

**RANCANGAN USAHA *CREATIVE BOOTH CONTRACTOR*
DENGAN PENDEKATAN *CONTEMPORARY DESIGN* OLEH
CV KREASI EXPERIENCE INDONESIA**



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

Disusun oleh:

- | | |
|----------------------------------|-------------------|
| 1. Devira Hijriyani | 2205414002 |
| 2. Muhammad Wisaldo | 2205414008 |
| 3. Inggit Auliyani Astomo | 2205414025 |

**PROGRAM STUDI SARJANA TERAPAN USAHA JASA KONVENSI,
PERJALANAN INSENTIF DAN PAMERAN (D4 MICE)**

**KAMPUS KABUPATEN DEMAK
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

2026



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

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
PROGRAM STUDI SARJANA TERAPAN USAHA JdASA KONVENSI,
PERJALANAN INSENTIF DAN PAMERAN (D4 MICE)
KAMPUS KABUPATEN DEMAK

LEMBAR PERSETUJUAN

Nama	: Devira Hijriyani
NIM	2205414002
Nama	: Muhammad Wisaldo
NIM	2205414008
Nama	: Inggit Auliyani Astomo
NIM	222054140225
Program Studi	: Usaha Jasa Konvensi, Perjalanan Insentif, dan Pameran (MICE) Kampus Kabupaten Demak
Judul Laporan Akhir	: Rancangan Usaha <i>Creative Booth Contractor</i> dengan Pendekatan <i>Contemporary Design</i> Oleh CV Kreasi Experience Indonesia

Menyetujui,
Kepala Program Studi D4 MICE
Kampus Kab. Demak

Mulyono, S.Kom., M.Kom.
NIP 198710302024211008

Menyetujui,
Pembimbing

Mella Narolita, S.Hum., M.A.
NIP 199005152024062001

Mengetahui,
Ketua Jurusan Administrasi Niaga



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



**POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
PROGRAM STUDI SARJANA TERAPAN USAHA JASA KONVENSI,
PERJALANAN INSENTIF DAN PAMERAN (D4 MICE)
KAMPUS KABUPATEN DEMAK**

LEMBAR PENGESAHAN

Nama	: Devira Hijriyani
NIM	2205414002
Nama	: Muhammad Wisaldo
NIM	2205414008
Nama	: Inggit Auliyani Astomo
NIM	222054140225
Program Studi	: Usaha Jasa Konvensi, Perjalanan Insentif, dan Pameran (MICE) Kampus Kabupaten Demak
Judul Laporan Akhir	: Rancangan Usaha <i>Creative Booth Contractor</i> dengan Pendekatan <i>Contemporary Design</i> Oleh CV Kreasi Experience Indonesia

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Sains Terapan pada Program Studi Sarjana Terapan MICE Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta pada:

Hari, Tanggal : Kamis, 18 Juni 2026
Waktu : 13.00 – 14.30
Tempat : Politeknik Negeri Jakarta PSDKU Kabupaten Demak

TIM PENGUJI

Ketua Sidang : Mella Narolita, S.Hum., M.A.
NIP 199005152024062001



Penguji I : Ifta Almazah Suhaya, S.AB., M.A.
NIP 199901152025062008



Penguji II : Aulia Restu Ariyanto Putri, M.Par.
NIP 199904142024062002





Hak Cipta :

