

**PROPOSAL TUGAS AKHIR
PERENCANAAN USAHA**

JUDUL

**RANCANGAN USAHA *BRAND ACTIVATION EVENT* UNTUK
PRODUK MINUMAN DALAM KEMASAN OLEH PT
CAHAYA AKTIVASI NUSANTARA**



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

Disusun oleh:

- 1. Hosea David Gultom (2105413123)**
- 2. Cynthia Alfira Paramitha Mulia (2105413086)**
- 3. Cahya Dwi Kurniawan (2105413103)**

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

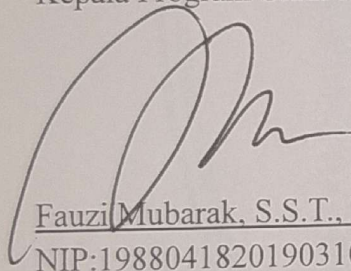
2025

LEMBAR PERSETUJUAN

Nama : Hosea David Gultom
NIM : 2105413123
Nama : Cynthia Alfira Paramitha Mulia
NIM : 2105413086
Nama : Cahya Dwi Kurniawan
NIM : 2105413103
Program Studi : Usaha Jasa Konvensi Perjalanan Insentif dan Pemeran
(MICE)
Judul BP : Rancangan Usaha *Brand Activation Event* untuk Produk
Minuman dalam Kemasan oleh PT Cahaya
Aktivasi Nusantara

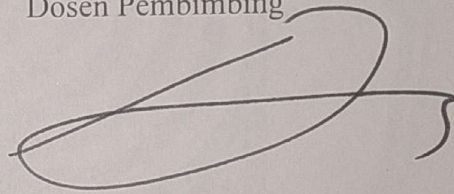
Depok, 9 Juli 2025

Menyetujui,
Kepala Program Studi MICE



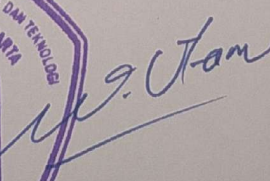
Fauzi Mubarak, S.S.T., M.T.
NIP: 198804182019031008

Dosen Pembimbing



Rimsy K Judisseno, S.E., M.M, PhD
NIP: 196212111989101001

Mengetahui,
Ketua Jurusan Administrasi Niaga



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

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
PROGRAM STUDI MICE

LEMBAR PENGESAHAN

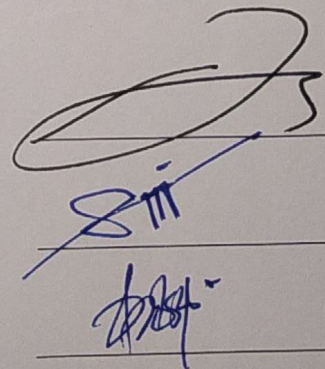
Nama : Hosea David Gultom
NIM : 2105413123
Nama : Cynthia Alfira Paramitha Mulia
NIM : 2105413086
Nama : Cahya Dwi Kurniawan
NIM : 2105413103
Program Studi : Usaha Jasa Konvensi, Perjalanan Insentif dan Pameran (MICE)
Judul Laporan Akhir : Rancangan Usaha Brand Activation Event untuk Produk Minuman Dalam Kemasan oleh PT Cahaya Aktivasi Nusantara

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

Hari, tanggal : Rabu, Juli 2025
Waktu : 09.00 - 12.00
Tempat : Ruang 201, Politeknik Negeri Jakarta

TIM PENGUJI

Ketua Sidang: Rimsky K Judisseno, S.E., M.M, PhD
NIP. 96212111989101001
Penguji I : Imam Syafganti, M.Si, PhD
NIP. 199208122022032009
Penguji II : Asterina Anggraini, M.M.
NIP. 197510122008121001





Hak Cipta :

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

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat rahmat dan karunia-Nya sehingga kami dapat menyelesaikan laporan tugas akhir dengan judul “Rancangan Usaha *Brand Activation Event* untuk Produk Minuman dalam Kemasan oleh PT Cahaya Aktivasi Nusantara”. Tujuan penulisan laporan ini adalah sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan MICE (*Meeting, Incentive, Convention and Exhibition*), Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Jakarta. Penulis menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh sebab itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak untuk kesempurnaan laporan ini. Dengan demikian, perkenankanlah kami mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya bagi semua pihak yang telah memberikan bantuan moril maupun materil baik langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan laporan tugas akhir ini hingga selesai, terutama kepada yang saya hormati :

1. Dr. Syamsurizal, S.E, M.M. selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Dr. Wahyudi Utomo, S.Sos., M.Si selaku Ketua Jurusan Administrasi Niaga.
3. Fauzi Mubarak, S.ST., M.T. Selaku Ketua Program Studi MICE (*Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition*).
4. Rimsky Kartika Judisseno, S.E., M.M., PhD selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu dan tenaga untuk membantu penulis dalam memberikan arahan menyusun laporan tugas akhir.
5. Seluruh dosen MICE (*Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition*) Politeknik Negeri Jakarta yang tanpa pamrih telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis.
6. Keluarga masing-masing penulis yang dengan perhatian dan kasih sayangnya selalu memberikan doa dan motivasi bagi penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Teman-teman angkatan program studi MICE (*Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition*) 2021 yang telah bersama selama empat tahun melalui masa studi baik suka maupun duka di Politeknik Negeri Jakarta.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

8. Para sahabat penulis yang selalu memberikan dorongan bagi penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Akhir kata kami seluruh penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dan penulis berharap semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan menjadi bahan masukan untuk dunia pendidikan.

Penulis,
Depok, 4 Juli 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun

tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	2
LEMBAR PENGESAHAN.....	3
KATA PENGANTAR.....	4
DAFTAR ISI.....	6
DAFTAR GAMBAR.....	10
DAFTAR TABEL.....	11
DAFTAR GRAFIK	12
DAFTAR LAMPIRAN	13
BAB I.....	1
RINGKASAN EKSEKUTIF	1
BAB II	3
LATAR BELAKANG PERUSAHAAN.....	3
2.1 Data Perusahaan	4
2.1.1 Logo Perusahaan dan Filosofi	5
2.1.2 Deskripsi Logo	5
2.1.3 <i>Corporate Culture</i>	6
2.2 Biodata Pemilik Usaha	7
2.2.1 Pemilik Pertama	7
2.2.2 Pemilik Kedua	8
2.2.3 Pemilik Ketiga.....	8
2.3 Struktur Organisasi.....	9
2.3.1 Deskripsi Pekerjaan.....	9
2.4 Susunan Pemilik/Pemegang Saham	11
2.5 Jadwal Kegiatan Pra Operasional Perusahaan	11
2.5.1 Riset Pasar	12
2.5.2 Analisis Pasar	13



Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun

2.5.3 Penyusunan Profil Perusahaan	15
2.5.4 Penentuan Lokasi Perusahaan	15
2.5.5 Pengurusan Perizinan Pendirian Perusahaan.....	16
2.5.6 Pemenuhan Peralatan dan Perlengkapan.....	20
2.5.7 Promosi dan Pembuatan Media Sosial Perusahaan.....	23

