21 Market Share Exhibitor CV Specta EventMakers Terhadap Exhibitor Pesaing Tahun 2026



Sumber: Data Olahan CV Specta EventMakers, 2024

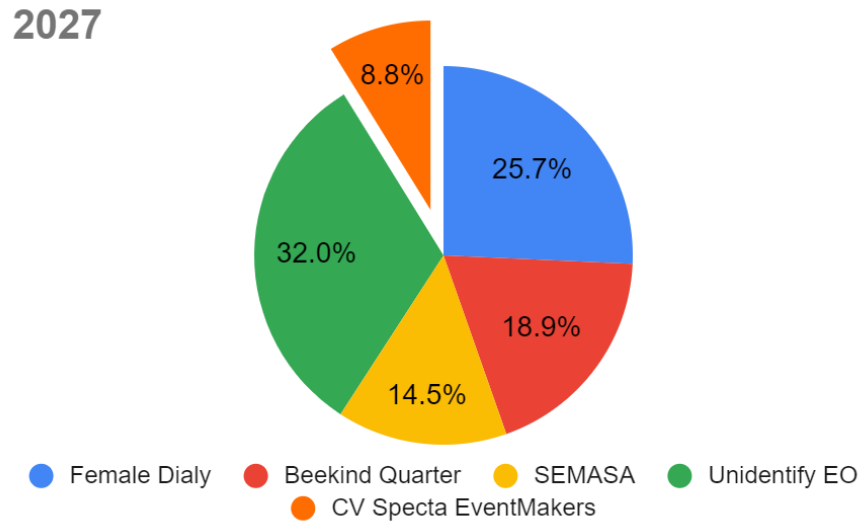
Berdasarkan grafik 3.21 diatas, pada tahun 2025 Unidentify EO masih menjadi *market leader* dengan frekuensi partisipasi dari exhibitor penyelenggaraan pameran brand parfum lokal sebanyak 85 exhibitor. CV Specta EventMakers mengambil bagian dari keempat pesaing sebanyak 9,3% dengan jumlah partisipasi exhibitor sebanyak 25 partisipan. Selanjutnya akan ditampilkan market share dari CV Specta EventMakers dengan keempat pesaing lainnya pada tahun 2027.



Hak Cipta :

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

Grafik 3.22 Market Share Exhibitor CV Specta EventMakers Terhadap Exhibitor Pesaing Tahun 2027



Sumber: Data Olahan CV Specta EventMakers, 2024

Pada tahun ketiga CV Specta EventMakers mengambil pasar sebesar 8,8% dengan jumlah frekuensi sebanyak 35 partisipan exhibitor. Berdasarkan grafik 3.12 diatas, Unidentify EO masih menjadi *market leader*. Meskipun Unidentify EO adalah *market leader* dengan jumlah 109 partisipan exhibitor.

3.6 Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran berperan penting dalam upaya perusahaan untuk memasarkan produk dan jasa mereka dengan tujuan memenangkan persaingan jangka panjang. Untuk mencapai target penjualan yang telah ditetapkan, CV Specta EventMakers telah merancang strategi pemasaran berdasarkan konsep marketing mix 8P, yang meliputi elemen-elemen seperti (*Product, Place, Price, People, Promotion, Process, Physical Evidence and Power of Connection*). Langkah ini diambil untuk memastikan keberhasilan perusahaan dalam memperoleh keunggulan kompetitif dan secara efektif memenuhi kebutuhan pelanggan.



Hak Cipta :

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

3.6.1 Produk (*Product*)

Definisi produk menurut (Kotler & Keller, 2008) produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan konsumen. CV Specta EventMakers adalah perusahaan *event organizer* yang fokus pada penyelenggaraan pameran. CV Specta EventMakers memiliki dua produk, yaitu dengan produk utama "Enchanting Scent", Pameran ini dirancang untuk mempromosikan parfum lokal, memberikan pengalaman aroma yang istimewa, serta menampilkan keunikan dan kreativitas produsen parfum lokal. CV Specta EventMakers juga menawarkan produk pendukung berupa *Pop-Up Booth* di gedung perkantoran Jakarta, yang akan mulai dijual pada tahun kedua operasional. Keputusan ini mempertimbangkan kesiapan, waktu, dan pendanaan, sehingga memungkinkan perusahaan memberikan layanan yang lebih matang dan berkualitas, serta menawarkan fleksibilitas lokasi dan konsep acara yang sesuai dengan kebutuhan klien.

3.6.2 Tempat (*Place*)

Menurut Kotler & Keller (2008), tempat distribusi didefinisikan sebagai berbagai aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan untuk memastikan produknya mudah diakses dan tersedia bagi konsumen yang ditargetkan. Distribusi memainkan peran yang sangat penting dalam membantu perusahaan memastikan ketersediaan produknya.

Strategi distribusi yang diadopsi oleh CV Specta EventMakers untuk mempermudah konsumen dalam mengakses pameran Enchanting Scent adalah melalui penggunaan media sosial Instagram. Perusahaan ini mengoperasikan dua akun resmi: satu akun khusus untuk perusahaan dan satu lagi untuk produk utama mereka. Dalam upaya distribusi ini, desain kemasan produk Enchanting Scent, termasuk desain konten dan *copywriting*, dibuat semenarik mungkin dengan penggunaan kombinasi warna yang mencolok. Selain itu, isi konten juga divariasikan untuk mengkomunikasikan jasa yang ditawarkan dengan cara



Hak Cipta :

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

yang mudah dipahami dan menarik bagi konsumen. Dengan pendekatan ini, diharapkan produk Enchanting Scent lebih mudah dikenali dan diminati oleh *brand* yang ingin berpartisipasi dalam pameran tersebut, sehingga peluang produk untuk dibeli menjadi lebih tinggi.

3.6.3 Harga (*Price*)

Menurut Kotler & Keller (2008), harga didefinisikan sebagai jumlah uang yang memiliki nilai tukar untuk mendapatkan manfaat dari kepemilikan atau penggunaan suatu produk atau jasa. Penetapan harga dilakukan dengan mempertimbangkan berbagai faktor, termasuk analisis biaya, nilai yang dirasakan oleh konsumen, serta harga yang ditetapkan oleh kompetitor. Untuk exhibitor, biaya partisipasi ditetapkan berdasarkan paket layanan yang ditawarkan, sedangkan untuk pengunjung, Enchanting Scent tidak mengenakan biaya tiket masuk. Hal ini memberikan keuntungan karena tidak membebani pengunjung dan memberikan peluang bagi para exhibitor untuk meningkatkan kesadaran merek dan produk mereka. Keunggulan ini memungkinkan Enchanting Scent untuk bersaing lebih baik dengan beberapa kompetitor yang mengenakan biaya tiket masuk kepada pengunjung.

3.6.4 Sumber Daya Manusia (*People*)

Menurut Kotler & Keller (2008), promosi adalah semua kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengkomunikasikan dan memasarkan produknya kepada target pasar. Unsur *people* mencakup semua individu yang terlibat dalam proses penyampaian tersebut. CV Specta EventMakers melibatkan sumber daya manusia yang memiliki profesionalisme tinggi sesuai dengan visi perusahaan serta kreativitas yang selaras dengan tren terkini setiap tahunnya. Pengetahuan, sikap, dan keterampilan dalam perencanaan serta pelaksanaan pameran menjadi aspek penting yang harus dimiliki oleh setiap anggota tim di CV Specta EventMakers. Tim CV Specta EventMakers memilih



Hak Cipta :

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

sumber daya manusia dengan memiliki pengalaman di bidang yang ditentukan minimal 1 tahun. Hal ini diperlukan agar perusahaan dapat memiliki sumber daya manusia yang berkompeten dan kinerja yang baik dalam merencanakan dan menjalankan jalannya acara.

3.6.5 Promosi (*Promotion*)

CV Specta EventMakers akan memaksimalkan kegiatan promosi untuk menyebarkan informasi mengenai produk yang akan ditawarkan kepada target pasar. Strategi pemasaran yang diterapkan adalah *through the line* (TTL), yang mencakup aktivitas pemasaran dengan jangkauan luas dan tidak spesifik. Berikut adalah detail dari strategi pemasaran TTL yang akan diterapkan:

a. *Advertising*

1. Instagram Ads

Instagram merupakan salah satu platform media sosial yang paling populer. CV Specta EventMakers akan memanfaatkan fitur pengiklanan yang disediakan oleh Instagram, yaitu Instagram Ads (IG Ads). Dengan Instagram Ads, iklan akan muncul di feed dan *story* Instagram, menjangkau audiens yang lebih luas. Selain itu, perusahaan akan mengubah akun Instagram menjadi akun bisnis untuk mendapatkan akses ke data dan statistik dari setiap iklan dan konten yang diunggah. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk mengukur efektivitas kampanye iklan dan mengoptimalkan strategi pemasaran mereka. Perusahaan juga akan memanfaatkan fitur tagar atau hashtag untuk mengkategorikan konten, sehingga lebih mudah ditemukan oleh calon klien.

2. TikTok Ads

TikTok adalah platform yang sangat digemari dengan 800 juta pengguna aktif setiap bulannya menurut Glints.com.



Hak Cipta :

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

CV Specta EventMakers akan memanfaatkan potensi ini dengan memasang iklan di TikTok melalui TikTok Ads. Iklan di TikTok akan membantu perusahaan memperluas jaringan pasar dan mencapai audiens yang lebih luas. Dengan memanfaatkan popularitas platform tersebut, perusahaan berharap dapat meningkatkan visibilitas dan menarik lebih banyak calon klien.

b. *Personal Selling*

Dalam hal *personal selling*, CV Specta EventMakers akan menggunakan teknik *direct marketing* melalui email. Perusahaan akan mengirimkan email kepada seluruh *potential buyer* dan mempertahankan kontak dengan mereka yang sudah ada. Email ini akan berisi pesan penawaran produk kepada pelanggan baru serta informasi mengenai produk atau layanan terbaru, sehingga calon klien selalu terupdate mengenai apa yang ditawarkan oleh perusahaan. Dengan menjaga komunikasi yang baik dengan *potential buyer*, perusahaan dapat membangun hubungan yang lebih kuat dan meningkatkan peluang penjualan.

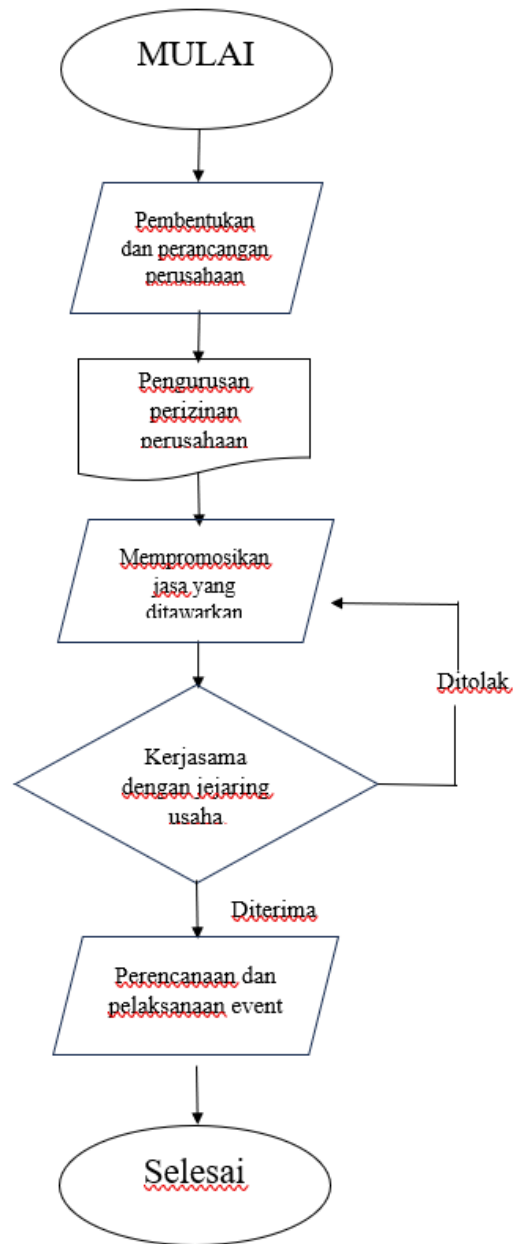
Dengan strategi pemasaran *through the line* ini, CV Specta EventMakers bertujuan untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan efektivitas kampanye pemasaran mereka.