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

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkah, rahmat, dan hidayah-Nya yang senantiasa dilimpahkan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir *Business Plan* dengan judul “Rancangan Usaha *Creative Booth Contractor* dengan Pendekatan *Contemporary Design*.” Penyusunan laporan ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan studi dan memperoleh gelar Sarjana Terapan Usaha Jasa Konvensi, Perjalanan Insentif dan Pameran (D4 MICE) Kampus Kabupaten Demak.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya bantuan, dukungan, serta doa dari berbagai pihak yang telah memberikan kontribusi, baik secara moril maupun materil. Oleh karena itu, penulis dengan tulus menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa, atas segala petunjuk dan kekuatan yang diberikan selama proses penulisan hingga penyelesaian tugas akhir ini.
2. Bapak Dr. Syamsurizal, S.E., M.M. selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
3. Bapak Dr. Wahyudi Utomo, S.Sos., M.Si. selaku Ketua Jurusan Administrasi Niaga.
4. Bapak Mulyono, S.Kom., M.Kom. selaku Kepala Program Studi MICE PSDKU Demak yang selalu memberikan panduan akademik serta motivasi dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
5. Ibu Mella Narolita, S.Hum., M.A. selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan memberikan masukan dengan sabar serta penuh dedikasi selama proses penyusunan tugas akhir ini.
6. Ibu Ifta Almazah Suhaya, S.AB., M.A. selaku Penguji I dan Ibu Aulia Restu Ariyanto Putri, M.Par. selaku Penguji II yang telah memberikan kritik, saran, serta masukan yang konstruktif dalam penyempurnaan *business plan* ini.
7. Seluruh dosen Politeknik Negeri Jakarta Kampus Demak, yang telah memberikan ilmu, wawasan, dan pengalaman berharga selama masa studi.



Hak Cipta :

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

8. Orang tua dan keluarga masing-masing penulis, yang telah memberikan kasih sayang, doa yang tak henti-henti, serta dukungan moral dan materiil yang menjadi fondasi utama dalam menyelesaikan studi ini.
9. Anggota kelompok penyusun, yang telah bekerja sama dengan penuh semangat, komitmen, dan dedikasi tinggi dalam menyusun *business plan* ini hingga selesai.
10. Teman-teman sejawat Program Studi MICE PSDKU Kabupaten Demak angkatan 2022, yang telah memberikan semangat, dukungan, serta berbagi ilmu dan informasi yang sangat membantu.
11. Vendor-vendor *creative booth contraction*, yang telah bersedia memberikan informasi, wawasan industri, serta masukan yang sangat berharga sebagai referensi dalam penyusunan analisis dan strategi bisnis.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa laporan ini masih memiliki kekurangan dan keterbatasan. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka terhadap kritik dan saran yang membangun guna perbaikan kedepannya. Semoga laporan ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca, serta menjadi referensi dan inspirasi bagi pihak-pihak yang berkepentingan di bidang industri kreatif, khususnya dalam sektor *creative booth contraction*.

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Demak, 18 Juni 2026

Penulis



Hak Cipta :

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

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR BAGAN.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR GRAFIK.....	xi
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I RINGKASAN EKSEKUTIF	1
BAB II LATAR BELAKANG PERUSAHAAN.....	3
2.1. Data Perusahaan	9
2.1.1. Logo Perusahaan dan Filosofi	11
2.1.2. Deskripsi Logo.....	11
2.1.3. <i>Corporate Culture</i>	12
2.2. Biodata Pemilik Usaha	13
2.2.1. Pemilik Pertama.....	13
2.2.2. Pemilik Kedua.....	14
2.2.3. Pemilik Ketiga	15
2.3. Struktur Organisasi.....	16
2.3.1. Deskripsi Pekerjaan	17
2.4. Struktur Pemilik/Pemegang Saham.....	20
2.5. Jadwal Kegiatan Pra Operasional Perusahaan.....	21
2.5.1. Riset Pasar.....	21
2.5.2. Analisis Pasar.....	23
2.5.3. Penyusunan Profil Perusahaan.....	35
2.5.4. Penentuan Lokasi Perusahaan.....	36
2.5.5. Pengurusan Perizinan Pendirian Perusahaan	37
2.5.6. Pemenuhan Peralatan dan Perlengkapan	38



Hak Cipta :