BAB III.....	25
---------------------	-----------

ANALISIS PASAR DAN RENCANA PEMASARAN	25
---	-----------

3.1 Produk atau Jasa yang Dihasilkan.....	25
3.1.1 Paket dan Spesifikasi Produk.....	25
3.1.2 Produk Utama.....	28
3.1.3 Produk Pendamping	30
3.2 Gambaran Pasar.....	31
3.3 Segmentasi Pasar yang Dituju.....	34
3.3.1 Demografis	35
3.3.2 Target Sasaran Demografis Berdasarkan Umur.....	35
3.3.3 Geografis	36
3.3.4 Psikologis	37
3.3.5 Targeting	38
3.3.6 Positioning.....	38
3.4 Tren Perkembangan Pasar.....	39
3.5 Proyeksi Penjualan	45
3.6 Strategi Pemasaran	49
3.6.1 <i>Product</i>	50
3.6.2 <i>Place</i>	50
3.6.3 <i>Price</i>	51
3.6.4 <i>People</i>	52
3.6.5 <i>Promotion</i>	52
3.6.6 <i>Process</i>	56



Hak Cipta :

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

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

3.6.7 <i>Physical Evidence</i>	57
3.6.8 <i>Power of Connection</i>	58
3.7 Analisis Pesaing	58
3.8 Analisis SWOT	60
3.8.1 Analisis SO, WO, ST, WT	63
3.9 Jejaring Usaha	66
BAB IV	68
ANALISIS SUMBER DAYA MANUSIA	68
4.1 Analisis Kompetensi Sumber Daya Manusia	68
4.2 Analisis Kebutuhan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia	70
4.3 Rencana Pemenuhan Kebutuhan Sumber Daya Manusia	75
BAB V	79
PEMANFAATAN TEKNOLOGI.....	79
5.1 Analisis dan Perencanaan Pemanfaatan Teknologi.....	79
5.1.1 Analisis Perencanaan Pemanfaatan Teknologi untuk Kegiatan Operasional.....	79
5.1.2 Analisis Perencanaan Pemanfaatan Teknologi untuk Kegiatan Marketing	81
5.2 Tahapan Pengembangan Teknologi	82
5.2.1 Peningkatan Permintaan dan Persaingan Pasar	82
5.2.2 Pengadaan, Pelatihan, dan Implementasi Teknologi.....	83
BAB VI	84
ANALISIS DAN RENCANA KEUANGAN	84
6.1 Rencana Kebutuhan Investasi	84
6.2 Anggaran Biaya Produk Penjualan	84
6.3 Proyeksi Penjualan	85
6.4 Proyeksi Arus Kas.....	86
6.5 Neraca Keuangan	87
6.6 Prakiraan Laba/Rugi.....	87



Hak Cipta :

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

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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

6.7 Prakiraan Perubahan Modal	88
6.8 Analisis <i>Payback Period</i>	89
6.9 Analisis <i>Net Present Value</i>	90
6.10 Analisis <i>Internal Rate of Return</i>	90
6.11 Analisis <i>Profitability Index</i>	91
6.12 Analisis <i>Return on Investment</i>	92

BAB VII.....94

ANALISIS DAMPAK DAN RESIKO USAHA.....94

7.1 Aspek Hukum.....	94
7.1.1 Aspek Hukum Pendirian Perusahaan.....	95
7.1.2 Aspek Hukum Ketenagakerjaan.....	96
7.1.3 Aspek Hukum Perjanjian Kerjasama	97
7.1.4 Aspek Hukum Penyelesaian Sengketa	98
7.1.5 Aspek Hukum Merek Dagang.....	100
7.2 Dampak Terhadap Lingkungan.....	101
7.3 Analisis Risiko Usaha	102
7.3.1 Risiko Pemasaran.....	103
7.3.2 Risiko Operasional.....	103
7.3.3 Risiko Keuangan	105
7.3.4 <i>Force Majeure</i>	105
7.3.5 Konflik Internal	106
7.3.6 Reputasi.....	107
7.3.7 Politik	108
7.4 Antisipasi Risiko Usaha	109
7.4.1 Antisipasi Risiko Pemasaran.....	109
7.4.2 Antisipasi Risiko Operasional.....	110
7.4.3 Antisipasi Risiko Keuangan.....	110
7.4.4 Antisipasi <i>Force Majeure</i>	111



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

7.4.5 Antisipasi Konflik Internal.....	111
7.4.6 Antisipasi Reputasi.....	112
7.4.7 Antisipasi Politik.....	112



DAFTAR BAGAN



© 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

Bagan 2.1 Susunan Struktur Organisasi PT Cahaya Aktivasi Nusantara	9
Bagan 4.1 Tahapan Perekrutan Pekerja Lepas	77





Hak Cipta :

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

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo Perusahaan	5
Gambar 2.2 Direktur Utama PT Cahaya Aktivasi Nusantara	7
Gambar 2.3 Direktur Pemasaran PT Cahaya Aktivasi Nusantara.....	8
Gambar 2.4 Direktur Keuangan PT Cahaya Aktivasi Nusantara.....	8
Gambar 3.1 Contoh <i>Booth</i>	28
Gambar 3.2 Contoh <i>Booth 2</i>	28
Gambar 3.3 Contoh <i>Pop Up Booth</i>	30
Gambar 3.4 <i>Website</i> PT Cahaya Aktivasi Nusantara.....	54





Hak Cipta :

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun

tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Sumber Pendanaan PT Cahaya Aktivasi Nusantara.....	11
Tabel 2.2 Jadwal Kegiatan Operasional	11
Tabel 2.3 Daftar Peralatan.....	20
Tabel 2.4 Peralatan Dapur	20
Tabel 2.5 Perlengkapan Kantor	21
Tabel 2.6 Perlengkapan Dapur	22
Tabel 2.7 Perlengkapan Kebersihan.....	22
Tabel 2.8 Perlengkapan Kesehatan	22
Tabel 3.1 Spesifikasi Produk.....	25
Tabel 3.2 Paket Produk	27
Tabel 3.3 Spesifikasi Produk Pendukung.....	30
Tabel 3.4 Frekuensi Penyelenggaraan dan <i>Market Share Brand Activation</i>	39
Tabel 3.5 Proyeksi Tahunan.....	42
Tabel 3.6 Jumlah Pelaksanaan <i>Event Brand Activation</i> dari Kompetitor	44
Tabel 3.7 Proyeksi Trend Pelaksanaan Brand Activation 2026-2028	45
Tabel 3.8 Analisis Perusahaan Pesaing.....	59
Tabel 3.9 Analisis SWOT	62
Tabel 3.10 <i>Database Vendor</i>	66
Tabel 4.1 Analisis Kompetensi SDM PT Cahaya Aktivasi Nusantara	69
Tabel 4.2 Analisis SDM Berdasarkan Posisi/Jabatan	70
Tabel 4.3 Analisa Kebutuhan dan pengembangan SDM	71
Tabel 4.4 Rencana Pembuatan Kebutuhan SDM	76
Tabel 5.1 Alat <i>Hardware</i> PT Cahaya Aktivasi Nusantara	80
Tabel 5.2 <i>Software</i> PT Cahaya Aktivasi Nusantara	80
Tabel 5.3 Kuantitas Teknologi Per Tahun	83
Tabel 6.1 Rencana Investasi PT Cahaya Aktivasi Nusantara	84



Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Tabel 6.2 Beban Biaya Produk Penjualan PT Cahaya Aktivasi Nusantara	85
Tabel 6.3 Proyeksi Penjualan PT Cahaya Aktivasi Nusantara.....	85
Tabel 6.4 Proyeksi Arus Kas PT Cahaya Aktivasi Nusantara	86
Tabel 6.5 Neraca Keuangan PT Cahaya Aktivasi Nusantara.....	87
Tabel 6.6 Prakiraan Laba/Rugi PT Cahaya Aktivasi Nusantara	88
Tabel 6.7 Prakiraan Perubahan Modal PT Cahaya Aktivasi Nusantara.....	89
Tabel 6.8 Analisis <i>Payback Period</i> PT Cahaya Aktivasi Nusantara.....	89
Tabel 6.9 Analisis <i>Net Present Value</i> PT Cahaya Aktivasi Nusantara	90
Tabel 6.10 Analisis <i>Internal Rate of Return</i> PT Cahaya Aktivasi Nusantara	91
Tabel 6.11 Analisis <i>Profitability Index</i> PT Cahaya Aktivasi Nusantara.....	92
Tabel 6.12 Analisis <i>Return on Investment</i> PT Cahaya Aktivasi Nusantara	93