Hak Cipta :

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

3.6.6 Proses Bisnis (Process)

Bagan 3.1 Tahapan - Tahapan Proses Bisnis



Sumber: Data Olahan CV Specta EventMakers, 2024



Hak Cipta :

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

Pada bagan 3.1 dijelaskan bahwa CV Specta EventMakers akan mengembangkan perusahaan dimulai dengan pembentukan dan perancangan perusahaan serta pengurusan izin-izin pendirian. Setelah perusahaan memiliki rancangan dan legalitas yang diperlukan, mereka dapat memulai usaha yang telah direncanakan. Langkah berikutnya adalah mempromosikan jasa yang ditawarkan dan menjalin kerja sama dengan berbagai jejaring usaha. Proses bisnis melibatkan perencanaan yang detail dan koordinasi yang efektif dari awal hingga akhir *event*. Ini termasuk tahap perencanaan, pengaturan logistik, manajemen acara, serta evaluasi dan tindak lanjut pasca acara. Setiap tahap dirancang untuk memastikan pengalaman yang mulus bagi exhibitor dan pengunjung.

3.6.7 Bukti Fisik (*Physical Evidence*)

Bukti fisik menurut (Kotler & Keller, 2008) yaitu bukti yang dimiliki oleh penyedia jasa yang ditujukan kepada konsumen sebagai usulan nilai tambah konsumen. Pada CV Specta EventMakers memiliki bukti fisik Enchanting Scents adalah kantor dan logo perusahaan. Berikut merupakan bukti fisik dari enchanting scentsn oleh CV Specta EventMakers:

a. Kantor CV Specta EventMakers

CV Specta EventMakers memiliki gedung operasional dimana para karyawan melakukan berbagai pekerjaan, termasuk administrasi, perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan untuk mencapai tujuan perusahaan. Gedung ini juga berfungsi sebagai tempat untuk memberikan layanan kepada konsumen dan stakeholders CV Specta EventMakers. Perusahaan sangat memperhatikan kenyamanan karyawan dengan menyediakan fasilitas yang memadai, seperti akses internet tanpa batas (Wi-Fi), listrik, alat tulis kantor, serta peralatan operasional seperti



Hak Cipta :

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

laptop dan printer. Fasilitas-fasilitas ini mendukung fungsi kantor dan bertujuan agar karyawan merasa nyaman dan dapat bekerja secara optimal.

b. Logo Perusahaan

Logo memiliki peran penting dalam memberikan identitas bagi CV Specta EventMakers. Selain itu, kepemilikan logo yang baik dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap brand secara emosional. Merancang logo yang tepat akan memberikan kesan profesionalisme yang tinggi, membangun kesadaran merek yang kuat, dan membedakan bisnis dari para pesaing.

3.6.8 Power of Connection

Power of connection adalah metode pemasaran yang memanfaatkan koneksi pribadi untuk menghubungkan penyedia jasa dengan klien. Metode ini memiliki peranan penting dalam penjualan karena menawarkan banyak manfaat bagi perusahaan. Salah satu manfaat utamanya adalah kemudahan dalam memperoleh izin, yang menunjukkan bahwa perusahaan dapat lebih mudah menjalankan sebuah acara terkait perizinan pelaksanaan dan penyelenggaraan.

Power of Connection berfokus pada kemampuan CV Specta EventMakers untuk membangun dan memelihara jaringan yang kuat dengan berbagai pemangku kepentingan, termasuk exhibitor, pengunjung, media, dan mitra bisnis. Koneksi ini penting untuk membangun reputasi, meningkatkan kepercayaan, dan memastikan keberhasilan jangka panjang.



Hak Cipta :

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

3.7 Analisis Pesaing

Analisis pesaing adalah salah satu komponen penting dalam proses mendirikan atau merintis sebuah perusahaan. Ini bisa dianggap sebagai strategi untuk memahami kompetitor secara mendalam, sehingga perusahaan dapat mengetahui berbagai aktivitas yang dilakukan oleh pesaing. Bagi CV Specta EventMakers, analisis pesaing menjadi proses esensial untuk mengevaluasi strategi dan potensi ancaman dari kompetitor, serta memahami tren yang sedang berlangsung di industri pameran merek parfum lokal.

CV Specta EventMakers telah melakukan analisis perusahaan pesaing, bahwa terdapat 4 perusahaan yang menjadi kompetitor bisnis yaitu Female Daily, Beekind Quarter, SEMASA, dan Unidentify EO. berikut adalah analisis pesaing yang dapat dilihat melalui tabel berikut ini:

Tabel 3.16 Analisis Pesaing CV Specta EventMakers

No	Pesaing	Keunggulan	Kelemahan
1	Female Daily	<ul style="list-style-type: none"> - Hubungan dengan komunitas kuat - Konten yang disajikan beragam - Sudah melakukan <i>event</i> diluar JABODETABEK 	<ul style="list-style-type: none"> - Hanya berfokus pada kecantikan dan gaya hidup wanita - sering terjadi penumpukan visitor
2	Beekind Quarter	<ul style="list-style-type: none"> - Memiliki konsep <i>entertaining</i> sehingga konsepnya selalu update dikalangan anak muda pada tahunnya - Sudah melakukan <i>event</i> diluar JABODETABEK 	<ul style="list-style-type: none"> - Hanya menyelenggarakan <i>annual event</i> - Fokus yang sangat spesifik pada pemberdayaan wanita



Hak Cipta :

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

		- Sering melakukan workshop dan seminar	
3	SEMASA	- Sudah diakuisisi oleh pemerintah DKI Jakarta - Menggunakan layanan jasa kurator untuk beberapa program acara di dalamnya	- Produk yang harus sesuai dengan ketentuan pemerintah - Exhibitor yang memiliki produk untuk usia 18+ atau produk yang bertentangan dengan syariat agama Islam tidak diizinkan untuk berpartisipasi.
4	Unidentify EO	- Memiliki konsep yang sesuai dengan keinginan gen z - Sedang digandrungi oleh pasar karena menawarkan harga yang murah	- Tidak diketahui siapa penyelenggara <i>event</i> secara resmi - Penyelenggaraan yang tidak profesional

Sumber: Data Olahan CV Specta EventMakers, 2024

3.8 Analisis S.W.O.T

Analisis SWOT (*strength, weakness, opportunity, dan threats*) CV Specta EventMakers berdasarkan analisis yang dilakukan oleh perusahaan menghasilkan analisa sebagai berikut:

3.8.1 Analisis S.W.O.T

a. *Strengths* (Kekuatan)

Kekuatan yang dimiliki oleh CV Specta EventMakers adalah:

- 1) Fokus Niche: Spesialisasi dalam pameran untuk brand parfum lokal memberikan posisi pasar yang unik dan audiens yang terarah.



Hak Cipta :

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

- 1) Lokasi Strategis: Berpusat di Jakarta, pusat urban besar, menawarkan akses ke pasar potensial yang luas dan banyak brand lokal.
- 2) Keuntungan Pionir: Menjadi salah satu yang pertama berfokus pada pameran brand parfum lokal dapat menjadikan CV Specta EventMakers sebagai pemimpin dalam niche ini.
- 3) Pertumbuhan Industri: Industri parfum di Indonesia sedang berkembang, didorong oleh minat konsumen yang meningkat dan daya beli yang lebih tinggi.

b. *Weaknesses* (Kelemahan)

Selain kekuatan, perusahaan juga menganalisa kelemahan yang dimiliki sebagai *preventif* yaitu:

- 1) Pendatang Baru: Sebagai perusahaan baru, CV Specta EventMakers belum memiliki reputasi dan rekam jejak yang kuat.
- 2) Biaya Awal yang Tinggi: Investasi signifikan dibutuhkan untuk menyelenggarakan acara skala besar, termasuk biaya tempat, pemasaran, dan logistik. Ketergantungan pada Brand
- 3) Lokal: Ketergantungan yang tinggi pada brand parfum lokal dapat membatasi variasi dan daya tarik acara.
- 4) Tantangan Operasional: Potensi masalah logistik dan koordinasi dalam mengorganisir acara besar.

c. *Opportunities* (Peluang)

Peluang yang hadir untuk perusahaan merupakan unsur yang sangat penting dalam menghadirkan produk dalam pasar, peluang tersebut adalah:

- 1) Ekspansi Pasar: Minat yang meningkat pada produk lokal dan pasar niche dapat memperluas target audiens.



Hak Cipta :

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

- 2) Kolaborasi dan Kemitraan: Potensi untuk berkolaborasi dengan influencer, selebriti lokal, dan media untuk meningkatkan visibilitas dan kredibilitas.
- 3) Integrasi Teknologi: Memanfaatkan AR/VR dan teknologi lainnya untuk meningkatkan pengalaman pameran dan menarik konsumen yang melek teknologi.
- 4) Edukasi Konsumen: Kesempatan untuk mendidik konsumen tentang manfaat dan keunikan parfum lokal, meningkatkan loyalitas merek.

d. *Threats* (Ancaman)

Perusahaan menganalisis ancaman yang mungkin akan terjadi pada proses perencanaan maupun penyelenggaraan produk, sehingga menghasilkan penjelasan dibawah ini:

- 1) Persaingan Ketat: Persaingan dari *event* organizer lain dan pameran serupa bisa menjadi ancaman kompetitif.
- 2) Ketidakpastian Ekonomi: Fluktuasi ekonomi dapat mempengaruhi pengeluaran konsumen dan partisipasi brand.
- 3) Perubahan Regulasi: Perubahan dalam regulasi terkait acara dan pemasaran produk dapat mempengaruhi operasi.
- 4) Tren Pasar: Perubahan cepat dalam preferensi konsumen dan tren pasar dapat mempengaruhi relevansi pameran.



3.8.2 Analisis SO, WO, ST, WT

Tabel 3.17 Analisis SO, WO, ST, WT

Strategi	Kategori	Detail
SO (Strengths-Opportunities)	Menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang.	<p>1. Fokus Niche dan Pertumbuhan Pasar: Menggunakan spesialisasi dalam pameran brand parfum lokal untuk memanfaatkan pertumbuhan industri parfum di Indonesia.</p> <p>Strategi: Meningkatkan jumlah <i>event</i> pameran dan diversifikasi jenis acara untuk menarik lebih banyak brand dan konsumen lokal.</p>
		<p>2. Lokasi Strategis dan Ekspansi Pasar: Memanfaatkan lokasi di Jakarta untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan memperluas pasar ke kota-kota lain.</p> <p>Strategi: Menyelenggarakan acara di berbagai kota besar lainnya di Indonesia dan mengembangkan acara bertema unik untuk menarik minat konsumen.</p>
		<p>3. Kolaborasi dan Kemitraan: Menggunakan jaringan dan hubungan dengan influencer serta media untuk meningkatkan visibilitas acara.</p> <p>Strategi: Mengembangkan kemitraan strategis dengan influencer, selebriti lokal, dan media untuk mempromosikan <i>event</i> dan</p>

Hak Cipta :

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



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

		<p>meningkatkan kesadaran brand.</p>
<p>WO (Weaknesses-Opportunities)</p>	<p>Meminimalkan kelemahan dengan memanfaatkan peluang.</p>	<p>1. Pemandang Baru dan Kolaborasi: Mengatasi kurangnya reputasi dengan membangun kolaborasi dengan nama besar di industri parfum dan media.</p> <p>Strategi: Melibatkan brand parfum terkenal dan media besar dalam setiap acara untuk membangun kredibilitas dan meningkatkan daya tarik.</p>
		<p>2. Biaya Awal Tinggi dan Teknologi: Menggunakan teknologi seperti AR/VR untuk mengurangi biaya fisik dan operasional serta meningkatkan pengalaman pengunjung.</p> <p>Strategi: Mengembangkan platform digital untuk pameran virtual yang dapat diakses lebih luas dan dengan biaya yang lebih rendah.</p>
		<p>3. Tim Terbatas dan Edukasi Konsumen: Memanfaatkan peluang edukasi konsumen untuk meningkatkan loyalitas, sambil memperkuat tim dengan pelatihan dan</p>



Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

		<p>rekrutmen.</p> <p>Strategi: Menyediakan sesi edukasi dan pengalaman langsung dalam acara untuk menarik minat konsumen serta meningkatkan keahlian tim melalui pelatihan intensif.</p>
<p>ST (Strengths-Threats)</p>	<p>Menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman.</p>	<p>1. Keuntungan Pionir dan Persaingan Ketat: Menggunakan posisi sebagai pionir untuk tetap unggul dalam persaingan.</p> <p>Strategi: Terus berinovasi dengan konsep acara yang unik dan menarik untuk membedakan diri dari kompetitor.</p>
		<p>2. Jaringan Luas dan Ketidakpastian Ekonomi: Memanfaatkan jaringan yang luas untuk mengamankan sponsor dan dukungan finansial dalam menghadapi ketidakpastian ekonomi.</p> <p>Strategi: Mengembangkan hubungan jangka panjang dengan sponsor dan investor untuk mendukung stabilitas finansial perusahaan.</p>
		<p>3. Pengalaman dan Reputasi serta Perubahan Regulasi: Menggunakan pengalaman dalam menyelenggarakan acara untuk mematuhi perubahan regulasi dengan cepat dan efisien.</p>



Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

		<p>Strategi: Mengembangkan tim hukum internal atau bermitra dengan konsultan hukum untuk memastikan kepatuhan terhadap regulasi terbaru.</p>
<p>WT (Weaknesses-Threats)</p>	<p>Meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman.</p>	<p>1. Pendetang Baru dan Persaingan Ketat: Meningkatkan reputasi perusahaan dengan mendapatkan sertifikasi dan penghargaan industri untuk membangun kredibilitas.</p> <p>Strategi: Mengajukan diri untuk berbagai penghargaan industri dan mendapatkan sertifikasi yang relevan untuk meningkatkan reputasi perusahaan.</p>
		<p>2. Biaya Awal Tinggi dan Ketidakpastian Ekonomi: Mengelola biaya dengan efisiensi dan mencari alternatif pendanaan untuk mengatasi ketidakpastian ekonomi.</p> <p>Strategi: Menjalankan audit keuangan berkala untuk mengidentifikasi dan mengurangi pengeluaran yang tidak perlu, serta mencari investor atau pinjaman dengan suku bunga rendah.</p>



Hak Cipta :

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

		<p>3. Tim Terbatas dan Perubahan Regulasi: Memperkuat tim dengan merekrut profesional berpengalaman dan memberikan pelatihan untuk menghadapi perubahan regulasi.</p> <p>Strategi: Merekrut ahli di bidang regulasi dan <i>event management</i> untuk memastikan tim selalu siap menghadapi perubahan dan tantangan baru.</p>
--	--	---

Sumber: Data Olahan CV Specta EventMakers, 2024

Berdasarkan analisis SO,WO,ST,WT yang disebutkan, CV Specta EventMakers memiliki kekuatan yang dapat digunakan untuk memanfaatkan peluang dalam mendirikan dan mengembangkan perusahaan. Meskipun ada kelemahan, perusahaan tetap dapat menggunakan peluang yang ada. Selain itu, meski terdapat ancaman dalam operasionalnya, CV Specta EventMakers memiliki kekuatan yang dapat digunakan untuk mengatasi ancaman tersebut. Perusahaan juga telah menganalisis kelemahan yang ada sehingga dapat menyiapkan perencanaan untuk mengantisipasi ancaman yang mungkin muncul.

3.9 Jejaring Usaha

Dalam menjalankan usaha CV Specta EventMakers perlu bekerja sama dengan pihak-pihak yang terkait dengan pelaksanaan kegiatan yang dilakukan. Melalui kerja sama ini diharapkan setiap produk CV Specta EventMakers dapat memberikan hasil yang terbaik untuk mitra, exhibitors, serta partner bisnis lainnya. Hubungan kerja sama CV Specta EventMakers akan dijabarkan sebagai berikut:



Tabel 3.18 Daftar Jejaring Usaha

No	Nama	Alamat	Contact	Bidang
1	Mbloc Space	Jl. Panglima Polim Nmor 37, RW 1, Melawai, Kecamatan Kebayoran Baru, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta.	Rio - 0811877453	Venue
2	Pos Bloc	Jl. Pos No.2, Ps. Baru, Kecamatan Sawah Besar, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10710	Amry - 0819855155	Venue
3	Brickhall	Cilandak Barat, Kec. Cilandak, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta	Debra - 086831134478	Venue
4	Sumber Kreasi Ukasah	Jl. Kp. Ciater Tengah rw06, RT.09/RW.08, Ciater, Kec. Serpong, Kota Tangerang Selatan, Banten 15310	Adi - 081289882252	Event Production + Electricity
5	Brotherwoods.id	Jl. H. Naim No.5, RW.11, North Cipete, Kec. Kby. Baru, South Jakarta City, Special Region of Jakarta	Randy - 082244381246	Event Production + Decoration
6	RDTX	Kuningan, Karet Kuningan,	Agam -	Venue

Hak Cipta :

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



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

		Setiabudi, South Jakarta City, Jakarta	085717321333	
7	BEJ/IDX Tower	Gedung Bursa Efek Indonesia Tower 1, Jl. Jend. Sudirman kav 52-53 Lantai 6, Senayan, Kec. Kby. Baru, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12190	Fajar - 087700336418	<i>Venue</i>

Sumber: Data Olahan CV Specta EventMakers, 2024

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan 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

BAB IV

ANALISIS SUMBER DAYA MANUSIA

Sumber daya manusia (SDM) dalam perusahaan *event organizer* merupakan hal yang sangat penting dalam menjalankan sebuah perusahaan. CV Specta EventMakers memastikan memiliki SDM yang berkompeten dalam menciptakan dan mengimplementasikan acara yang inovatif, efektif, dan berkesan. SDM yang kompeten memastikan bahwa setiap detail acara direncanakan dan dilaksanakan dengan sempurna, dari konsep kreatif hingga eksekusi teknis. SDM yang handal dapat meningkatkan efisiensi operasional dan menjaga kualitas layanan perusahaan, sehingga dapat mendukung keberhasilan perusahaan dalam jangka panjang.

4.1 Analisis Kompetensi Sumber Daya Manusia

Kompetensi sumber daya manusia penting bagi perusahaan karena merupakan fondasi dari perencanaan, pelaksanaan, dan kesuksesan acara. CV Specta EventMakers memiliki kompetensi sumber daya manusia inovatif, efektif, dan berkesan langsung pada kepuasan klien, reputasi perusahaan, dan keberhasilan bisnis. CV Specta EventMakers terdapat tiga jabatan kerja yaitu direktur utama, direktur pemasaran, dan direktur keuangan terdiri dari lulusan D4/Sarjana Terapan MICE, seperti tampak pada tabel 4.1.



Hak Cipta :

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

Tabel 4.1 Analisis Kompetensi Tingkat Pendidikan SDM CV Specta EventMakers

TINGKAT PENDIDIKAN	JUMLAH
Tidak lulus SD	0
SD	0
SMP	0
SMA	0
D1	0
D3/ Sarjana Muda	0
Sarjana	6
TOTAL	6

Sumber: Data di olah oleh CV Specta EventMakers, 2024

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



Hak Cipta :

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

Tabel 4.2 Analisis Kompetensi Bagian SDM CV Specta EventMakers

BAGIAN/ DEPT	JUMLAH
Direktur Utama	1
Direktur Pemasaran	1
Direktur Keuangan	1
2D/3D Designer	1
Sales	1
Account Excecutive	1
TOTAL	6

Sumber: Data Olahan CV Specta EventMakers, 2024

Berdasarkan tabel 4.1 dan 4.2 diatas, dapat disimpulkan untuk sumber daya manusia dari CV Specta EventMakers memiliki tingkat pendidikan minimal sarjana. Sumber daya manusia CV Specta EventMakers terdiri dari 3 orang dengan posisi sebagai pemilik perusahaan yaitu direktur utama, direktur pemasaran, dan direktur keuangan, kemudian 3 orang dengan posisi pekerja lepas atau freelancer yaitu 12D/3D Designer, 1 Sales, dan 1 Account Executive. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa CV Specta EventMakers memiliki kompetensi sumber daya manusia yang baik dan berkompeten bagi operasional perusahaan dalam menjalankan usaha jangka panjang. Selain itu, CV Specta EventMakers memiliki standar kompetensi sumber daya manusia dengan syarat memiliki keunggulan dan sertifikasi keahlian guna memaksimalkan kinerja dan kualitas layanan perusahaan untuk memuaskan klien dalam menjalankan sebuah acara.

Berikut merupakan keunggulan - keunggulan yang harus dimiliki oleh sumber daya manusia CV Specta EventMakers yang terdapat pada tabel 4.3:



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

Tabel 4.3 Keunggulan - keunggulan Sumber Daya Manuai CV Specta EventMakers

<ol style="list-style-type: none">1. Pemahaman mendalam tentang industri MICE (Meetings, Incentives, Conferences, and Exhibitions)2. Keahlian dalam strategi pemasaran dan branding3. Keahlian dalam manajemen anggaran dan pengendalian biaya4. Kemampuan multitasking dan manajemen waktu5. Keterampilan komunikasi yang baik6. Kreativitas dan inovasi7. Keahlian dalam perangkat lunak desain grafis dan 3D seperti Adobe Creative Suite, AutoCAD, dan 3ds Max
--

Sumber: Data Olahan CV Specta EventMakers, 2024

4.2 Analisis Kebutuhan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia

CV Specta EventMakers melakukan analisis kebutuhan dan pengembangan sumber daya manusia dengan mempertimbangkan kualifikasi posisi yang dibutuhkan. Pada tahun pertama CV Specta EventMakers membutuhkan sumber daya manusia yang lebih untuk memaksimalkan kinerja dan efektivitas kerja. Untuk itu perusahaan melakukan perencanaan kebutuhan dan pengembangan sumber daya manusia dengan merekrut karyawan lepas (freelancer). Dalam perekrutannya terdapat standar persyaratan yang ditetapkan perusahaan untuk setiap posisi yang dibutuhkan. Kebutuhan dan pengembangan sumber daya manusia yang ditetapkan perusahaan didasari oleh jabatan, tingkat pendidikan, pengalaman *event*, dan keterampilan khusus. Analisis pengembangan dan perencanaan sumber daya CV Specta EventMakers dapat dilihat pada tabel 4.4 di bawah ini.



Tabel 4.4 Keterampilan Pekerja Lepas CV Specta EventMakers

JABATAN	TINGKAT PENDIDIKAN	PENGALAMAN (TAHUN)	KETERAMPILAN KHUSUS FREELANCER
Direktur Utama	S1/D3/D4 Semua Jurusan	1 Tahun	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemahaman mendalam tentang industri MICE (Meetings, Incentives, Conferences, and Exhibitions) 2. Memiliki Sertifikasi profesi LSP 3. Memiliki pengalaman menyelenggarakan dan berpartisipasi dalam <i>event</i> selama 3 tahun 4. Memiliki kepemimpinan yang kuat 5. Memiliki kemampuan dalam pengambilan keputusan strategis 6. Dapat komunikasi yang efektif
Direktur Pemasaran	S1/D3/D4 Semua Jurusan	1 Tahun	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemampuan merancang dan mengimplementasikan strategi pemasaran yang efektif.