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

2.5.7. Promosi dan Pembuatan Media Sosial Pemasaran Perusahaan	39
BAB III ANALISIS PASAR DAN RENCANA PEMASARAN	41
3.1. Produk atau Jasa yang Dihasilkan	41
3.1.1. Paket dan Spesifikasi Produk.....	43
3.1.2. Produk Utama	50
3.1.3. Produk Pendukung.....	60
3.2. Gambaran Pasar.....	65
3.3. Segmentasi Pasar yang Dituju	67
3.3.1. <i>Segmentation</i>	67
3.3.2. <i>Targeting</i>	68
3.3.3. <i>Positioning</i>	68
3.4 Tren Perkembangan Pasar	69
3.5. Proyeksi Penjualan	80
3.6. Strategi Pemasaran	90
3.6.1. <i>Product</i>	91
3.6.2. <i>Place</i>	92
3.6.3. <i>Price</i>	93
3.6.4. <i>Promotion</i>	95
3.6.5. <i>People</i>	101
3.6.6. <i>Process</i>	102
3.6.7. <i>Physical Evidence</i>	106
3.7. Analisis Pesaing	107
3.8. Analisis SWOT.....	109
3.9. Jejaring Usaha	112
BAB IV ANALISIS SUMBER DAYA MANUSIA	116
4.1. Analisis Kompetensi Sumber Daya Manusia	116
4.2. Analisis Kebutuhan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia	121
4.3. Rencana Pemenuhan Kebutuhan Sumber Daya Manusia	132
BAB V PEMANFAATAN TEKNOLOGI	137
5.1 Analisis dan Perencanaan Pemanfaatan Teknologi.....	137
5.1.1. Pemanfaatan Teknologi dalam Kegiatan Pemasaran.....	138



Hak Cipta :

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

5.1.2. Pemanfaatan Teknologi dalam Operasional Perusahaan	139
5.1.3. Pemanfaatan Teknologi dalam Produk Perusahaan	141
5.2. Tahapan Pengembangan Teknologi	142
BAB VI ANALISIS DAN RENCANA KEUANGAN	147
6.1. Rencana Kebutuhan Investasi	147
6.2. Harga Pokok Penjualan	148
6.3. Proyeksi Penjualan	150
6.4. Proyeksi Arus Kas	152
6.5. Neraca Keuangan	154
6.6. Prakiraan Laba/Rugi	157
6.7. Prakiraan Perubahan Modal	159
6.8. Analisis <i>Payback Period</i>	160
6.9. Analisis <i>Net Present Value</i>	161
6.10. Analisis Internal Rate of Return	163
6.11. Analisis <i>Profitability Index</i>	164
6.12. Analisis <i>Return of Investment</i>	165
BAB VII ANALISIS DAMPAK DAN RESIKO USAHA	167
7.1. Aspek Hukum	167
7.1.1. Aspek Hukum Pendirian Perusahaan	168
7.1.2. Aspek Hukum Ketenagakerjaan	169
7.1.3. Aspek Hukum Perjanjian Kerjasama	170
7.1.4. Aspek Hukum Penyelesaian Sengketa	172
7.1.5. Aspek Hukum Merek Dagang	173
7.2. Dampak Terhadap Lingkungan	174
7.3. Analisis Risiko Usaha	176
7.3.1. Risiko Pemasaran	176
7.3.2. Risiko Operasional	177
7.3.5. Risiko Reputasi	180
7.3.6. Konflik Regulasi	181
7.4. Antisipasi Risiko Usaha	182
7.4.1. Antisipasi Risiko Pemasaran	183



Hak Cipta :

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

7.4.2. Antisipasi Risiko Operasional	184
7.4.3. Antisipasi Risiko Keuangan.....	185
7.4.4. Antisipasi <i>Force Majeure</i>	185
7.4.5. Antisipasi Reputasi	186
7.4.6. Antisipasi Konflik Regulasi.....	187

DAFTAR PUSAKA.....	189
---------------------------	------------

LAMPIRAN.....	194
----------------------	------------





Hak Cipta :

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

DAFTAR BAGAN

Bagan 2. 1. Struktur Organisasi CV Kreasi Experience Indonesia.....	16
Bagan 3. 1. <i>Flowchart</i> Bisnis CV Kreasi Experience Indonesia	103
Bagan 4. 1. Alur Rekrutmen Tenaga Kerja.....	134
Bagan 5. 1. Tahap Pengembangan Teknologi CV Kreasi Experience Indonesia	143