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta :

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun

tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR GRAFIK

Grafik 3.1 Ketertarikan Pasar Terhadap Penyelenggaraan <i>Brand Activation</i> Event.....	32
Grafik 3.2 Tujuan Menyelenggarakan <i>Brand Activation Event</i>	32
Grafik 3.3 Program yang diharapkan dari <i>Brand Activation</i>	33
Grafik 3.4 <i>Audience</i> yang diharapkan	34
Grafik 3.5 Target Sasaran Pasar Berdasarkan Umur.....	35
Grafik 3.6 Dominasi Wilayah Geografis.....	36
Grafik 3.7 Sasaran Demografis	37
Grafik 3.8 <i>Trend Brand Activation</i>	40
Grafik 3.9 Proyeksi <i>Brand Activation</i> 2025-2028.....	43
Grafik 3.10 <i>Market Share</i> 2026.....	47
Grafik 3.11 <i>Market Share</i> 2027.....	48
Grafik 3.12 <i>Market Share</i> 2028.....	49
Grafik 3.13 Estimasi Biaya Penyelenggaraan <i>Brand Activation</i> Berdasarkan Hasil Riset Pasar	51

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta :

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

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

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Formulir Pendaftaran Perusahaan PT	118
Lampiran 2 <i>Draft</i> Akta Pendirian Perusahaan PT.....	121
Lampiran 3 Surat Keterangan Terdaftar.....	142
Lampiran 4 Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP).....	143
Lampiran 5 Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP)	144
Lampiran 6 Nomor Induk Berusaha (NIB)	145
Lampiran 7 Surat Keterangan Domisili	146
Lampiran 8 <i>Draft Memorandum of Understanding (MoU)</i>	147
Lampiran 9 Sosial Media Perusahaan	151
Lampiran 10 <i>Company Profile</i>	153
Lampiran 11 <i>Layout</i> Kantor	156
Lampiran 12 Data Survei Responden.....	157
Lampiran 13 Data Survei Kompetitor.....	161
Lampiran 14 Beban Perlengkapan	166
Lampiran 15 Beban Peralatan	166
Lampiran 16 Beban Gaji Karyawan.....	166
Lampiran 17 Beban Pengeluaran <i>Experiential Brand Realm</i>	167
Lampiran 18 Beban Pengeluaran Acaraki <i>Pop-Up Booth</i>	170
Lampiran 19 Beban Operasional Perusahaan.....	172
Lampiran 20 Proyeksi Arus Kas PT Cahaya Aktivasi Nusantara.....	173
Lampiran 21 Laporan Perubahan Modal PT Cahaya Aktivasi Nusantara	174
Lampiran 22 Frekuensi Pelaksanaan <i>Brand Activation</i> 2022 - 2024.....	175
Lampiran 23 <i>Mean Growth</i>	175
Lampiran 24 Proyeksi Pelaksanaan.....	176
Lampiran 25 Jumlah Pelaksanaan <i>Event brand activation</i> dari Kompetitor.....	178
Lampiran 26 Proyeksi <i>Trend</i> Pelaksanaan <i>Brand Activation</i> 2026-2028	178



Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Lampiran 27 Tren Pelaksanaan	179
Lampiran 28 <i>Market Share</i> 2026-2028	179
Lampiran 29 <i>Market Share</i> 2026	180
Lampiran 30 <i>Market Share</i> 2027	180
Lampiran 31 <i>Market Share</i> 2028	180
Lampiran 32 <i>Market Share</i> 2026-2028	181
Lampiran 33 Proyeksi <i>Trend Pelaksanaan Brand Activation</i> 2026-2028	181
Lampiran 34 <i>Market Share</i> 2026	182
Lampiran 35 <i>Market Share</i> 2027	182
Lampiran 36 <i>Market Share</i> 2028	182



Hak Cipta :

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

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

BAB I

RINGKASAN EKSEKUTIF

PT Cahaya Aktivasi Nusantara adalah sebuah perusahaan rintisan yang bergerak di bidang *event organizer* dengan spesialisasi pada *brand activation*, yang proposal usahanya berpusat pada penyelenggaraan acara untuk minuman kemasan dan PT Cahaya Aktivasi Nusantara mengambil Acaraki Golden Sparkling sebagai klien dalam *business plan* ini. Tujuan utama dari usaha ini adalah untuk membangkitkan kembali eksistensi merek dan meningkatkan kesadaran konsumen, mengingat adanya penurunan distribusi produk di pasaran. Didirikan oleh tiga orang profesional dengan latar belakang pendidikan MICE yang menjabat sebagai Direktur Utama, Direktur Pemasaran, dan Direktur Keuangan, perusahaan ini mengedepankan budaya inovasi, kolaborasi, dan orientasi pada solusi. Tim inti akan diperkuat dengan perekrutan staf tambahan di tahun kedua serta pemanfaatan tenaga lepas untuk acara berskala besar.

Analisis pasar menunjukkan bahwa target utama adalah generasi muda berusia 17-25 tahun yang berstatus karyawan, di mana segmen ini memiliki preferensi kuat terhadap *booth sampling* (77,3%) dan kelas mini atau *talkshow* (54,5%). Di tengah tren pasar *brand activation* yang terus meningkat, Acaraki Golden Sparkling akan diposisikan sebagai "Minuman herbal modern yang menyegarkan, alami, dan cocok untuk gaya hidup aktif". Strategi ini akan dieksekusi melalui produk utama "*Experiential Brand Realm*," sebuah program acara interaktif yang didukung oleh strategi pemasaran 8P dengan fokus pada promosi digital melalui media sosial dan situs web.

Secara finansial, usaha ini dinilai sangat layak untuk direalisasikan. Dengan investasi awal sebesar Rp100.000.000, proyeksi menunjukkan titik impas (*payback period*) akan tercapai dalam 2 tahun, 9 bulan, dan 8 hari. Kelayakan ini didukung oleh analisis *Net Present Value* (NPV) yang positif, *Internal Rate of Return* (IRR) sebesar 37,2% yang lebih tinggi dari suku bunga bank, dan *Profitability Index* (PI) sebesar 2.260710729. Selain itu, *Return on Investment* (ROI) diproyeksikan meningkat signifikan dari 25% pada tahun 2026 menjadi 62% pada tahun 2028.

Untuk mendukung keberlanjutan usaha, perusahaan telah membentuk



Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

kerangka hukum sebagai Perseroan Terbatas (PT) yang mencakup aspek pendirian, ketenagakerjaan, perjanjian kerja sama, dan perlindungan merek dagang. Perusahaan juga telah melakukan analisis dan menyusun rencana mitigasi terhadap berbagai risiko usaha, mulai dari pemasaran, operasional, keuangan, hingga reputasi. Di samping itu, PT Cahaya Aktivasi Nusantara berkomitmen untuk menerapkan praktik yang ramah lingkungan dalam setiap acara yang diselenggarakan.