Hak Cipta :

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



Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

			<ol style="list-style-type: none"> 2. Mampu menganalisis tren pasar dan perilaku konsumen. 3. Dapat menggunakan microsoft office 4. Memiliki pengalaman <i>event</i> minimal 2 tahun 5. Dapat komunikasi yang efektif
Direktur Keuangan	S1/D3/D4 Semua Jurusan	1 Tahun	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemampuan mengelola arus kas, anggaran, dan pelaporan keuangan. 2. Kemampuan menganalisis laporan keuangan untuk pengambilan keputusan yang tepat. 3. Dapat menggunakan microsoft excel 4. Dapat komunikasi yang efektif 5. Mampu bekerja sama dengan berbagai tim, termasuk vendor, pemasok, dan klien.
Creative	S1/D3/D4 Semua Jurusan	1 Tahun	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemampuan dalam software desain grafis



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

			<p>seperti Adobe Illustrator, Photoshop.</p> <ol style="list-style-type: none">2. Kemampuan menciptakan desain yang menarik dan inovatif.3. Kemampuan untuk berkomunikasi dengan jelas dan efektif, baik secara lisan maupun tulisan, dengan semua pihak yang terlibat.4. Mengetahui tren terkini dalam industri pameran dan desain untuk memastikan pameran tetap relevan dan menarik.5. Kemampuan untuk cepat dan efektif dalam mengatasi masalah yang muncul selama perencanaan dan pelaksanaan pameran.6. Mampu bekerja sama dengan berbagai tim, termasuk vendor, pemasok, dan klien.
--	--	--	--



Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Sales	S1/D3/D4 Semua Jurusan	1 Tahun	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemahaman mendalam tentang industri MICE (Meetings, Incentives, Conferences, and Exhibitions) 2. Memiliki pemahaman yang mendalam tentang produk atau layanan yang ditawarkan serta tren dan dinamika industri terkait. 3. Mampu berkomunikasi dengan jelas dan efisien dengan klien, tim internal, dan pemangku kepentingan lainnya. 4. Mampu mengidentifikasi dan mengatasi masalah yang muncul dengan solusi yang cepat dan efektif. 5. Mampu bekerja sama dengan berbagai tim dan departemen untuk mencapai tujuan bersama.
Account	S1/D3/D4 Semua	1 Tahun	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemahaman mendalam



© 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

Executive	Jurusan		<p>tentang industri MICE (Meetings, Incentives, Conferences, and Exhibitions)</p> <ol style="list-style-type: none">2. Mampu berkomunikasi dengan jelas dan efisien dengan klien, tim internal, dan pemangku kepentingan lainnya.3. Mampu bernegosiasi untuk mencapai kesepakatan yang menguntungkan bagi perusahaan dan klien.4. Mampu menyajikan ide, rencana, dan laporan kepada klien dan tim internal dengan cara yang menarik dan meyakinkan.5. Mampu bekerja sama dengan berbagai tim dan departemen untuk mencapai tujuan bersama.
-----------	---------	--	---

Sumber: Data Olahan CV Specta EventMakers, 2024



Hak Cipta :

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

4.3 Rencanan Pembuatan Kebutuhan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia

Pada deskripsi kebutuhan dan pengembangan sumber daya manusia CV Specta EventMakers, pembuatan konsep, rencana pemasaran dan rencana keuangan perusahaan akan di operasikan oleh para pendiri perusahaan. Untuk membantu jalannya proses penyelenggaraan *event* pameran, pada tahun pertama perusahaan akan merekrut pekerja lepas (freelancer). Berikut merupakan rencana kebutuhan sumber daya manusia oleh CV Specta EventMakers pada tabel 4.5 dibawah ini.

Tabel 4.5 Rencana Kebutuhan Sumber Daya Manusia CV Specta EventMakers

JABATAN	JUMLAH KEBUTUHAN	TENAGA TERSEDIA	TENAGA YANG HARUS DIREKRUT	TAHUN REKRUT TENAGA KERJA LEPAS
Direktur Utama	1	1	-	2024
Direktur Pemasaran	1	1	-	2024
Direktur Keuangan	1	1	-	2024
2D/3D Designer	1	-	1	2025
Sales	1	-	1	2025
Account Excecutive	1	-	1	2025

Sumber: Data Olahan CV Specta EventMakers, 2024

Pada tabel 4.3 di atas, dapat dianalisis bahwa pada tahun pertama operasi, CV Specta EventMakers akan merekrut tenaga kerja lepas (freelancer) pada tahun 2025. Terdapat tiga posisi yang akan direkrut, yaitu 2D/3D Designer, Sales, dan Account Executive. Setiap posisi tersebut membutuhkan satu tenaga kerja lepas.

Direktur Utama, Direktur Pemasaran, dan Direktur Keuangan masing-masing telah tersedia satu tenaga kerja dan tidak memerlukan tambahan rekrutmen pada tahun pertama. Hal ini menunjukkan bahwa CV Specta EventMakers telah memenuhi kebutuhan tenaga kerja tetap untuk posisi-posisi manajerial dan hanya memerlukan tenaga kerja lepas untuk mendukung operasional pada bidang 2D/3D Designer, Sales, dan Account Executive di tahun 2025.

Dalam perencanaan sumber daya manusia ini, perusahaan perlu memastikan bahwa proses rekrutmen tenaga kerja lepas dilakukan dengan baik untuk memenuhi kebutuhan operasional sesuai jadwal yang telah ditentukan. Adanya tenaga kerja lepas pada posisi-posisi tersebut diharapkan dapat mendukung kelancaran dan keberhasilan *event* yang akan diselenggarakan oleh CV Specta EventMakers. Pada bagan 4.1 terdapat tahapan proses rekrutmen tenaga kerja lepas.

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

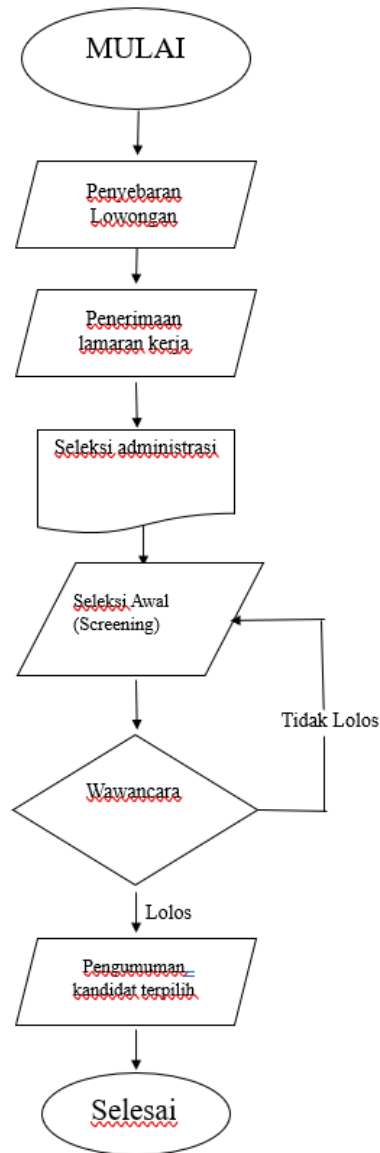




Hak Cipta :

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

Bagan 4.1 Tahapan Proses Rekrutmen Tenaga Kerja Lepas



Sumber: Data Olahan CV Specta EventMakers, 2024



Hak Cipta :

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

BAB V

PEMANFAATAN TEKNOLOGI

Analisis pemanfaatan teknologi dalam perusahaan merupakan langkah penting untuk memahami inovasi teknologi yang dapat mempengaruhi dan mengubah berbagai aspek operasional serta strategis perusahaan. Dengan melakukan analisis ini, perusahaan dapat mengidentifikasi area di mana teknologi dapat diterapkan untuk meningkatkan efisiensi operasional, seperti melalui otomatisasi proses atau integrasi sistem. Selain itu, analisis ini juga membantu perusahaan dalam merancang strategi bisnis yang lebih efektif, misalnya dengan memanfaatkan data analitik untuk pengambilan keputusan yang lebih baik atau menggunakan teknologi digital marketing untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Dengan demikian, inovasi teknologi tidak hanya menjadi alat untuk mengoptimalkan proses bisnis, tetapi juga menjadi faktor kunci dalam menjaga daya saing perusahaan di pasar yang semakin kompetitif, meningkatkan efisiensi dalam penggunaan sumber daya, dan mendukung pertumbuhan jangka panjang yang berkelanjutan. Melalui pemanfaatan teknologi yang tepat, perusahaan dapat terus beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis dan mempertahankan posisinya sebagai pemain utama di industrinya.

5.1 Analisis Perencanaan Pemanfaatan Teknologi

Pemanfaatan teknologi informasi di CV Specta EventMakers bertujuan untuk meningkatkan efisiensi operasional, kualitas layanan, daya saing, dan pertumbuhan jangka panjang. Rencana ini mencakup kebutuhan dari sisi *hardware* dan *software* yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut. Berikut merupakan teknologi yang digunakan oleh CV Specta EventMakers:



Hak Cipta :

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

5.1.1 Marketing

CV Specta EventMarkers menggunakan media sosial sebagai teknologi yang akan mendukung kegiatan pemasaran. Media sosial memungkinkan bisnis untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan kesadaran tentang merek mereka. Dengan konten yang menarik dan konsisten, perusahaan dapat membangun identitas merek yang kuat dan mudah dikenali oleh konsumen. Platform media sosial seperti *Tiktok*, dan *Instagram* memungkinkan perusahaan untuk menargetkan audiens berdasarkan demografi, minat, perilaku, dan lokasi. Ini membantu dalam menyampaikan pesan pemasaran yang relevan kepada kelompok yang tepat.

5.1.2 Operasi

Pada kegiatan operasional CV Specta EventMarkers sangat dibutuhkannya sebuah teknologi untuk membantu persiapan sampai pelaksanaan acara. Pemanfaatan teknologi pada CV Specta EventMarkers terbagi menjadi dua, perangkat keras (*hardware*) dan perangkat lunak (*software*) dengan spesifikasi teknologi yang dibutuhkan. Berikut merupakan data teknologi operasi CV Specta EventMarkers, dapat dilihat pada tabel 5.1 dan 5.2:



Hak Cipta :

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

a. Perangkat Keras (*hardware*)

Tabel 5.1 Daftar Spesifikasi Perangkat Keras

NAMA BARANG	SPESIFIKASI	QTY
Printer	HP InkTank	1
Hardisk	WD Element 1TB	1
Papan Tulis	90x120 Custom	1
Filling Cabinet	LG Little Black	3
Laptop	ASUS ROG Zephyrus Duo	1

Sumber: Data Olahan CV Specta EventMakers, 2024

b. Perangkat Lunak (*software*)

Tabel 5.2 Daftar Spesifikasi Perangkat Lunak

NAMA BARANG	SPESIFIKASI	QTY
Sketch Up		1
Vray Lisen		1
Google Drive		1

Sumber: Data Olahan CV Specta EventMakers, 2024



Hak Cipta :

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

5.2 Tahapan Pengembangan Teknologi

Pengembangan teknologi di CV Specta EventMakers adalah proses sistematis dan terstruktur yang melibatkan beberapa langkah penting dari konsep awal hingga penerapan dan penyebaran teknologi. Berikut adalah tahapan pengembangan teknologi CV Specta EventMakers:

5.2.1 Identifikasi Kebutuhan Teknologi

Tahap pertama yang dilakukan CV Specta EventMakers dalam mengembangkan teknologi adalah melakukan identifikasi teknologi baru yang disesuaikan dengan kebutuhan perusahaan. Identifikasi ini penting untuk menyaring teknologi yang tepat dan tidak tepat untuk mendukung perusahaan. Hasil identifikasi akan meningkatkan pemahaman tentang teknologi tersebut dan mendorong pengambilan keputusan perusahaan. Setelah mengidentifikasi kebutuhan teknologi, perusahaan akan memperoleh data spesifikasi, kelebihan, dan kekurangan teknologi tersebut. Data ini kemudian digunakan untuk menetapkan kebutuhan teknologi perusahaan, dengan mempertimbangkan prioritas, anggaran, dan rencana operasional yang telah disusun.