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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. <i>Booth</i> Caffino di Pekan Raya Jakarta yang mengimplementasikan <i>Contemporary Design</i>	8
Gambar 2. 2. Logo CV Kreasi Experience Indonesia.....	11
Gambar 3. 1. Visualisasi Produk <i>Booth</i> Pameran CV Kreasi Experience Indonesia	42
Gambar 3. 2. Desain dan Spesifikasi <i>Booth</i> Paket <i>KreasiLite</i>	52
Gambar 3. 3. Desain dan Spesifikasi <i>Booth</i> Paket <i>KreasiPrime</i>	55
Gambar 3. 4. Desain dan Spesifikasi <i>Booth</i> Paket <i>KreasiGrande</i>	58
Gambar 3. 5. Paket Pendukung <i>KreasiKreatif</i> 1	61
Gambar 3. 6. Paket Pendukung <i>KreasiKreatif</i> 2.....	62
Gambar 3. 7. Paket Pendukung <i>KreasiKreatif</i> 3.....	63
Gambar 3. 8. Tampilan Instagram CV Kreasi Experience Indonesia	96
Gambar 3. 9. Tampilan Tiktok CV Kreasi Experience Indonesia	97
Gambar 3. 10. Tampilan LinkedIn CV Kreasi Experience Indonesia	98
Gambar 3. 11. Tampilan Facebook CV Kreasi Experience Indonesia	99
Gambar 3. 12. Tampilan <i>Website</i> CV Kreasi Experience Indonesia	100



Hak Cipta :

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

DAFTAR GRAFIK

Grafik 2. 1. Tren Pertumbuhan Pameran Global	4
Grafik 2. 2. Perkembangan Jumlah <i>Exhibitor</i> Trade Expo Indonesia Tahun 2021–2025.....	5
Grafik 2. 3. Partisipasi Responden dalam Pameran	24
Grafik 2. 4. Jenis usaha responden.....	24
Grafik 2. 5. Lokasi usaha responden.....	25
Grafik 2. 6. Hasil responden pada permasalahan utama dalam penggunaan <i>booth</i> pameran.....	25
Grafik 2. 7. Hasil responden pada faktor utama penyebab masalah dalam <i>booth</i> pameran.....	26
Grafik 2. 8. Hasil responden pada kebutuhan utama dalam <i>booth</i> Pameran	27
Grafik 2. 9. Hasil responden terhadap karakteristik desain pada <i>booth</i> Pameran..	27
Grafik 2. 10. Hasil responden terhadap Kendala yang pernah dialami dalam penggunaan <i>booth</i> pameran	28
Grafik 2. 11. Peluang Pemilihan Vendor Booth Baru Berdasarkan Desain <i>Booth</i>	29
Grafik 2. 12. Penjualan <i>Booth</i> Perusahaan Kompetitor Tahun 2021	30
Grafik 2. 13. Penjualan <i>Booth</i> Perusahaan Kompetitor Tahun 2022	31
Grafik 2. 14. Penjualan <i>Booth</i> Perusahaan Kompetitor Tahun 2023	31
Grafik 2. 15. Penjualan <i>Booth</i> Perusahaan Kompetitor Tahun 2024	32
Grafik 2. 16. Penjualan <i>Booth</i> Perusahaan Kompetitor Tahun 2025	33
Grafik 2. 17. <i>Market Share</i> Perusahaan Kompetitor 2021 – 2025.....	34
Grafik 3. 1. Grafik Perkembangan Pesaing 2021 – 2025.....	66
Grafik 3. 2. Tren Market 2026 – 2031	80
Grafik 3. 3. <i>Market Share</i> Penjualan <i>Booth</i> 2027	82
Grafik 3. 4. <i>Market Share</i> Penjualan <i>Booth</i> 2028	83
Grafik 3. 5. <i>Market Share</i> Penjualan <i>Booth</i> 2029	84
Grafik 3. 6. <i>Market Share</i> Penjualan <i>Booth</i> 2030	84
Grafik 3. 7. <i>Market Share</i> Penjualan <i>Booth</i> 2031	85