Hak Cipta :

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

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

BAB II

LATAR BELAKANG PERUSAHAAN

Brand activation adalah proses menghidupkan merek melalui pengalaman dan interaksi langsung dengan konsumen (Shimp, T. A. 2010). *Brand activation* bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap keberadaan brand atau perusahaan. Strategi ini dirancang untuk menarik perhatian calon konsumen baru dan memperkuat hubungan dengan konsumen yang sudah ada. Dengan menciptakan pengalaman interaktif dan menyenangkan, *brand activation* membantu konsumen merasakan produk secara langsung, sehingga mereka dapat lebih percaya dan loyal terhadap merek tersebut. Melalui pengalaman pribadi yang positif, konsumen juga dapat membentuk versi *brand experience* mereka sendiri, yang pada akhirnya memperkuat citra dan hubungan emosional dengan merek.

Pandangan terhadap *brand activation* di Indonesia dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti budaya, ekonomi, teknologi, dan tren pasar saat ini. Dalam konteks budaya, masyarakat Indonesia cenderung menyukai pengalaman interaktif dan hiburan, sehingga *brand activation* dalam bentuk *event* atau promosi kreatif sering kali mendapatkan respon yang baik. Secara ekonomi, perusahaan melihat *brand activation* sebagai investasi untuk meningkatkan kesadaran merek dan mendorong keputusan pembelian, terutama di pasar yang sangat kompetitif.

Dari sisi teknologi, perkembangan media sosial dan platform digital telah mengubah cara perusahaan melaksanakan *brand activation*, dengan semakin banyak kampanye yang menggabungkan elemen *online* dan *offline*. Tren pasar yang terus berubah juga mendorong perusahaan untuk lebih inovatif dalam menciptakan pengalaman yang relevan dan menarik bagi konsumen.

Pentingnya *brand activation* bagi perusahaan di Indonesia terletak pada kemampuannya untuk menjangkau target pasar dengan cara yang lebih personal dan interaktif. Melalui *brand activation*, perusahaan dapat membangun koneksi emosional dengan konsumen, meningkatkan loyalitas pelanggan, serta memperkuat citra merek. Inilah alasan mengapa banyak perusahaan di Indonesia memasukkan *brand activation* sebagai elemen penting dalam strategi pemasaran mereka untuk mencapai promosi yang lebih efektif dan berkesan.



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

Salah satu cara yang efektif untuk mencapai target pasar dan menyampaikan pesan atau kampanye perusahaan adalah dengan mengundang konsumen atau calon konsumen untuk langsung merasakan pengalaman menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan melalui *brand activation event*. Acara ini bertujuan untuk mengenalkan atau mengingatkan kembali produk atau jasa perusahaan. Namun, tidak jarang *brand activation event* yang diadakan tidak sesuai dengan harapan perusahaan, dan hal ini sering menjadi masalah dalam pelaksanaannya. Masalah tersebut sering kali disebabkan oleh kurangnya keterampilan atau kompetensi dari tim yang menangani *event* tersebut. Biasanya, perusahaan yang masih mengandalkan tim internal (*in-house*) dalam menyelenggarakan *brand activation event* seringkali menghadapi kendala ini, karena mungkin tim tersebut tidak memiliki pengalaman atau keahlian khusus yang dibutuhkan untuk mengatur acara yang efektif.

2.1 Data Perusahaan

1. Nama Perusahaan : PT Cahaya Aktivasi Nusantara
2. Bidang Usaha : *Event Organizer*
3. Jenis Jasa : *Brand Activation*
4. Alamat Perusahaan : Komplek Ruko Duta Mas Blok B2 No. 34–35, Jl. RS Fatmawati, Cipete Utara, Jakarta Selatan
5. Nomor Telepon : 021 00735225
6. Nomor Fax : (021) 2190345
7. Bank Perusahaan : Bank Central Asia
8. Bentuk Badan Hukum: PT (Perseroan Terbatas)
9. Nomor Akte Pendirian: 1968
10. NPWP : 06.529.751.8-015.013
11. Rencana Berdiri : 2025

2.1.1 Logo Perusahaan dan Filosofi

Hak Cipta :

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

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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 2.1 Logo Perusahaan



Sumber: PT Cahaya Aktivasi Nusantara, 2025

Logo PT Cahaya Aktivasi Nusantara dirancang untuk merepresentasikan karakter perusahaan yang elegan, inovatif, dan berorientasi pada penciptaan pengalaman bermakna bagi *brand*. Huruf “C-A-N” yang merupakan singkatan dari nama perusahaan disusun dengan gaya tipografi elegan dan mengalir, mencerminkan fleksibilitas, kreativitas, serta koneksi kuat antara setiap elemen dalam perusahaan. Desain huruf yang saling terhubung juga melambangkan sinergi dan kesatuan dalam setiap proses kerja tim, mulai dari perencanaan hingga pelaksanaan *event*.

Di bagian atas huruf “A”, terdapat simbol bintang yang menyala, menjadi representasi visual dari kata “Cahaya” dalam nama perusahaan. Bintang ini tidak hanya menunjukkan arah dan tujuan, tetapi juga mencerminkan semangat untuk terus bersinar dan membantu *brand* klien tampil gemilang di hadapan audiens mereka. Ini selaras dengan filosofi perusahaan sebagai penyulut pengalaman yang berdampak (*brand experience igniter*).

2.1.2 Deskripsi Logo

Pemilihan warna emas dan orange memperkuat makna dari keseluruhan logo. Warna emas melambangkan kualitas premium, kepercayaan, dan profesionalisme, sementara orange mencerminkan energi, semangat, dan daya tarik visual yang kuat. Perpaduan keduanya menunjukkan bahwa PT Cahaya Aktivasi



Hak Cipta :

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

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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

Nusantara tidak hanya unggul dalam kreativitas, tetapi juga dalam penyampaian layanan yang bernilai tinggi.

Tagline “Ignite Your Brand Experience” yang tersemat di bawah nama perusahaan menjadi penegas misi PT Cahaya Aktivasi Nusantara sebagai mitra strategis *brand* dalam menciptakan *event* yang tidak hanya berjalan baik secara teknis, tetapi juga meninggalkan kesan yang mendalam dan berdampak secara emosional.

2.1.3 Corporate Culture

PT Cahaya Aktivasi Nusantara membangun budaya perusahaan yang berlandaskan pada inovasi, kolaborasi, dan orientasi solusi. Kami mendorong setiap anggota tim untuk berpikir kreatif, adaptif, serta terbuka terhadap perubahan dan tren teknologi. Dalam setiap proyek, kami menjunjung tinggi komunikasi yang kolaboratif, fleksibilitas kerja, dan profesionalisme klien menjadi fokus utama kami, dengan pendekatan personal, hasil yang terukur, dan layanan *end-to-end* yang berkualitas. Selain itu, kami mulai menerapkan prinsip keberlanjutan melalui praktik ramah lingkungan dan kemitraan sosial, menciptakan *event* yang tidak hanya menarik, tetapi juga berdampak positif.

Visi:

Menjadi pelopor dalam industri *brand activation* di Indonesia dengan menciptakan pengalaman interaktif yang inovatif, imersif, dan berorientasi pada teknologi, guna membangun hubungan emosional yang kuat antara *brand* dan audiensnya.

Misi:

1. Menyediakan solusi *brand activation* berbasis pengalaman dan interaksi untuk meningkatkan interaksi pelanggan.
2. Meningkatkan *engagement* dan loyalitas pelanggan melalui pengalaman *brand* yang imersif dan berbasis *storytelling*.
3. Mendukung keberlanjutan (*sustainability*) dalam *event* dengan konsep ramah lingkungan, seperti *digital ticketing* dan pengurangan limbah acara.
4. Berkolaborasi dengan berbagai industri untuk menciptakan *event* yang relevan, kreatif, dan berdampak bagi *brand* serta 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

2.2 Biodata Pemilik Usaha

PT Cahaya Aktivasi Nusantara didirikan oleh tiga orang pemilik. Setiap pemilik memiliki latar belakang pendidikan yang sama pada bidang MICE.