5.2.2 Pencarian Supplier Teknologi

Untuk memenuhi kebutuhan teknologi yang telah ditetapkan, perusahaan memerlukan penyedia teknologi yang mempertimbangkan kualitas, kuantitas, harga, dan faktor lainnya. Pencarian supplier dapat dilakukan melalui relasi atau media, dengan merencanakan target beberapa calon supplier untuk proses perbandingan harga. CV Specta EventMakers dapat menghubungi para calon supplier, meminta pricelist dan spesifikasi, lalu melakukan negosiasi hingga mencapai kesepakatan. Setelah kesepakatan tercapai, CV Specta EventMakers dapat mengajukan pembayaran kepada bagian keuangan. Supplier ini nantinya akan menjadi stakeholders yang perlu dijaga hubungannya atau disesuaikan dengan kebutuhan perusahaan di masa mendatang.



Hak Cipta :

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

5.2.3 Perencanaan Penganggaran dan Pengadaan Teknologi

Setelah menentukan teknologi yang diperlukan dan memilih supplier yang diinginkan, CV Specta EventMakers dapat merencanakan penganggaran untuk pembelian barang dengan menyertakan dokumen-dokumen dari pihak supplier. Tahap ini bertujuan untuk mengalokasikan dana secara efisien dan efektif, sehingga perusahaan dapat memenuhi kebutuhan teknologi dan barang tepat waktu serta sesuai dengan anggaran yang tersedia. Perusahaan perlu menyusun rencana pengadaan yang merinci barang yang akan dibeli, jumlah yang diperlukan, jadwal pengiriman, dan ketentuan kontrak. Setelah rencana pengadaan ini disusun, perusahaan dapat melaksanakan pembelian barang sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan.

5.2.4 Perawatan dan Pembaruan Teknologi

Setelah memperoleh teknologi, perusahaan harus memastikan perawatannya agar tetap optimal saat digunakan. Jika teknologi dianggap sudah usang dan tidak kompatibel, maka perlu dilakukan pembaruan. Perawatan rutin, baik untuk perangkat keras (hardware) maupun perangkat lunak (software), sangat penting agar teknologi tetap berfungsi dengan baik dan mampu memenuhi kebutuhan yang terus berkembang.



Hak Cipta :

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

BAB VI

Analisis Dan Rencana Keuangan

Rencana keuangan dibuat secara terstruktur untuk memproyeksikan keuangan perusahaan pada periode tahun 2024 sampai dengan tahun 2027. Tersusun mulai dari rencana kebutuhan investasi, anggaran biaya produk, proyeksi penjualan, proyeksi arus kas, neraca keuangan, perkiraan laba rugi, perkiraan perubahan modal, analisis payback period, analisis net present value, initial rate of return, return on investment, dan profitability index.

6.1 Rencana Kebutuhan Investasi

CV Specta EventMakers merencanakan struktur investasi dalam upaya untuk mengembangkan dan memperluas kapasitas operasional, sebagai berikut:

Tabel 6.1 Rencana Kebutuhan Investasi CV Specta EventMakers

RENCANA INVESTASI CV SPECTA EVENTMAKERS			
NAMA	JABATAN	MODAL	JUMLAH
		%	
Camelia Aurora Ardiani	Direktur Utama	40%	Rp 48,000,000
Bayu Herlambang	Direktur Keuangan	30%	Rp 36,000,000
Athirah Azis	Direktur Pemasaran	30%	Rp 36,000,000
TOTAL			Rp 120,000,000

Sumber: Data olahan CV Specta EventMakers, 2024

Investasi ini akan digunakan untuk pengembangan dan operasional perusahaan, serta peningkatan infrastruktur, pemasaran, dan akuisisi sumber daya yang diperlukan untuk memperluas jangkauan pasar. Struktur kepemilikan yang diuraikan di atas



Hak Cipta :

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

menunjukkan pembagian tanggung jawab dan kontribusi sesuai dengan posisi dalam perusahaan.

6.2 Anggaran Biaya Produk Penjualan

Anggaran biaya produk penjualan yang disusun oleh CV Specta EventMakers mencakup berbagai beban terkait biaya produksi hingga pengeluaran promosi yang dibutuhkan untuk aktivitas produk. Rincian anggaran biaya produk penjualan CV Specta EventMakers dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 6.2 Anggaran Biaya Produk Penjualan CV Specta EventMakers

ANGGARAN BIAYA PRODUK PENJUALAN CV SPECTA EVENTMAKERS			
NAMA PRODUK	TAHUN		
	2025	2026	2027
ENCHANTING SCENT	Rp 489,030,000	Rp 932,985,000	Rp 1,015,826,592
POP UP BOOTH	Rp -	Rp 60,000,000	Rp 185,400,000

Sumber: Data olahan CV Specta EventMakers, 2024

Anggaran biaya produk penjualan mengalami peningkatan biaya setiap tahunnya, mencerminkan potensi peningkatan dalam produksi, distribusi, atau penyesuaian harga berdasarkan kebutuhan pasar dan inflasi.

6.3 Proyeksi Penjualan

Proyeksi penjualan disusun berdasarkan analisis trend market share dan pertumbuhan rata-rata yang dijelaskan dalam analisis pasar dan rencana pemasaran. Sesuai dengan rencana operasional perusahaan, CV Specta EventMakers akan



Hak Cipta :

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

memusatkan perhatian pada pendirian usaha, pembelian kebutuhan, dan pengembangan strategi penjualan di tahun pertama perusahaan. Sehingga pada awal tahun 2025, CV Specta EventMakers akan memulai penjualan booth kepada potensial exhibitor. Gambaran proyeksi penjualan perusahaan tertera pada tabel berikut:

Tabel 6.3 Proyeksi Penjualan CV Specta EventMakers

PROYEKSI PENJUALAN CV SPECTA EVENTMAKERS									
2025 - 2027									
NAMA PRODUK	TAHUN								
	2025			2026			2027		
	TARGET	HARGA PENJUALAN	TOTAL PENJUALAN	TARGET	HARGA PENJUALAN	TOTAL PENJUALAN	TARGET	HARGA PENJUALAN	TOTAL PENJUALAN
ENCHANTING SCENT	3	Rp 265,000,000	Rp 795,000,000	4	Rp 330,000,000	Rp 1,320,000,000	4	Rp 400,000,000	Rp 1,600,000,000
POP UP BOOTH	0	Rp -	Rp -	1	Rp 85,000,000	Rp 85,000,000	3	Rp 90,000,000	Rp 270,000,000
TOTAL	3		Rp 795,000,000	5		Rp 1,405,000,000	7		Rp 1,870,000,000

Sumber: Data olahan CV Specta EventMakers, 2024

CV Specta EventMakers memiliki 1 produk yang diproyeksikan akan melaksanakan penjualan dengan total target 3 kali pada periode kuartar tahun 2025. Proyeksi penjualan meningkat dan CV Specta EventMakers memaksimalkan target penjualan sebanyak total 4 *event* besar pada periode kuartar tahun 2026 dan 1 supporting product, kemudian di tahun ketiga perusahaan akan memaksimalkan potensi penjualan supporting product yang di targetkan sebanyak 3 kali. Perusahaan akan melakukan penyesuaian dengan kenaikan harga sebesar 3% yang disebabkan oleh adanya inflasi setiap tahunnya.



Hak Cipta :

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

6.4 Proyeksi Arus Kas

Proyeksi arus kas umum untuk CV Specta EventMakers menunjukkan bahwa penerimaan kas terdiri dari modal investasi dan pendapatan penjualan, yang dihitung berdasarkan proyeksi penjualan. Penerimaan kas akan dikurangi dengan pengeluaran kas, termasuk biaya operasional dan pajak yang harus dibayar setiap tahun. Perhitungan akhir akan menghasilkan saldo kas akhir yang akan menjadi dana awal untuk memenuhi kebutuhan perusahaan di tahun selanjutnya. Berikut adalah gambaran proyeksi arus kas umum perusahaan yang disajikan dalam Tabel 6.4 di bawah ini:





Hak Cipta :

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

PROYEKSI ARUS KAS CV SPECTA EVENTMAKERS				
KETERANGAN	TAHUN			
	2024	2025	2026	2027
Saldo Kas Awal	Rp -	Rp 21,494,221	Rp 72,087,274	Rp 167,626,387
Penerimaan				
Penerimaan Modal	Rp 120,000,000	Rp -	Rp -	Rp -
Pendapatan Penjualan	Rp -	Rp 795,000,000	Rp 1,405,000,000	Rp 1,870,000,000
Total Penerimaan	Rp 120,000,000	Rp 795,000,000	Rp 1,405,000,000	Rp 1,870,000,000
Pengeluaran				
Beban Pokok Penjualan	Rp -	Rp 489,030,000	Rp 992,985,000	Rp 1,207,591,992
Peralatan	Rp 26,784,000	Rp 32,679,000	Rp 20,800,000	Rp -
Perlengkapan	Rp 3,743,850	Rp 11,452,014	Rp 7,090,355	Rp 12,309,242
Beban Beban	Rp 67,977,929	Rp 211,245,933	Rp 288,585,531	Rp 377,695,290
Total Pengeluaran	Rp 98,505,779	Rp 744,406,947	Rp 1,309,460,886	Rp 1,597,596,523
Saldo Kas Akhir	Rp 21,494,221	Rp 72,087,274	Rp 167,626,387	Rp 440,029,864

Tabel 6.4 Proyeksi Arus Kas CV Specta EventMakers

Sumber: Data olahan CV Specta EventMakers, 2024

6.5 Neraca Keuangan

Neraca keuangan bertujuan untuk menunjukkan posisi keuangan perusahaan. Proyeksi neraca keuangan ini membantu menggambarkan kondisi keuangan



Hak Cipta :

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

perusahaan per 31 Desember 2024 hingga 31 Desember 2027. Neraca keuangan perusahaan mencakup total aktiva yang terdiri dari kas, peralatan, dan penyusutan, serta total kewajiban yang meliputi laba/rugi perusahaan dan total ekuitas atau modal akhir per 31 Desember. Neraca keuangan CV Specta EventMakers dapat dilihat dalam Tabel 6.5 berikut:

NERACA KEUANGAN CV SPECTA EVENTMAKERS				
AKTIVA	TAHUN			
	2024	2025	2026	2027
Aktiva Lancar				
Kas dan Setara Kas	Rp 21,494,221	Rp 72,087,274	Rp 167,626,387	Rp 440,029,864
Jumlah Aktiva Lancar	Rp 21,494,221	Rp 72,087,274	Rp 167,626,387	Rp 440,029,864
Aktiva Tetap				
Peralatan	Rp 26,784,000	Rp 59,463,000	Rp 80,263,000	Rp 80,263,000
Akumulasi Penyusutan Peralatan	Rp 1,747,208	Rp 13,568,583	Rp 29,549,958	Rp 45,531,333
Total Harta Tetap	Rp 25,036,792	Rp 45,894,417	Rp 50,713,042	Rp 34,731,667
Jumlah Aktiva	Rp 46,531,012	Rp 117,981,690	Rp 218,339,429	Rp 474,761,531
PASIVA				
Kewajiban Lancar	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -
Hutang	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -
Jumlah Pasiva Lancar	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -
Modal	Rp 120,000,000	Rp 46,531,012	Rp 117,981,690	Rp 218,339,429
Laba Ditahan	Rp (73,468,988)	Rp 71,450,678	Rp 100,357,739	Rp 256,422,102
Total Ekuitas	Rp 46,531,012	Rp 117,981,690	Rp 261,349,889	Rp 584,656,717
Jumlah Pasiva	Rp 46,531,012	Rp 117,981,690	Rp 218,339,429	Rp 474,761,531