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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. Data Perusahaan CV Kreatif Experience Indonesia	9
Tabel 2. 2. Data Pemilik Pertama	13
Tabel 2. 3. Data Pemilik Kedua	14
Tabel 2. 4. Data Pemilik Ketiga	15
Tabel 2. 5. Rencana <i>Investasi</i> CV Kreasi Experience Indonesia	20
Tabel 2. 6. Jadwal Kegiatan Pra Operasional	21
Tabel 2. 7. Penjualan <i>Booth</i> Perusahaan Kompetitor 2021 – 2025.....	33
Tabel 2. 8. Pemenuhan Peralatan dan Perlengkapan	38
Tabel 3. 1. Paket dan Spesifikasi Paket Produk Utama <i>KreasiLite</i>	44
Tabel 3. 2. Paket dan Spesifikasi Paket Produk Utama <i>KreasiPrime</i>	45
Tabel 3. 3. Paket dan Spesifikasi Paket Produk Utama <i>KreasiGrande</i>	47
Tabel 3. 4. Paket dan Spesifikasi Produk Pendukung <i>KreasiKreatif</i> 1.....	48
Tabel 3. 5. Paket dan Spesifikasi Produk Pendukung <i>KreasiKreatif</i> 2.....	49
Tabel 3. 6. Paket dan Spesifikasi Produk Pendukung <i>KreasiKreatif</i> 3.....	50
Tabel 3. 7. Tren Perkembangan Pesaing 2021 – 2025.....	65
Tabel 3. 8. Tren Perkembangan Pesaing 2021 – 2025.....	69
Tabel 3. 9. Perhitungan Tren Perkembangan Pasar 2021 – 2025	71
Tabel 3. 10. Tren <i>Booth</i> 2026 – 2031	72
Tabel 3. 11. Tren Perkembangan Pasar PT Cityneon Prima Mandiri	73
Tabel 3. 12. Perkembangan Pasar PT Prima Broadcast Indotama.....	74
Tabel 3. 13. Tren Perkembangan Pasar PT RPM	75
Tabel 3. 14. Tren Perkembangan Pasar PT Sensa Production	76
Tabel 3. 15. Tren Perkembangan Pasar PT Izdi Enterprise	78
Tabel 3. 16. Proyeksi Tren Proyek <i>Booth</i> Pesaing 2026 – 2031.....	79
Tabel 3. 17. Proyeksi Penjualan Pesaing	81
Tabel 3. 18. Tabel Proyeksi <i>Market Share</i> 2026 – 2031.....	81
Tabel 3. 19. Proyeksi Penjualan <i>Booth</i> CV Kreasi Experience Indonesia 2027....	86
Tabel 3. 20. Proyeksi Penjualan <i>Booth</i> CV Kreasi Experience Indonesia 2028....	86
Tabel 3. 21. Proyeksi Penjualan <i>Booth</i> CV Kreasi Experience Indonesia 2029....	87



© 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 3. 22. Proyeksi Penjualan <i>Booth</i> CV Kreasi Experience Indonesia 2030....	88
Tabel 3. 23. Proyeksi Penjualan <i>Booth</i> CV Kreasi Experience Indonesia 2031....	89
Tabel 3. 24. Proyeksi Penjualan <i>Booth</i> CV Kreasi Experience Indonesia.....	89
Tabel 3. 25. Harga Paket Produk	93
Tabel 3. 26. Analisis Keunggulan dan Kelemahan Pesaing	107
Tabel 3. 27. Analisis SWOT CV Kreasi Experience Indonesia.....	109
Tabel 3. 28. Jejaring Usaha Vendor Multiplex	112
Tabel 3. 29. Jejaring Usaha Vendor Furnitur dan Dekorasi.....	113
Tabel 3. 30. Jejaring Usaha Vendor Printing	113
Tabel 3. 31. Jejaring Usaha Partnership.....	114
Tabel 4. 1. Tingkat Pendidikan SDM di CV Kreasi Experience Indonesia.....	116
Tabel 4. 2. Posisi Jabatan SDM di CV Kreasi Experience Indonesia.....	117
Tabel 4. 3. Format Analisis Kebutuhan SDM.....	121
Tabel 4. 4. Rencana Kebutuhan Sumber Daya Manusia.....	132
Tabel 5. 1 Kebutuhan Perangkat Keras (<i>Hardware</i>) CV Kreasi Experience Indonesia	140
Tabel 5. 2. Kebutuhan Perangkat Lunak (<i>Software</i>) CV Kreasi Experience Indonesia	140
Tabel 5. 3. Kebutuhan Teknologi dalam Produk Perusahaan	141