2.2.1 Pemilik Pertama

Gambar 2.2 Direktur Utama PT Cahaya Aktivasi Nusantara



- | | |
|-----------------------------|--------------------------------------|
| 1. Nama | : Hosea David Gultom |
| 2. Jabatan | : Direktur Utama |
| 3. Tempat dan Tanggal Lahir | : Depok, 3 Maret 2002 |
| 4. Nomor Telepon | : 085695373524 |
| 5. Alamat Rumah | : Jl. H IV No 81A, Kebon Baru, Tebet |
| 6. Email | : hdgultom@gmail.com |
| 7. Pendidikan | : D4 MICE |

Hak Cipta :

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

2.2.2 Pemilik Kedua

Gambar 2.3 Direktur Pemasaran PT Cahaya Aktivasi Nusantara



- | | |
|-----------------------------|-------------------------------------|
| 1. Nama | : Cahya Dwi Kurniawan |
| 2. Jabatan | : Direktur Pemasaran |
| 3. Tempat dan Tanggal Lahir | : Jakarta, 16 Januari 2003 |
| 4. Nomor Telepon | : 085692480140 |
| 5. Alamat Rumah | : Jl. H.Raiman No 35, Lenteng Agung |
| 6. Email | : cahyakurniawan665@gmail.com |
| 7. Pendidikan | : D4 MICE |

2.2.3 Pemilik Ketiga

Gambar 2.4 Direktur Keuangan PT Cahaya Aktivasi Nusantara





Hak Cipta :

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

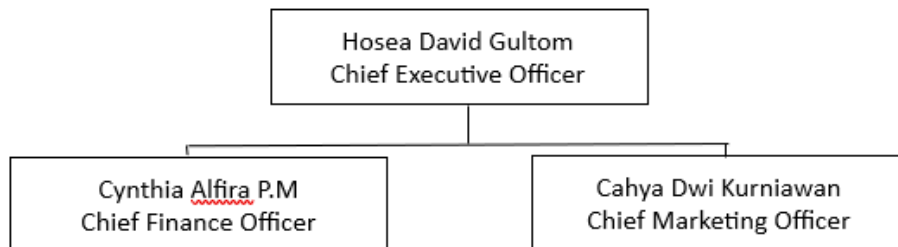
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- | | |
|-----------------------------|------------------------------------|
| 1. Nama | : Cynthia Alfira Paramitha Mulia |
| 2. Jabatan | : Direktur Keuangan |
| 3. Tempat dan Tanggal Lahir | : Jakarta, 25 Desember 2002 |
| 4. Nomor Telepon | : 081410352691 |
| 5. Alamat Rumah | : Jl. M. Kahfi II No 60, Jagakarsa |
| 6. Email | : calfiraaa3@gmail.com |
| 7. Pendidikan | : D4 MICE |

2.3 Struktur Organisasi

PT Cahaya Aktivasi Nusantara memiliki struktur organisasi yang terdiri dari 1 orang direktur utama, 1 orang direktur pemasaran, dan 1 orang direktur keuangan. Berikut merupakan bagan struktur organisasi perusahaan PT Cahaya Aktivasi Nusantara.

Bagan 2.1 Susunan Struktur Organisasi PT Cahaya Aktivasi Nusantara



Sumber: PT Cahaya Aktivasi Nusantara, 2025

2.3.1 Deskripsi Pekerjaan

Berikut ini merupakan penjelasan mengenai deskripsi tugas, pekerjaan, tanggung jawab, dan wewenang dari masing-masing jabatan yang bertugas untuk melaksanakan kegiatan operasional perusahaan.

1. Direktur Utama

- Membuat rancangan perencanaan perusahaan
- Memantau perencanaan dan pelaksanaan strategi perusahaan
- Mengatur SOP perusahaan

Hak Cipta :

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

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

- d. Sebagai pengambil keputusan dalam perusahaan
- e. Menjadi *decision maker* dalam suatu keputusan yang berkaitan
- f. Menyusun strategi bisnis untuk perusahaan
- g. Melakukan evaluasi perusahaan
- h. Melaksanakan rapat rutin
- i. Mengawasi situasi bisnis
- j. Mengorganisasikan visi dan misi perusahaan secara keseluruhan
- k. Menyampaikan laporan kepada pemegang saham atas kinerja perusahaan

2. Direktur Pemasaran

- a. Menganalisa target pasar dengan potensi perusahaan dalam industri
- b. Menyusun strategi dalam pengembangan dan penetapan dalam sistem pemasaran perusahaan
- c. Memahami matriks kerja pemasaran untuk memfasilitasi penelitian pasar, memprediksi serta menganalisis pasar
- d. Menjalankan aktivitas pemasaran dan melakukan evaluasi serta pelaporan dan hasil aktivitas pemasaran
- e. Menyediakan perencanaan dan kepemimpinan untuk divisi pemasaran dan memastikan aspek yang dibuat dapat dikembangkan secara tepat serta sesuai dengan tujuan dari rencana pemasaran
- f. Menyiapkan rencana pemasaran dan promosi untuk produk perusahaan.
- g. Membuat laporan kegiatan pemasaran perusahaan.
- h. Memperoleh pangsa pasar dan mengembangkan rencana pemasaran dan program setiap produk dengan mengarahkan dukungan promosi
- i. Dapat memperkirakan dalam perencanaan pemasaran jangka waktu pasar baik jangka pendek maupun jangka panjang.

3. Direktur Keuangan

- a. Bertanggung jawab terhadap kinerja keuangan sebuah perusahaan.
- b. Bertanggung jawab membuat laporan rutin keuangan perusahaan.
- c. Mengawasi laporan keuangan seluruh divisi.

Hak Cipta :

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun

- d. Meminimalisir resiko keuangan yang dapat merugikan perusahaan.
- e. Melihat peluang perusahaan untuk mencapai keuntungan

2.4 Susunan Pemilik/Pemegang Saham

Tabel 2.1 Sumber Pendanaan PT Cahaya Aktivasi Nusantara

Nama	Jabatan	Nilai Saham	Persentase
Hosea David Gultom	Direktur Utama	Rp. 40.000.000	40%
Cahya Dwi Kurniawan	Direktur Pemasaran	Rp. 30.000.000	30%
Cynthia Alfira Paramitha Mulia	Direktur Keuangan	Rp. 30.000.000	30%
Total		Rp.100.000.000	100%

Sumber: PT Cahaya Aktivasi Nusantara, 2025

Berdasarkan Tabel 2.1 terdapat tiga orang pemilik PT Cahaya Aktivasi Nusantara dengan nilai saham yang berbeda-beda sehingga menghasilkan nilai saham sejumlah Rp 100.000.000,- (seratus juta rupiah).