Tabel 6.5 Neraca Keuangan CV Specta EventMakers



Sumber: Data olahan CV Specta EventMakers, 2024

6.6 Perkiraan Laba Rugi

Laporan laba rugi adalah bagian dari laporan keuangan CV Specta EventMakers yang disusun untuk satu periode buku atau periode akuntansi. Laporan ini menyajikan semua pendapatan dan beban perusahaan, menghasilkan laba bersih atau rugi bersih. Laporan laba rugi CV Specta EventMakers merangkum laba bersih yang diperoleh dari pendapatan kotor setelah dikurangi dengan beban pokok produk, beban operasional, dan pembayaran pajak. Nilai positif pada tabel laba bersih menunjukkan keuntungan, sedangkan nilai negatif menunjukkan kerugian. Berikut adalah tabel Laporan Laba Rugi milik CV Specta EventMakers:

Table 6.6 Perkiraan Laba Rugi CV Specta EventMakers

PERKIRAAN LABA RUGI CV SPECTA EVENTMAKERS

KETERANGAN	TAHUN			
	2024	2025	2026	2027
ENCHANTING SCENT (1)	Rp - Rp 265,000,000	Rp 330,000,000	Rp 400,000,000	
ENCHANTING SCENT (2)	Rp - Rp 265,000,000	Rp 330,000,000	Rp 400,000,000	
ENCHANTING SCENT (3)	Rp - Rp 265,000,000	Rp 330,000,000	Rp 400,000,000	
ENCHANTING SCENT (4)	Rp - -	Rp 330,000,000	Rp 400,000,000	
POP UP BOOTH	Rp - -	Rp 85,000,000	Rp 270,000,000	
PENDAPATAN	Rp - Rp 795,000,000	Rp 1,405,000,000	Rp 1,870,000,000	

Hak Cipta :

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



Hak Cipta

ENCHANTING SCENT (1)	Rp -	Rp 163,010,000	Rp 233,246,250	Rp 255,547,998
ENCHANTING SCENT (2)	Rp -	Rp 163,010,000	Rp 233,246,250	Rp 255,547,998
ENCHANTING SCENT (3)	Rp -	Rp 163,010,000	Rp 233,246,250	Rp 255,547,998
ENCHANTING SCENT (4)	Rp -	Rp -	Rp 233,246,250	Rp 255,547,998
POP UP BOOTH	Rp -	Rp -	Rp 60,000,000	Rp 185,400,000
PENGELUARAN	Rp -	Rp 489,030,000	Rp 992,985,000	Rp 1,207,591,992
LABA KOTOR	Rp -	Rp 305,970,000	Rp 412,015,000	Rp 662,408,008
Beban Pendirian Perusahaan	Rp 6,000,000	Rp -	Rp -	Rp -
Beban Sewa	Rp 10,000,000	Rp 30,000,000	Rp 33,000,000	Rp 36,300,000
Beban Gaji Karyawan	Rp 42,151,208	Rp 126,453,623	Rp 134,883,865	Rp 142,234,106
Beban THR	Rp -	Rp 4,322,145	Rp 13,003,948	Rp 13,810,985
Beban BPJS	Rp 2,195,375	Rp 6,586,126	Rp 7,025,201	Rp 7,025,201
Beban Ketenagakerjaan	Rp 4,428,346	Rp 13,285,039	Rp 14,138,308	Rp 14,953,434
Beban Internet & telepon	Rp 1,720,000	Rp 5,160,000	Rp 5,418,000	Rp 5,580,540
Beban Listrik, air, kebersihan, keamanan	Rp 1,400,000	Rp 4,200,000	Rp 4,410,000	Rp 4,630,500
Beban Admin Bank	Rp 83,000	Rp 204,000	Rp 204,000	Rp 204,000
Beban Sewa Lisensi Software	Rp -	Rp 5,135,000	Rp 5,391,750	Rp 5,661,338
Beban PPh 21	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -
Beban PPN 11%	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -
Beban Perlengkapan	Rp 3,743,850	Rp 11,452,014	Rp 7,090,355	Rp 12,309,242
Beban Penyusutan Peralatan	Rp 1,747,208	Rp 11,821,375	Rp 15,981,375	Rp 15,981,375
BEBAN-BEBAN	Rp 73,468,988	Rp 218,619,322	Rp 240,546,802	Rp 258,690,720

Sumber: Data olahan CV Specta EventMakers, 2024

- Hak Cipta :**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan 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

6.7 Perkiraan Perubahan Modal

Perkiraan atau proyeksi perubahan modal merangkum perubahan yang terjadi pada modal perusahaan selama periode tertentu. CV Specta EventMakers memproyeksikan perubahan modal dari tahun 2024 hingga 2027 dalam bentuk tabel guna menjelaskan penambahan dan pengurangan aktiva serta pasiva perusahaan, sehingga menggambarkan nilai modal perusahaan pada periode tersebut. Berikut adalah proyeksi laporan perubahan modal CV Specta EventMakers:

PROYEKSI PERUBAHAN MODAL CV SPECTA EVENTMAKERS				
KETERANGAN	TAHUN			
	2024	2025	2026	2027
Modal awal per Januari	Rp 120,000,000	Rp 46,531,012	Rp 117,981,690	Rp 218,339,429
Laba	Rp (73,468,988)	Rp 71,450,678	Rp 143,368,198	Rp 366,317,288
Deviden			Rp 43,010,459	Rp 109,895,186
Laba Ditahan	Rp (73,468,988)	Rp 71,450,678	Rp 100,357,739	Rp 256,422,102

Tabel 6.7 Proyeksi Perubahan Modal CV Specta EventMakers

Sumber: Data olahan CV Specta EventMakers, 2024

6.8 Analisa Payback Period

CV Specta EventMakers menggunakan analisis payback period untuk menentukan titik impas, yaitu saat proceed yang diperoleh dibagi dengan modal awal investasi (capital outlays) pada tahun 0. Payback period adalah jangka waktu yang



Hak Cipta :

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

dibutuhkan untuk mengembalikan modal atau investasi yang telah dikeluarkan. Rincian perhitungannya dijelaskan pada tabel 6.8 berikut:

Tabel 6.8 Analisa Payback Period CV Specta EventMakers

PAYBACK PERIOD CV SPECTA EVENTMAKERS					
Perhitungan Arus Kas Bersih					
Arus Kas Bersih	=	Pendapatan Setelah Pajak	+	Penyusutan	Proceed
Tahun	=		+		
2024	=	Rp (73,468,988)	+	Rp 1,747,208	Rp (71,721,779)
2025	=	Rp 71,450,678	+	Rp 11,821,375	Rp 83,272,053
2026	=	Rp 143,368,198	+	Rp 15,981,375	Rp 159,349,573
2027	=	Rp 366,317,288	+	Rp 15,981,375	Rp 382,298,663
PAYBACK PERIOD					
	Tahun	Proceed	Akumulasi Kas Masuk		
	Tahun 0 (Outlays)		Rp (120,000,000)		
	Tahun 1 (2024)	Rp (71,721,779)	Rp (191,721,779)		
	Tahun 2 (2025)	Rp 83,272,053	Rp (108,449,726)		
	Tahun 3 (2026)	Rp 159,349,573	Rp 50,899,847		
	Tahun 4 (2027)	Rp 382,298,663	Rp 433,198,510		
Perhitungan Rinci Payback Period					
PP=	$n + [(a-b)/(c-b) \times 1 \text{ Tahun}]$				
PP=	n	(a-b)	(c-b)	X 1 Tahun	



Hak Cipta :

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

	2	Rp 36,727,947		Rp 76,077,520	
PP=	2.482770034				Tahun
PP=	2.482770034	x	1	2.482770034	Tahun
PP=	0.482770034	x	12	5.793240408	Bulan
PP=	0.7932404084	x	30	23.79721225	Hari
PP=	2 Tahun 5 Bulan 23 Hari				

Sumber: Data olahan CV Specta EventMakers, 2024

Berdasarkan perhitungan Tabel 6.8 di atas dapat diketahui bahwa payback period CV Specta EventMakers diperkirakan akan mencapai titik impas dari modal sebesar Rp120.000.000 dalam jangka waktu 2 Tahun 5 Bulan 23 Hari.

6.9 Analisa Net Present Value

CV Specta EventMakers menggunakan metode Net Present Value (NPV) untuk menghitung arus kas yang diperkirakan di masa depan dengan diskonto menggunakan suku bunga dasar kredit bank yang berlaku per tahun 2024, sesuai dengan data dari Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesia. Analisis Net Present Value (NPV) CV Specta EventMakers disajikan dalam Tabel 6.9 di bawah ini:

Tabel 6.9 Analisa Net Present Value CV Specta EventMakers

ANALISIS NET PRESENT VALUE (NPV)	
NET PRESENT VALUE (NPV)	
$Fv = 1:(1+i)^n$	i= Suku bunga (7,90%=0,0790)
	n= Tahun, n (pangkat)
Tahun 1	0.9267840593
Tahun 2	0.8589286926



Hak Cipta :

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

Tahun 3	0.7960414204			
Tahun 4	0.737758499			
Tahun	Diskonto	x	Arus Kas Bersih	Present Value
Initial Investment				
1 (2024)	0.9267840593	x	Rp (71,721,779)	Rp (66,470,602)
2 (2025)	0.8589286926	x	Rp 83,272,053	Rp 71,524,755
3 (2026)	0.7960414204	x	Rp 159,349,573	Rp 126,848,861
4 (2027)	0.737758499	x	Rp 382,298,663	Rp 282,044,088
PV Proceeds				= Rp 413,947,102
PV Outlays				= Rp 120,000,000
Net Present Value = PV Proceeds - PV Outlays				= Rp 293,947,102
NPV=			Rp 293,947,102	

Sumber: Data olahan CV Specta EventMakers, 2024

Perhitungan tersebut mendapati nilai Net Present Value (NPV) perusahaan > 0 (lebih besar dari nol), sehingga CV Specta EventMakers dianggap layak untuk dijalankan.

6.10 Initial Rate of Return (IRR)

Internal Rate of Return (IRR) adalah alat untuk mengukur tingkat efisiensi investasi dan menentukan kelayakannya. Semakin tinggi IRR dibandingkan dengan biaya modalnya, semakin layak investasi tersebut untuk dipilih. Sebaliknya, jika IRR lebih rendah daripada biaya modalnya, investasi dianggap tidak prospektif. Perhitungan Internal Rate of Return (IRR) CV Specta EventMakers ditampilkan pada tabel dibawah ini:

Tabel 6.10 Analisa Initial Rate of Return CV Specta EventMakers

INITIAL RATE OF RETURN (IRR)



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

IRR =	NPV Rk			x	(Rb-Rk)
	PV Rk	-	PV Rb		
Tingkat Bunga	PV of Proceed	-	PV of Outlays	=	NPV
7.90%	Rp 413,947,102	-	Rp 120,000,000	=	Rp 293,947,102
47.55%	Rp 119,904,218	-	Rp 120,000,000	=	Rp (95,782)
IRR =	RK	+	NPV Rk	x	(Rb-Rk)
			PV Rk - PV Rb		
IRR =	7.90%	+	Rp 293,947,102	x	39.65%
			Rp 175,457,318		
IRR =	7.90%	+	1.675319701	x	39.65%
IRR =	7.90%	+	0.6642642616		
IRR =	74.33%				

Sumber: Data olahan CV Specta EventMakers, 2024

Berdasarkan IRR yang ditampilkan pada Tabel 6.10, dapat disimpulkan bahwa tingkat pengembalian dari CV Specta EventMakers lebih tinggi dibandingkan dengan suku bunga Bank BCA. Diskonto yang digunakan dalam perhitungan memiliki bunga minimal 7,90% dan maksimal 47,55%, dengan hasil akhir sebesar 74,33% membuktikan bahwa bisnis yang dijalankan oleh CV Specta EventMakers layak untuk dilanjutkan.