Hak Cipta :

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

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 HPP <i>KreasiLite</i>	194
Lampiran 2 HPP <i>KreasiPrime</i>	194
Lampiran 3 HPP <i>KreasiGrande</i>	194
Lampiran 4 <i>KreasiKreatif</i> 1-4	195
Lampiran 5 Laporan Arus Kas	195
Lampiran 6 Detail Beban Peralatan	196
Lampiran 7 Detail Beban Perlengkapan	199
Lampiran 8 Detail Beban Gaji	199
Lampiran 9 Detail Beban Operasional	200
Lampiran 10 Instrumen Penelitian Wawancara Kompetitor (PT Izdi Enterprise)	202
Lampiran 11 Instrumen Penelitian Wawancara Kompetitor (PT RPM)	206
Lampiran 12 Instrumen Penelitian Wawancara Kompetitor (PT Cityneon Prima Mandiri)	209
Lampiran 13 Instrumen Penelitian Wawancara Kompetitor (PT Prima Broadcast Indotama)	212
Lampiran 14 Instrumen Penelitian Wawancara Kompetitor (PT Sensa Production)	215
Lampiran 15 Dokumentasi Wawancara Kompetitor (PT Cityneon Prima Mandiri)	218
Lampiran 16 Dokumentasi Wawancara Kompetitor (PT Prima Broadcast Indotama)	218
Lampiran 17 Dokumentasi Wawancara Kompetitor (PT Izdi Enterprise)	219
Lampiran 18 Dokumentasi Wawancara Kompetitor (PT RPM)	219
Lampiran 19 Dokumentasi Wawancara Kompetitor (PT Sensa Production)	220
Lampiran 20 Data Kuisisioner Pasar	221
Lampiran 21 <i>Company Profile</i>	226
Lampiran 22 Kartu Nama Direksi	229
Lampiran 23 ID Card	230



© 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 24 Akta Pendirian Perusahaan.....	231
Lampiran 25 Akta Pendirian Perusahaan.....	250
Lampiran 26 Surat Izin Usaha	252
Lampiran 27 NPWP Perusahaan.....	253
Lampiran 28 Surat Keterangan terdaftar AHU Perusahaan.....	254
Lampiran 29 Surat Keterangan Terdaftar Pajak Perusahaan	255
Lampiran 30 Landasan Pendukung <i>Design Booth</i>	256
Lampiran 31 Landasan Pendukung <i>Design Booth</i>	256
Lampiran 32 Lokasi Usaha & <i>Workshop</i>	257
Lampiran 33 Surat Perjanjian Kerjasama (SPK) Client.....	259
Lampiran 34 Surat Perjanjian Kerja Karyawan	261
Lampiran 35 Surat Perjanjian Kerjasama <i>Freelance</i>	263
Lampiran 36 <i>Invoice</i> Perusahaan	266
Lampiran 37 <i>Design Booth</i>	267
Lampiran 38 <i>Database Potential Client</i>	268

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta :

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

BAB I

RINGKASAN EKSEKUTIF

CV Kreasi Experience Indonesia merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa *creative booth contractor* dengan pendekatan *contemporary design* yang berfokus pada aspek instingtif, perilaku, dan reflektif dalam pengalaman pengunjung pameran. Perusahaan direncanakan berdiri pada tahun 2027 di Jakarta Selatan dengan bentuk badan usaha *Commanditaire Vennootschap* (CV). Layanan yang ditawarkan meliputi desain, produksi, pemasangan, dan pembongkaran *booth* pameran yang dirancang untuk meningkatkan daya tarik visual, keterlibatan pengunjung, serta memperkuat citra dan identitas *brand* klien.

Pendirian perusahaan dilatarbelakangi oleh meningkatnya aktivitas industri MICE dan pameran pascapandemi COVID-19. Perkembangan tersebut mendorong kebutuhan akan *booth* yang tidak hanya berfungsi sebagai sarana promosi, tetapi juga mampu menciptakan pengalaman yang menarik bagi pengunjung. Selain itu, persaingan yang semakin ketat antar *exhibitor* menyebabkan permintaan terhadap desain *booth* kreatif dan inovatif terus meningkat. Kondisi ini membuka peluang bagi CV Kreasi Experience Indonesia untuk menghadirkan solusi *booth* yang modern, dan sesuai dengan kebutuhan pasar.