2.5 Jadwal Kegiatan Pra Operasional Perusahaan

Pendirian perusahaan PT Cahaya Aktivasi Nusantara dimulai dengan tahapan pra-operasional yang berlangsung selama empat bulan, dari September hingga Desember 2025. Kegiatan pra-operasional ini bertujuan untuk memenuhi semua kebutuhan dan persyaratan pendirian perusahaan. Jadwal kegiatan pra-operasional dapat dilihat pada Tabel 2.2 berikut:

Tabel 2.2 Jadwal Kegiatan Operasional

No	Kegiatan	Bulan			
		Sep	Okt	Nov	Des
1	Riset 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

2	Analisis Pasar				
3	Penyusunan Profil Perusahaan				
4	Penentuan Lokasi Perusahaan				
5	Pengurusan Perizinan Pendirian Perusahaan				
6	Penentuan Peralatan dan Perlengkapan				
7	Promosi dan Pembuatan Media Sosial Perusahaan				

Sumber: PT Cahaya Aktivasi Nusantara, 2025

2.5.1 Riset Pasar

Riset pasar merupakan tahap awal yang dilakukan oleh PT Cahaya Aktivasi Nusantara untuk memahami kondisi pasar dalam bidang *brand activation event organizer* yang akan dijalankan. Riset ini bertujuan untuk memperoleh gambaran tentang ketersediaan konsumen potensial, mengetahui kebutuhan pasar terhadap layanan *brand activation* berbasis pengalaman interaktif, serta memetakan posisi pesaing yang telah lebih dulu hadir di industri sejenis. Riset ini dilakukan dengan cara survei dan kuesioner kepada perusahaan yang pernah melakukan kegiatan *brand activation*. Metode survei ini dilakukan dan disebar melalui google form secara langsung kepada perwakilan karyawan dari perusahaan tersebut dan riset melalui internet.

Dalam riset ini, PT Cahaya Aktivasi Nusantara juga mengidentifikasi dan menganalisis empat pesaing utama dalam industri sejenis, yaitu Orange Line event, PT Scarlet Kreasi Indonesia, Absolute EO, dan PT Sahabat Pesta Indonesia. Analisis mencakup fokus layanan yang ditawarkan masing-masing perusahaan,

Hak Cipta :

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

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

segmen pasar yang mereka sasar, kekuatan utama yang menjadi keunggulan mereka, serta kelemahan yang masih dapat dimanfaatkan sebagai peluang diferensiasi. Dari analisis tersebut, diketahui bahwa meskipun kompetitor memiliki kekuatan di aspek kreatif dan media sosial.

Selain itu, PT Cahaya Aktivasi Nusantara juga melakukan penelusuran tren industri *brand activation* dalam tiga tahun terakhir, mulai dari 2022 hingga 2024. Selama periode tersebut, terdapat peningkatan signifikan dalam permintaan *event* dengan pendekatan *experiential marketing*, terutama sejak pandemi COVID-19 mendorong akselerasi *event digital* dan *hybrid*. Setelah 2022, terjadi pergeseran ke arah konsep *event* yang lebih *immersive*, *digital-friendly*, dan *personalized*, yang memperlihatkan potensi besar bagi pendekatan yang diusung oleh perusahaan. Dengan tren ini, PT Cahaya Aktivasi Nusantara memproyeksikan pertumbuhan penjualan dalam kurun waktu 3–5 tahun ke depan dengan rata-rata pertumbuhan tahunan sebesar 15–20%, seiring meningkatnya kebutuhan *brand* untuk terhubung secara lebih emosional dan interaktif dengan konsumennya.

2.5.2 Analisis Pasar

Setelah melakukan riset pasar, PT Cahaya Aktivasi Nusantara sebagai entitas bisnis yang baru berdiri perlu melaksanakan analisis pasar secara menyeluruh guna memahami perilaku konsumen, tingkat kesadaran merek, serta mengidentifikasi peluang usaha yang dapat dikembangkan dalam sektor *brand activation*. Kegiatan riset ini berlangsung selama dua bulan, dengan pendekatan kuantitatif dan kualitatif melalui survei digital dan wawancara informal.

1. Fokus pada Konsumen Produk PT Sinde Budi Sentosa

Dalam riset ini, fokus utama diarahkan pada konsumen individu di wilayah Jabodetabek. Tujuannya adalah untuk mengidentifikasi:

- Tingkat kesadaran (*brand awareness*) terhadap PT Sinde Budi Sentosa sebagai perusahaan induk.
- Respons dan ketertarikan mereka terhadap bentuk aktivasi merek seperti *booth* interaktif, pembagian sampel produk, promosi langsung, maupun kampanye berbasis pengalaman.

Hak Cipta :

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

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

Banyak konsumen menggunakan produk PT Sinde Budi Sentosa tanpa mengetahui bahwa produk tersebut merupakan bagian dari *brand* perusahaan (contohnya Antangin, Larutan Cap Badak, atau Kuku Bima Ener-G). Kondisi ini membuka peluang besar bagi *brand activation event* untuk memperkuat asosiasi merek melalui pendekatan yang edukatif dan menyentuh sisi emosional konsumen.

2. Segmentasi dan Target Pasar Konsumen

Segmentasi pasar perusahaan kami berfokus pada generasi muda yang baru memasuki dunia profesional, dengan rentang usia 18 hingga 25 tahun. Kelompok demografi ini merupakan mayoritas konsumen kami, dan sebagian besar dari mereka telah berstatus sebagai karyawan. Mereka umumnya memiliki pendapatan pribadi, meskipun mungkin masih di tahap awal karir. Gaya hidup mereka cenderung dinamis, aktif secara digital, dan terbuka terhadap inovasi serta produk yang dapat mendukung produktivitas dan gaya hidup modern. Dengan demikian, target pasar utama kami adalah individu berusia 18-25 tahun yang berstatus karyawan, yang memiliki daya beli dan kebutuhan yang selaras dengan penawaran produk atau layanan kami.

3. Potensi Kebutuhan *Brand Activation*

Dengan meningkatnya dominasi media digital dan kejenuhan terhadap iklan konvensional, konsumen kini lebih tertarik pada interaksi yang menghadirkan pengalaman langsung dan membangun keterlibatan emosional. Sebanyak 38,6% responden menyatakan lebih tertarik mencoba produk setelah mengikuti *event* interaktif, khususnya yang menghadirkan *sensory experience* atau edukasi seputar produk.

4. Tujuan penyelenggaraan *brand activation event*

Tujuan dari penyelenggaraan *Brand Activation Plan* oleh PT Cahaya Aktivasi Nusantara adalah untuk membangkitkan kembali eksistensi dan kesadaran konsumen terhadap produk Acaraki Golden Sparkling, yang sebelumnya telah beredar luas di jaringan ritel seperti Indomaret, Alfamart, dan warung-warung terdekat. Berdasarkan hasil survei, diketahui bahwa dalam satu tahun terakhir produk ini mengalami penurunan distribusi dan

Hak Cipta :

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

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

tidak lagi ditemukan secara aktif di toko-toko tersebut. Melalui *brand activation* ini, perusahaan bertujuan untuk menciptakan kembali keterikatan emosional konsumen terhadap produk, membangun pengalaman langsung yang menarik, serta mendorong demand pasar agar keberadaan Acaraki Golden Sparkling kembali menempati ruang yang strategis di benak dan kebiasaan belanja konsumen.

5. Kesimpulan dan Peluang

PT Cahaya Aktivasi Nusantara melihat peluang besar dalam meningkatkan *brand awareness* dan loyalitas konsumen terhadap produk PT Sinde Budi Sentosa melalui program *brand activation* yang disesuaikan dengan preferensi target audiens. Pendekatan berbasis *storytelling*, gamifikasi, serta edukasi ringan dalam format *event offline* diyakini mampu menghubungkan pengalaman penggunaan produk dengan kesadaran terhadap *brand* yang menaunginya.

2.5.3 Penyusunan Profil Perusahaan

PT Cahaya Aktivasi Nusantara akan melakukan penyusunan profil perusahaan yang terdiri dari, penentuan jenis usaha perusahaan, penentuan nama dan visi misi perusahaan, pembuatan logo, pembentukan struktur organisasi, dan membuat produk-produk yang akan dijual pada perusahaan.