Hak Cipta :

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

6.11 Return On Investment (ROI)

Metode Return on Investment (ROI) digunakan untuk menghitung keuntungan dengan membagi laba bersih dengan nilai aktiva. Rasio ini mengukur besarnya pengembalian investasi terhadap keuntungan yang diperoleh dalam bentuk persentase. Gambaran Return on Investment (ROI) CV Specta EventMakers ditampilkan pada tabel berikut:

Tabel 6.11 Analisa Return On Investment CV Specta EventMakers

<i>RETURN ON INVESTMENT (ROI)</i>			
Return of Investment	=	$\frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Modal Investasi}}$	x 100%
Tahun	Laba Bersih	Total Aktiva	ROI
1 (2024)	-Rp 73,468,988	Rp 46,531,012	-158%
2 (2025)	Rp 71,450,678	Rp 117,981,690	61%
2 (2026)	Rp 143,368,198	Rp 218,339,429	66%
3 (2027)	Rp 366,317,288	Rp 474,761,531	77%

Sumber: Data olahan CV Specta EventMakers, 2024

Berdasarkan hasil perhitungan yang tertera pada Tabel 6.11, CV Specta EventMakers memiliki nilai ROI dengan persentase 61% di tahun 2025. ROI dengan persentase sebesar 66% di tahun 2026, dan ROI dengan persentase tinggi sebesar 77% di tahun 2027.

6.12 Profitability Index (PI)

Profitability Index (PI) adalah metode yang menggunakan prediksi proceed yang disesuaikan dengan suku bunga yang telah ditentukan. Indikator kelayakan investasi pada metode ini dilihat dari hasil perhitungan yang menunjukkan nilai lebih dari satu (>1). Berikut adalah perhitungan PI untuk CV Specta EventMakers.



Hak Cipta :

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

Tabel 6.12 Analisa Profitability Index CV Specta EventMakers

PROFITABILITY INDEX (PI)				
Tahun	Perhitungan Diskonto 7,90%		Proceed	PV Proceed
2024	0.9267840593	x	Rp (71,721,779)	Rp (66,470,602)
2025	0.8589286926	x	Rp 83,272,053	Rp 71,524,755
2026	0.7960414204	x	Rp 159,349,573	Rp 126,848,861
2027	0.737758499	x	Rp 382,298,663	Rp 282,044,088
Total Present Value dari Proceed				Rp 480,417,704
PV Outlays				Rp 120,000,000
	Profitability Index =		PV Proceed	
			PV Outlays	
	Profitability Index =		Rp 480,417,704	
			Rp 120,000,000	
	Profitability Index =		4.003480866	
<p>Usaha dinilai layak jika Profitability Index sama dengan satu atau lebih. Dari perhitungan diatas, Perusahaan kami memiliki Profitability Index sebesar 4,0 yang artinya usaha ini layak untuk direalisasikan.</p>				

Sumber: Data olahan CV Specta EventMakers, 2024

Dari perhitungan pada Tabel 6.12, Profitability Index (PI) CV Specta EventMakers adalah 4,0 yang menunjukkan bahwa usaha ini layak untuk direalisasikan.



© 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





Hak Cipta :

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

BAB VII

ANALISIS DAMPAK DAN RESIKO USAHA

7.1 Aspek Hukum

Aspek hukum perusahaan merupakan langkah penting untuk memastikan operasional bisnis sesuai dengan regulasi dan bebas dari masalah hukum. Hal ini meliputi perizinan usaha, kepatuhan terhadap regulasi industri, perlindungan hak kekayaan intelektual, undang-undang ketenagakerjaan, serta aturan perlindungan konsumen. Perusahaan harus memiliki semua izin dan lisensi yang diperlukan untuk beroperasi secara legal dan mematuhi standar keselamatan serta lingkungan. Selain itu, penting juga untuk memastikan bahwa praktik bisnis tidak melanggar hak-hak pekerja. Ketidakpatuhan pada hukum yang berlaku dapat berakibat serius, seperti denda, tuntutan hukum, dan kerugian reputasi.

7.1.1 Aspek Hukum Pendirian Perusahaan

Aspek hukum mengatur segala bentuk ataupun hal-hal yang berkaitan dengan pendirian perusahaan, antara lain tertuang dalam :

- a. Pasal 16 sampai 35 kitab Undang-Undang Hukum Dagang (KUHD).
- b. Pasal 109 Undang-Undang Nomor 13 tahun 2013 tentang peraturan perusahaan.
- c. Pasal 1 butir 1 Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1997 tentang dokumen perusahaan yang mengatur bahwa perusahaan adalah setiap bentuk usaha yang melakukan kegiatan secara tetap dan terus menerus dengan tujuan memperoleh keuntungan atau laba, baik yang diselenggarakan oleh orang perorangan maupun badan usaha yang berbentuk badan hukum atau bukan badan hukum, yang didirikan dan berkedudukan dalam wilayah Negara Republik 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

7.1.2 Aspek Hukum Ketenagakerjaan

Aspek hukum ketenagakerjaan hukum ini mengatur tentang undang undang ketenagakerjaan, antara lain yang tertuang dalam:

- a. Undang-Undang No. 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan
- b. Pasal 1 ayat (1) UU No. 13 Tahun 2003 menjelaskan ketenagakerjaan merupakan segala hal yang berhubungan dengan tenaga kerja pada saat sebelum, selama, dan sesudah masa kerja.
- c. Pasal 29 UU No. 13 Tahun 2003 ayat (1), (2), dan (3) tentang pelatihan kerja dan pemagangan.
- d. Pasal 61 ayat (1) UU No. 13 Tahun 2003 mengatur perjanjian kerja.
- e. Pasal 64 UU No. 13 Tahun 2003 tentang Outsourcing, penyerahan sebagian pelaksanaan pekerjaan kepada perusahaan penyedia jasa melalui perjanjian pemborongan yang dibuat secara tertulis.
- f. Pasal 86 dan 87 UU No. 13 Tahun 2003 menjelaskan mengenai keselamatan dan Kesehatan kerja.
- g. Peraturan Pemerintah No 8 Tahun 1981 tentang Perlindungan Upah.
- h. Keputusan Menteri Tenaga Kerja dan Transmigrasi Nomor KEP.49/MEN/IV/2004 tentang Ketentuan Struktur dan Skala Upah.

7.1.3 Aspek Hukum Perjanjian Kerjasama

Pada aspek hukum perjanjian kerjasama diperlukan dasar hukum agar dapat bekerjasama dengan klien, vendor, dan beberapa orang yang berkaitan dengan CV Specta EventMakers. Aspek hukum perjanjian kerja sama yang dimaksud sebagai berikut:

- a. Undang-Undang No. 13 Tahun 2003 tentang perjanjian kerja sama
- b. Pasal 1313 KUH Perdata tentang persetujuan kerjasama
- c. Pasal 1320 KUH Perdata tentang syarat-syarat perjanjian kerjasama.



Hak Cipta :

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

7.1.4 Aspek Hukum Penyelesaian Sengketa

Pertumbuhan kerjasama bisnis dapat memicu peningkatan jumlah sengketa antara pihak-pihak yang terlibat. Dalam menyelesaikan sengketa bisnis, CV Specta EventMakers menetapkan penyelesaian melalui dua jalur yaitu litigasi dan metode alternatif penyelesaian sengketa. Litigasi adalah proses penyelesaian sengketa melalui pengadilan, metode alternatif penyelesaian sengketa (alternative dispute resolution) berdasarkan Pasal 1 angka 10 Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 tentang Alternatif Penyelesaian Sengketa, terdapat aspek hukum untuk penyelesaian sengketa yang meliputi

a. Litigasi (Pengadilan)

Penyelesaian sengketa melalui pengadilan diatur oleh hukum acara yang berlaku di Indonesia, yaitu Hukum Acara Perdata. Hukum acara perdata dirancang untuk melindungi hak-hak individu dan menegakkan hukum materiil. Melalui sistem peradilan perdata, individu dapat memperoleh perlindungan hukum atas hak-haknya yang diatur dalam Hukum Acara Perdata. Namun, pelaku bisnis seringkali kurang memilih jalur ini untuk menyelesaikan sengketa karena prosesnya cenderung memakan waktu yang sangat lama, bahkan bisa berlangsung bertahun-tahun. Sengketa bisa berlarut-larut hingga mencapai tahap peninjauan kembali (PK), yang menjadikannya kurang menarik bagi para pelaku bisnis yang mencari solusi yang lebih cepat dan efisien.

b. Alternatif Penyelesaian Sengketa

Penyelesaian sengketa melalui jalur alternatif sering kali menjadi pilihan karena dianggap lebih murah, mudah, cepat, dan bersifat tertutup dibandingkan dengan proses pengadilan atau arbitrase, asalkan pihak-pihak yang terlibat memiliki itikad baik. Metode ini juga menjaga agar sengketa tetap tidak diketahui oleh pihak luar. Dalam bukunya, Frans Winarta menjelaskan berbagai lembaga penyelesaian sengketa sebagai berikut:

1. Negosiasi



Hak Cipta :

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

Negosiasi adalah bentuk penyelesaian sengketa di mana kedua belah pihak, yaitu perusahaan dan pihak lawan, bertemu dan berdiskusi untuk mencapai kesepakatan bersama yang menguntungkan bagi kedua pihak. Dalam negosiasi, keputusan diambil bersama-sama untuk mencapai hasil yang memuaskan kedua belah pihak.

2. Mediasi

Proses penyelesaian sengketa ini melibatkan perundingan atau mufakat antara pihak-pihak yang bersengketa dengan bantuan mediator. Mediator bertindak sebagai fasilitator, tetapi tidak memiliki wewenang untuk membuat keputusan atau memaksakan penyelesaian. Mediator membantu para pihak menemukan solusi yang diterima oleh semua pihak, namun tidak dapat memaksakan hasil tertentu.

3. Konsiliasi

Dalam konsiliasi, penyelesaian sengketa dilakukan melalui negosiasi yang melibatkan pihak ketiga yang netral dan tidak memihak. Konsiliator bekerja sama dengan para pihak yang bersengketa untuk menemukan solusi yang memuaskan bagi kedua belah pihak. Meskipun mirip dengan mediasi, konsiliasi biasanya melibatkan lebih banyak intervensi dari pihak ketiga yang netral untuk membantu mencapai kesepakatan.

4. Penilaian Ahli:

Metode ini melibatkan penggunaan penilaian dari ahli untuk menyelesaikan sengketa. Penilaian ini didasarkan pada pertimbangan hukum, sosial, dan budaya, dan melibatkan pandangan dari beberapa pihak yang memiliki kompetensi dalam hukum bisnis. Prinsip keadilan harus diutamakan dalam penyelesaian sengketa ini, dengan mengandalkan pendapat dan analisis dari beberapa ahli untuk mencapai keputusan yang adil dan tepat.



Hak Cipta :

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

7.2 Dampak Terhadap Lingkungan

Sebagai penyedia jasa *event* pameran, CV Specta EventMakers memahami bahwa kegiatan usahanya dapat memberikan dampak terhadap lingkungan sekitar. Untuk mengetahui sejauh mana kegiatan ini memengaruhi lingkungan, analisis dampak dilakukan secara mendalam. Dampak lingkungan yang mungkin timbul dari penyelenggaraan pameran brand parfum lokal oleh CV Specta EventMakers adalah sebagai berikut:

1. Peningkatan kesadaran lingkungan: Pameran bisa menjadi platform untuk mengedukasi pengunjung tentang pentingnya menjaga lingkungan, terutama dalam industri kecantikan. Misalnya, dengan menampilkan produk-produk parfum yang berbahan alami atau ramah lingkungan.
2. Pengurangan limbah kemasan: Beberapa brand parfum mungkin menawarkan program pengisian ulang atau menggunakan kemasan yang dapat didaur ulang, yang dapat mengurangi jumlah limbah kemasan plastik.
3. Promosi transportasi umum: Penyelenggara bisa mendorong pengunjung untuk menggunakan transportasi umum dengan menyediakan informasi yang mudah diakses atau bekerja sama dengan penyedia transportasi umum.

Upaya antisipasi terhadap dampak lingkungan yang dilakukan oleh CV Specta EventMakers meliputi:

1. Menjaga kelestarian lingkungan sekitar *venue*, meskipun produk yang dihasilkan adalah jasa dan bukan barang.
2. Memastikan bahwa kegiatan usaha tidak memengaruhi lingkungan secara negatif.
3. Memperhatikan lingkungan sekitar agar usaha dapat berjalan harmonis tanpa mencemari lingkungan.