CV Kreasi Experience Indonesia didirikan oleh tiga lulusan Sarjana Terapan MICE yang memiliki pengalaman di bidang *event* dan *exhibition*, yaitu Inggit Auliyani Astomo sebagai Direktur Utama, Devira Hijriyani sebagai Direktur Pemasaran, dan Muhammad Wisaldo sebagai Direktur Keuangan. Perusahaan juga didukung oleh satu sekutu pasif sebagai investor dengan total modal awal sebesar Rp400.000.000,00. Struktur organisasi yang sederhana diterapkan untuk mendukung koordinasi kerja yang efektif dan efisien dalam menjalankan operasional perusahaan.

Produk yang ditawarkan terdiri atas tiga paket utama, yaitu *KreasiLite*, *KreasiPrime*, dan *KreasiGrande*, yang disesuaikan dengan kebutuhan dan skala pameran klien. Selain itu, perusahaan menyediakan produk pendukung dalam lini *KreasiKreatif* untuk menunjang kebutuhan visual dan *branding*. Seluruh produk dikembangkan dengan mengutamakan kreativitas, fleksibilitas, serta efisiensi guna



© 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

memberikan pengalaman visual yang optimal bagi pengunjung dan nilai tambah bagi klien.

Target pasar perusahaan mencakup perusahaan kecil hingga besar di wilayah Jabodetabek, termasuk *startup*, UMKM, *brand*, dan *event organizer* yang aktif mengikuti kegiatan pameran. Hasil survei menunjukkan bahwa desain *booth* memiliki peran penting dalam mendukung branding perusahaan, sehingga memperkuat potensi pasar bagi jasa yang ditawarkan oleh CV Kreasi Experience Indonesia.

Dalam menjalankan bisnisnya, perusahaan menerapkan strategi pemasaran berbasis bauran pemasaran (7P), yang meliputi *Product*, *Price*, *Place*, *Promotion*, *People*, *Process*, dan *Physical Evidence*. Promosi dilakukan melalui berbagai platform digital seperti Instagram, LinkedIn, Tiktok, Facebook, dan *website* perusahaan untuk meningkatkan *brand awareness*. Selain itu, perusahaan mengedepankan pendekatan kolaboratif dengan klien agar setiap desain *booth* dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan identitas brand yang diwakili.

Analisis kelayakan investasi menunjukkan bahwa usaha ini layak untuk dijalankan. Hasil perhitungan menghasilkan *Net Present Value* (NPV) sebesar Rp1.395.155.773, yang menunjukkan nilai positif sehingga investasi memberikan nilai tambah bagi perusahaan. Selain itu, *Internal Rate of Return* (IRR) sebesar 15,01%, lebih tinggi dibandingkan tingkat suku bunga acuan sebesar 8%, yang menandakan investasi mampu memberikan tingkat pengembalian yang menarik. *Nilai Profitability Index* (PI) sebesar 4,49 juga menunjukkan bahwa proyek usaha sangat layak karena berada jauh di atas angka 1.

Berdasarkan hasil analisis SWOT, CV Kreasi Experience Indonesia memiliki kekuatan pada konsep desain kreatif, sumber daya manusia yang kompeten, serta peluang pasar yang terus berkembang seiring pertumbuhan industri MICE. Dengan dukungan strategi pemasaran yang terarah, produk yang kompetitif, dan kebutuhan pasar yang tinggi terhadap *booth* pameran yang inovatif, perusahaan dinilai memiliki prospek yang baik serta layak untuk dijalankan dan dikembangkan di industri MICE 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR PUSAKA