2.5.4 Penentuan Lokasi Perusahaan

Mutu Work yang berlokasi di kawasan Fatmawati/Cipete, tepatnya di Komplek Ruko Duta Mas Blok B2 No. 34–35, Jl. RS Fatmawati, Cipete Utara, Jakarta Selatan, merupakan pilihan kantor strategis yang sangat ideal untuk PT Cahaya Aktivasi Nusantara. Lokasinya yang dekat dengan Stasiun MRT Haji Nawi memberikan kemudahan akses bagi tim dan klien, menjadikannya cocok untuk perusahaan dengan mobilitas tinggi.

Ruang kerja ini dirancang untuk mendukung aktivitas bisnis *startup* dan tim kreatif dalam skala kecil hingga menengah. Dengan fasilitas yang lengkap seperti koneksi internet berkecepatan tinggi, *pantry* yang nyaman, ruang ibadah, serta area

Hak Cipta :

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

komunal yang mendukung kolaborasi, Mutu Work memberikan lingkungan kerja yang kondusif dan produktif.

Keunggulan lainnya adalah atmosfer profesional yang tetap terasa hangat dan inklusif, menjadikannya tempat yang pas untuk tim *event organizer* yang dinamis seperti PT Cahaya Aktivasi Nusantara. Lingkungan sekitarnya juga mendukung, karena berada di area yang ramai dengan berbagai fasilitas umum dan bisnis, yang mendukung kebutuhan operasional maupun pertemuan klien.

2.5.5 Pengurusan Perizinan Pendirian Perusahaan

PT Cahaya Aktivasi Nusantara memiliki bentuk usaha PT (Perseroan Terbatas) yang bernama PT Cahaya Aktivasi Nusantara, yang dalam proses pengurusan perizinannya, terdapat syarat perizinan mendirikan PT, yaitu:

1. Fotokopi KTP, NPWP, & KK para pemegang saham dan pengurus minimal 2 (dua) orang.
2. Foto direktur ukuran 3x4.
3. Duplikat PBB tahun terakhir sesuai domisili perusahaan.
4. Duplikat surat kontrak/sewa kantor atau bukti kepemilikan tempat usaha.
5. Surat keterangan domisili dari pengelola gedung jika berdomisili di gedung perkantoran.
6. Surat keterangan RT/RW (jika dibutuhkan, untuk perusahaan yang berdomisili di lingkungan perumahan) khusus luar Jakarta.
7. Kantor berada di wilayah perkantoran/plaza, atau ruko, atau tidak berada di wilayah pemukiman.
8. Surat keterangan zonasi dari kelurahan.
9. Stempel perusahaan.
10. Pendiri (direktur dan komisaris) minimal terdiri dari 2 (dua) orang atau lebih.
11. Nama perusahaan.
12. Susunan pemegang saham (pendiri wajib mengambil bagian dalam saham).
13. Akta pendirian harus disahkan oleh Kementerian Hukum dan HAM.
14. Menetapkan nilai modal dasar dan modal disetor (nilai modal disetor minimal 25% dari modal dasar).

Hak Cipta :

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

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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

15. Pemegang saham harus Warga Negara Indonesia atau badan hukum yang didirikan menurut hukum Indonesia.

16. Akta notaris yang berbahasa Indonesia.

A. Persiapan Internal (Pra-Pendirian)

Sebelum mendatangi notaris, Anda perlu menyiapkan data-data fundamental perusahaan. Ini adalah langkah krusial yang akan menentukan kelancaran proses selanjutnya.

1. Menentukan Nama PT:

- Harus terdiri dari minimal 3 (tiga) suku kata.
- Tidak boleh sama atau mirip dengan nama PT lain yang sudah terdaftar.
- Tidak boleh bertentangan dengan ketertiban umum dan/atau kesusilaan.
- Anda bisa melakukan pengecekan awal ketersediaan nama melalui situs Ditjen AHU Kemenkumham.

2. Menentukan Lokasi/Domisili Usaha:

- Tentukan alamat lengkap di mana PT akan beroperasi.
- Pastikan zonasi lokasi tersebut sesuai dengan peruntukan usaha (misalnya, bukan di zona pemukiman jika untuk industri). Untuk wilayah DKI Jakarta, ini sangat penting.
- Jika menggunakan *Virtual Office*, pastikan penyedia jasa VO terpercaya dan memiliki izin yang valid.

3. Menentukan Maksud dan Tujuan (Bidang Usaha):

- Pilih bidang usaha yang akan dijalankan sesuai dengan **Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI)**.
- Anda dapat mengecek daftar KBLI terbaru melalui situs OSS. Pemilihan KBLI ini sangat penting karena akan menentukan tingkat risiko dan jenis perizinan yang dibutuhkan.

4. Menentukan Struktur Permodalan:

Hak Cipta :

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

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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

- **Modal Dasar:** Total nilai nominal saham PT. Sejak UU Cipta Kerja, tidak ada lagi batas minimum Rp 50 juta. Besaran modal dasar ditentukan berdasarkan kesepakatan para pendiri.
- **Modal Ditempatkan dan Disetor:** Minimal 25% dari Modal Dasar harus ditempatkan dan disetor penuh. Bukti penyeteroran ini penting, meskipun dalam praktik seringkali berupa surat pernyataan dari para pendiri.

5. Menentukan Struktur Pengurus dan Pemegang Saham:

- **Pendiri/Pemegang Saham:** Minimal 2 (dua) orang atau badan hukum.
- **Dewan Direksi:** Minimal 1 (satu) orang Direktur. Bertanggung jawab atas pengelolaan perusahaan sehari-hari.
- **Dewan Komisaris:** Minimal 1 (satu) orang Komisaris. Bertanggung jawab atas pengawasan direksi.

B. Pembuatan Akta Pendirian di Notaris

Setelah semua data siap, langkah selanjutnya adalah mendatangi Notaris untuk membuat Akta Pendirian PT.

- **Proses:** Anda menyerahkan semua data dari Tahap 1 kepada Notaris. Notaris akan menyusun draft Akta Pendirian.
- **Output:** Akta Pendirian Perusahaan yang ditandatangani oleh semua pendiri di hadapan Notaris.

C. Pengesahan Badan Hukum oleh Kemenkumham

- **Proses:** Notaris akan mengajukan permohonan pengesahan badan hukum PT Anda secara *online* melalui sistem Administrasi Hukum Umum (AHU) Kemenkumham. Ini termasuk proses pemesanan nama PT yang telah Anda siapkan.
- **Output:** Surat Keputusan (SK) Menteri Hukum dan HAM tentang Pengesahan Badan Hukum PT. Dengan terbitnya SK ini, PT Anda secara resmi telah lahir sebagai entitas hukum yang sah.

D. Pendaftaran di Sistem OSS dan Penerbitan NIB

Ini adalah jantung dari perizinan usaha modern di 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

1. **Pembuatan Akun OSS:** Anda atau notaris/konsultan Anda akan membuat akun di laman <https://oss.go.id>.
2. **Penginputan Data:** Data dari Akta Pendirian dan SK Kemenkumham akan diinput ke dalam sistem OSS.
3. **Penerbitan NIB (Nomor Induk Berusaha):**
 - Setelah data terverifikasi oleh sistem, OSS akan secara otomatis menerbitkan **NIB**.
 - **NIB adalah identitas utama pelaku usaha** dan berfungsi juga sebagai Tanda Daftar Perusahaan (TDP), Angka Pengenal Impor (API), dan hak akses kepabeanaan.