Hak Cipta :

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

7.3 Analisis Risiko Usaha

CV Specta EventMakers menghadapi berbagai risiko dalam kegiatan operasionalnya, termasuk risiko internal dan eksternal. Risiko internal adalah risiko yang berasal dari dalam perusahaan itu sendiri, seperti risiko keuangan, sumber daya manusia, produk, persaingan, dan pembatalan kerjasama. Berikut adalah penjabaran lebih rinci mengenai risiko-risiko internal yang dihadapi CV Specta EventMakers:

7.3.1. Risiko Internal

Risiko internal merupakan risiko yang berasal dari dalam perusahaan itu sendiri. Jenis-jenis risiko internal yang dihadapi oleh CV Specta EventMakers meliputi:

a. Risiko Keuangan

Risiko keuangan melibatkan masalah yang berkaitan dengan finansial, seperti kekurangan modal usaha. Masalah ekonomi, seperti modal awal yang tidak mencukupi, dapat menjadi hambatan bagi perusahaan dalam melaksanakan *event* yang sudah direncanakan. Faktor ekonomi lain, seperti laju inflasi, juga dapat memengaruhi proyeksi penjualan yang telah direncanakan oleh CV Specta EventMakers. Jika target pemasukan tidak tercapai, perusahaan bisa mengalami kerugian yang akan menghambat perkembangan dan pencapaian visi perusahaan.

b. Risiko Sumber Daya Manusia (SDM)

Risiko SDM terjadi ketika karyawan tidak dapat menjalankan tugas mereka dengan baik, yang bisa merugikan perusahaan. Ketidakmampuan ini dapat mempengaruhi kinerja dan kerjasama antar karyawan di CV Specta EventMakers, yang pada gilirannya berdampak negatif pada operasional perusahaan.

c. Risiko Produk

Dalam industri *event*, produk yang ditawarkan oleh CV Specta EventMakers, memiliki risiko terkait daya saing dengan produk sejenis. Produk



Hak Cipta :

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

yang tidak sesuai dengan ekspektasi pengunjung dapat mengakibatkan kekecewaan, yang mempengaruhi kepuasan dan loyalitas penonton terhadap *event* yang diselenggarakan oleh perusahaan.

d. Risiko Persaingan

Pertumbuhan industri *event* pameran yang pesat menyebabkan persaingan yang semakin ketat, terutama dengan kemunculan perusahaan-perusahaan baru. Persaingan ini menjadi tantangan bagi CV Specta EventMakers untuk terus meningkatkan keunggulan dan kualitas produk yang disajikan agar tidak kehilangan pangsa pasar. Persaingan dari perusahaan lama yang sudah mapan juga menambah tekanan untuk terus berinovasi dan meningkatkan kualitas.

e. Risiko Pembatalan Kerjasama

Pembatalan kerjasama antara CV Specta EventMakers dengan klien atau vendor seringkali terjadi secara tiba-tiba. Risiko ini merupakan ancaman serius bagi kelangsungan kegiatan yang telah direncanakan. Pembatalan mendadak dapat mengganggu jadwal dan persiapan *event*, serta berpotensi menimbulkan kerugian finansial dan reputasi bagi perusahaan.

7.3.2. Risiko Eksternal

CV Specta EventMakers menghadapi berbagai resiko eksternal yang dapat mempengaruhi keberhasilan operasional dan pelaksanaan *event*. Resiko eksternal ini terutama terdiri dari faktor sosial budaya dan *force majeure*. Berikut adalah penjelasan lebih rinci mengenai kedua jenis resiko eksternal tersebut:

a. Faktor Sosial Budaya

Faktor sosial budaya mencakup berbagai aspek yang berhubungan dengan masyarakat di sekitar lokasi *event*. Salah satu risiko utama adalah kurangnya dukungan dari masyarakat sekitar terhadap *event* yang diselenggarakan. Ketidaksepakatan atau protes dari komunitas lokal dapat timbul karena berbagai alasan, termasuk gangguan terhadap kehidupan sehari-hari, kebisingan, atau ketidakcocokan dengan nilai-nilai dan norma sosial



Hak Cipta :

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

setempat. Misalnya, *event* yang berlangsung hingga larut malam mungkin menimbulkan kebisingan yang mengganggu penduduk sekitar, atau *event* dengan tema tertentu mungkin tidak sesuai dengan budaya lokal.

Untuk mengatasi resiko ini, CV Specta EventMakers harus melakukan analisis mendalam terhadap karakteristik sosial budaya masyarakat di lokasi *event*. Pendekatan yang sensitif dan komunikatif dengan komunitas lokal sangat penting untuk memperoleh dukungan mereka. Melibatkan pemimpin komunitas, mendapatkan izin yang diperlukan, dan menjalankan program tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) adalah beberapa langkah yang bisa diambil untuk memitigasi risiko sosial budaya.

b. Force Majeure

Force majeure mencakup peristiwa-peristiwa yang berada di luar kendali perusahaan dan tidak dapat diprediksi, yang dapat mengganggu pelaksanaan *event*. Beberapa contoh *force majeure* meliputi:

1. Bencana Alam

Peristiwa seperti gempa bumi, banjir, angin topan, dan kebakaran hutan dapat secara signifikan mengganggu atau bahkan membatalkan *event*. CV Specta EventMakers harus memiliki rencana darurat dan asuransi untuk mengurangi dampak finansial dan operasional dari bencana alam.

2. Kondisi Cuaca Ekstrem

Cuaca buruk, seperti hujan lebat, badai, atau suhu ekstrem, dapat mempengaruhi kenyamanan dan keselamatan peserta *event*. Untuk *event* outdoor, perencanaan kontingensi seperti tenda, pemanas, atau pendingin udara tambahan harus disiapkan.

3. Ancaman dari Pihak Luar

Ini termasuk tindakan sabotase, protes, atau gangguan dari pihak-pihak yang tidak setuju dengan *event* tersebut. Pengamanan



Hak Cipta :

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

tambahan dan koordinasi dengan pihak berwenang diperlukan untuk memastikan *event* berjalan lancar.

7.4 Antisipasi Risiko Usaha

Untuk meminimalisir atau mengurangi risiko yang mungkin terjadi dalam operasional usaha, CV Specta EventMakers menerapkan berbagai upaya antisipasi sebagai berikut:

7.4.1. Identifikasi dan Analisis Risiko

CV Specta EventMakers segera mengidentifikasi risiko usaha yang mungkin muncul selama perjalanan usaha. Identifikasi ini mencakup semua aspek bisnis, mulai dari keuangan, operasional, hingga reputasi perusahaan. Setelah risiko-risiko tersebut teridentifikasi, dilakukan analisis mendalam untuk memahami sumber dan penyebab terjadinya risiko. Analisis ini melibatkan evaluasi terhadap faktor internal dan eksternal yang dapat memicu risiko, serta dampak potensial dari risiko tersebut terhadap operasional perusahaan. Proses ini diharapkan mampu memberikan wawasan yang diperlukan untuk menyusun strategi pengendalian risiko yang efektif, sehingga perusahaan dapat mengurangi atau mengeliminasi dampak negatif dari risiko tersebut.

7.4.2. Pemantauan Inflasi

CV Specta EventMakers memantau laju inflasi secara rutin untuk memperkirakan proyeksi penjualan dan menyesuaikan harga setiap tahun. Pemantauan inflasi membantu perusahaan dalam mengantisipasi perubahan harga bahan baku, biaya operasional, dan kebutuhan pokok lainnya. Dengan memperkirakan kenaikan harga yang diakibatkan oleh inflasi, perusahaan dapat mengatur strategi penetapan harga yang tepat sehingga tetap kompetitif di



Hak Cipta :

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

pasar. Penyesuaian harga ini penting untuk menjaga margin keuntungan perusahaan dan memastikan keberlanjutan operasional.

7.4.3. Strategi terhadap Risiko SDM dan Operasional

Untuk mengatasi risiko yang berkaitan dengan Sumber Daya Manusia (SDM) dan operasional, CV Specta EventMakers menerapkan beberapa langkah berikut:

a. Rekrutmen dan Seleksi

Proses rekrutmen yang ketat dilakukan dengan tes psikologi, wawancara mendalam, dan persyaratan lainnya untuk memastikan calon karyawan memiliki keterampilan dan karakter yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan.

b. Pengembangan SDM

CV Specta EventMakers juga fokus pada pengembangan SDM melalui pelatihan dan program pengembangan keterampilan untuk meningkatkan kompetensi karyawan.

c. Timeline Kerja

Menyusun timeline kerja yang jelas untuk setiap karyawan guna memastikan tugas dan tanggung jawab terpenuhi tepat waktu.

d. Evaluasi Kinerja

Melakukan evaluasi kinerja secara berkala untuk mengukur produktivitas dan kualitas kerja karyawan, serta memberikan umpan balik konstruktif untuk perbaikan.



Hak Cipta :

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

7.4.4. Antisipasi Risiko Produk

Untuk mengantisipasi risiko yang berkaitan dengan produk, CV Specta EventMakers melakukan riset pasar yang komprehensif sebelum merilis produk baru. Riset ini melibatkan analisis tren pasar, preferensi konsumen, dan kompetitor. Dengan informasi ini, perusahaan dapat mengembangkan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan ekspektasi pasar. Selain itu, CV Specta EventMakers aktif memberikan informasi kepada penonton mengenai keunggulan produk yang ditawarkan melalui berbagai saluran komunikasi. Perusahaan juga menindaklanjuti keluhan penonton dengan serius dan menggunakan feedback tersebut untuk melakukan perbaikan berkelanjutan.

7.4.5. Antisipasi Risiko Persaingan

Dalam menghadapi risiko persaingan, CV Specta EventMakers berusaha menciptakan produk yang lebih menarik dan bervariasi namun tetap berkualitas tinggi. Perusahaan selalu mencari cara inovatif untuk meningkatkan nilai tambah dari produk yang ditawarkan. Selain itu, perusahaan menetapkan harga produk yang kompetitif untuk menarik lebih banyak pelanggan. Strategi pemasaran yang efektif juga dikembangkan untuk meningkatkan visibilitas dan daya tarik produk di pasar. Dengan langkah-langkah ini, CV Specta EventMakers berupaya mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasarnya di tengah persaingan yang ketat.

7.4.6. Mencegah Risiko Pembatalan Kerjasama

Untuk mencegah risiko pembatalan kerjasama, CV Specta EventMakers memastikan adanya perjanjian formal dengan semua klien dan vendor. Perjanjian ini dituangkan dalam bentuk Memorandum of Understanding (MOU) atau surat perjanjian kerjasama yang mengatur hak dan kewajiban



Hak Cipta :

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

masing-masing pihak. Dengan adanya perjanjian ini, diharapkan hubungan kerjasama dapat berjalan lebih lancar dan risiko pembatalan secara tiba-tiba dapat diminimalisir.

7.4.7. Strategi Menghadapi Risiko Eksternal

CV Specta EventMakers menghadapi risiko eksternal dengan strategi transfer risiko melalui asuransi. Perusahaan mengamankan portofolio usahanya dengan berbagai jenis asuransi yang relevan, seperti asuransi kerugian, asuransi *event*, dan asuransi kewajiban publik. Langkah ini bertujuan untuk mengurangi dampak finansial dari peristiwa tak terduga seperti bencana alam, kondisi cuaca ekstrem, dan ancaman lainnya yang berada di luar kendali perusahaan.

Dengan mengidentifikasi risiko dan menerapkan langkah-langkah antisipasi yang telah dijelaskan di atas, CV Specta EventMakers memiliki panduan yang jelas untuk meminimalisir kemungkinan risiko yang akan terjadi. Analisis risiko dan antisipasi yang disusun oleh CV Specta EventMakers mencakup berbagai aspek dan langkah-langkah yang harus diambil untuk menghadapi risiko tersebut. Pendekatan proaktif ini tidak hanya membantu perusahaan dalam mengelola risiko, tetapi juga meningkatkan ketahanan dan kesiapan perusahaan dalam menghadapi tantangan di masa depan.