E. **Pengurusan Izin Usaha Sesuai Tingkat Risiko**

Sistem OSS RBA mengklasifikasikan bidang usaha (KBLI) berdasarkan tingkat risiko:

- **Risiko Rendah:** Perizinan berusaha cukup dengan **NIB**. Usaha bisa langsung berjalan.
- **Risiko Menengah Rendah:** Wajib memiliki **NIB** dan **Sertifikat Standar** yang berupa pernyataan mandiri (*self-declaration*) yang diisi dan disetujui melalui sistem OSS.
- **Risiko Menengah Tinggi:** Wajib memiliki **NIB** dan **Sertifikat Standar** yang harus diverifikasi oleh kementerian/lembaga/pemerintah daerah terkait.
- **Risiko Tinggi:** Wajib memiliki **NIB** dan **Izin**. Izin ini harus disetujui oleh kementerian/lembaga/pemerintah daerah sebelum usaha dapat beroperasi. Selain itu, mungkin diperlukan Analisis Mengenai Dampak Lingkungan (AMDAL) atau izin lingkungan lainnya.

F. Perizinan Lainnya (Jika Diperlukan)

- **NPWP Perusahaan:** Sistem OSS kini terintegrasi dengan Direktorat Jenderal Pajak. NPWP Perusahaan akan dibuat secara otomatis setelah NIB terbit.
- **Izin Operasional/Komersial:** Tergantung bidang usaha, mungkin diperlukan izin spesifik lainnya seperti Izin Edar dari BPOM untuk produk makanan/kosmetik, atau Izin Usaha Jasa Konstruksi (IUJK).

Hak Cipta :

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

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

2.5.6 Pemenuhan Peralatan dan Perlengkapan

PT Cahaya Aktivasi Nusantara akan melakukan persiapan untuk kebutuhan peralatan dan perlengkapan perusahaan dalam waktu sekitar 1 bulan. Persiapan akan dimulai dengan mencari vendor yang dibutuhkan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan peralatan dan perlengkapan serta operasional kantor.

Tabel 2.3 Daftar Peralatan

No	Peralatan Kantor	Spesifikasi	Jumlah	Satuan
1	Hard Disk	HDD Eksternal	2	Unit
2	Printer	Epson	1	Pcs
3	AC	LG	1	Unit
4	Meja	Meja Kerja	3	Unit
5	Kursi	Kursi Kerja	3	Unit
6	Rak Buku	IKEA - Billy Rak Buku Putih 40x28x202 cm	2	Unit

Sumber: PT Cahaya Aktivasi Nusantara, 2025

Tabel 2.4 Peralatan Dapur

No	Peralatan Kebersihan	Spesifikasi	Jumlah	Satuan
1	Piring	Piring kaca	1	Box
2	Gelas	Gelas Kaca	1	Box
3	Sendok	Doll	1	Lusin



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun

4	Garpu	Doll	1	Lusin
5	Pisau	Pisau set	1	Set
6	Sapu	Sapu ijuk	2	Unit
7	Kain Pel	Pel lantai	2	Unit
8	Kain keset	Keset Dragon	2	Unit
9	Dispenser	Miyako dispenser	1	Unit

Sumber: PT Cahaya Aktivasi Nusantara, 2025

Tabel 2.5 Perlengkapan Kantor

No	Perlengkapan Kantor	Spesifikasi	Jumlah	Satuan
1	Kertas HVS	Paper One A4 75 Gram	2	Rim
2	Spidol	Snowman	1	Box
3	Bulpen	Snowman v5	1	Box
4	Stapler	Joyko	1	Kodi
5	Gunting	Joyko	3	Unit
6	Cutter	Joyko	1	box
7	Isi Stapler	Joyko	1	Box
8	Tinta Printer	EPSON 003	1	Set
9	Stempel	Stempel otomatis	2	Unit
10	Stabilo	Joyko	1	Box
11	Map	Joyko map L plastik	1	Lusin

Sumber: PT Cahaya Aktivasi Nusantara, 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun

tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Tabel 2.6 Perlengkapan Dapur

No	Perlengkapan Dapur	Spesifikasi	Jumlah	Satuan
1	Kopi	Nescafe	1	Pack
2	Teh	Sariwangi	3	Box
3	Gula	Gulaku	1	Kg
4	Tisu	Paseo	5	Unit
5	Galon Aqua	Aqua	2	Galon

Sumber: PT Cahaya Aktivasi Nusantara, 2025

No	Perlengkapan Kebersihan	Spesifikasi	Jumlah	Satuan
1	Sabun cuci tangan	Yuri	2	Unit
2	Sabun cuci piring	Sunlight	2	Pack
3	Pengharum ruangan	Dahlia	2	Unit

Tabel 2.7 Perlengkapan Kebersihan

Sumber: PT Cahaya Aktivasi Nusantara, 2025

Tabel 2.8 Perlengkapan Kesehatan

No	Perlengkapan kesehatan	Spesifikasi	Jumlah	Satuan
1	Kotak P3K	Kotak P3K medium	1	Unit

Hak Cipta :

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

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

2	Obat mata		2	Unit
3	Obat maag		2	Box
4	Obat pusing, batuk, dan flu		2	Unit

Sumber: PT Cahaya Aktivasi Nusantara, 2025

2.5.7 Promosi dan Pembuatan Media Sosial Perusahaan

Dalam upaya memperkuat eksistensi dan memperluas jangkauan pasar, PT Cahaya Aktivasi Nusantara memanfaatkan strategi promosi yang berbasis digital melalui pengelolaan media sosial secara profesional dan konsisten. Media sosial dipilih sebagai kanal utama komunikasi karena mampu menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam secara *real-time*. Platform seperti Instagram, dan LinkedIn menjadi media utama untuk menampilkan *portofolio event*, proses kreatif, hingga testimonial klien.

Strategi promosi difokuskan pada pendekatan visual yang kuat, narasi (*storytelling*) yang menarik, serta konten edukatif yang menyoroti keunggulan layanan *brand activation*, khususnya dalam produk-produk milik PT Sinde Budi Sentosa. Setiap konten yang diunggah dirancang agar relevan dengan karakteristik target pasar.

Selain itu, kampanye digital dilaksanakan secara berkala dengan memanfaatkan fitur iklan berbayar (*ads*) dan kerja sama dengan *influencer* maupun *key opinion leader (KOL)* yang sesuai dengan citra dan nilai *brand*. Pendekatan ini bertujuan untuk membangun *engagement* yang lebih kuat dengan audiens serta memperkuat citra merek di pasar.

Pembuatan media sosial perusahaan tidak hanya bertujuan sebagai etalase digital, tetapi juga sebagai saluran *engagement* dengan calon klien dan mitra bisnis. Tim khusus media sosial dibentuk untuk merancang kalender konten, merespons interaksi secara aktif, serta menganalisis performa unggahan untuk meningkatkan efektivitas promosi. Aktivasi konten juga dikaitkan dengan momentum nasional, perayaan musiman, atau topik-topik tren yang dapat meningkatkan *awareness* dan kepercayaan publik terhadap perusahaan.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Langkah ini diperkuat dengan integrasi visual *branding* perusahaan dalam setiap elemen media sosial, termasuk logo, warna, tone komunikasi, dan hashtag kampanye. Dengan pendekatan ini, PT Cahaya Aktivasi Nusantara tidak hanya hadir sebagai penyedia jasa *event*, tetapi juga sebagai *brand* yang memiliki identitas kuat, konsisten, dan adaptif terhadap perkembangan digital. Tujuannya adalah membangun positioning sebagai perusahaan *event organizer* yang modern, kreatif, dan terpercaya di industri aktivasi merek.