- Abani, M. G., Ndoen, W. M., Fa'ah, Y. S., Amtiran, P. Y., & Manajemen, P. (2023). *Analisis Manajemen Risiko Operasional Terhadap Keberlangsungan Usaha Bisnis Sherfis Tech di Kelurahan Liliba*.
- Anwar, R., & Marliani, S. (2024). Peran Anggaran dalam Pengelolaan Risiko Keuangan Perusahaan. *Jurnal Digital Bisnis, Modal Manusia, Marketing, Entrepreneurship, Finance, & Strategi Bisnis (DImmensi)*, 4(2), 34–41. <https://doi.org/10.32897/dimmensi.v4i2.3727>
- Arifudin, N., Angel, D., Rahmawati, Y., Swetenia Audina Markus, J., & Azra, A. (2024). *Dinamika Hukum Ketenagakerjaan di Indonesia* (Vol. 5624, Nomor 5). <http://jurnal.kolibi.org/index.php/kultura>
- Azharudin, F., Aji, T. S., Indrawati, T. D., & Arafah, A. H. N. (2024). *Tujuan dan Manfaat Penyelesaian Sengketa Antar Perusahaan Melalui Upaya Hukum Arbitrase*.
- Bank Indonesia. (2026). *Inflasi*. <https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/moneter/inflasi/Default.aspx>
- Bauer, T., & Hantel, V. (2022). Built to attract: Evaluating trade show booth designs using attention analysis in a live communication context. Dalam *Journal of Convention and Event Tourism* (Vol. 23, Nomor 3, hlm. 240–268). Routledge. <https://doi.org/10.1080/15470148.2021.1988022>
- Belal Dahiam Saif Ghaleb. (2024). The Importance of Using SWOT Analysis in Business Success. *International Journal of Asian Business and Management*, 3(4), 557–564. <https://doi.org/10.55927/ijabm.v3i4.10857>
- Blog Kontraktor Pameran Jakarta | Tips & Insight Exhibition Booth*. (2025). Diambil 2 Juni 2026, dari <https://www.total-expo.com/lighting-booth-pameran-yang-bagus/>
- Chun, D. S., Park, K. K. cheon, & Kim, J. M. (2024). From Disruption to Sustainability: The Event Industry's Journey through the COVID-19



Hak Cipta :

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

Pandemic. *Sustainability* (Switzerland), 16(14).
<https://doi.org/10.3390/su16146013>

C.R Sharath Kumar, & K.B Prof. Praveena. (2023). Swot Analysis. Dalam *Pharmaceutical Technology* (Vol. 40, Nomor 4, hlm. 40). UBM Medica Periodical Publication. <https://doi.org/10.21474/ijar01/17584>

Dwining Maulidina, S. (2025). The Role of Job Analysis on Employee Performance in the Perspective of Psychological Safety. Dalam *PARS* (Vol. 3, Nomor 1). <https://ejurnal.ubharajaya.ac.id/index.php/>

Esterina, M. (2025). *Jenis - jenis Budaya Organisasi*. Yayasan Tri Edukasi Ilmiah.

Fachrul Aufat, M., Arjunita, S., & Efika, N. (2025a). Analisis Pentingnya Aspek Hukum dalam Studi Kelayakan Bisnis sebagai Jaminan Keabsahan Usaha. Dalam *Journal of Information Systems Management and Digital Business (JISMDB)* (Vol. 2).

Fachrul Aufat, M., Arjunita, S., & Efika, N. (2025b). Analisis Pentingnya Aspek Hukum dalam Studi Kelayakan Bisnis sebagai Jaminan Keabsahan Usaha. Dalam *Journal of Information Systems Management and Digital Business (JISMDB)* (Vol. 2).

Hermin, H., Machmud, M., & Hasan, H. (2023). *Pemanfaatan Teknologi Informasi dalam Pengembangan Bisnis PT Pos Indonesia* (Vol. 3, Nomor 1). www.jne.co.id

Hsieh, Y. L., Lee, M. F., Chen, G. S., & Wang, W. J. (2022). Application of Visitor Eye Movement Information to Museum Exhibit Analysis. *Sustainability* (Switzerland), 14(11). <https://doi.org/10.3390/su14116932>

Hu, Y., Yu, M. F., Aung, A. T., Pineda, J. A., Chi, X., & Ahn, Y. J. (2025). The Influence of Exhibition Interactivity on Tourist Experiences at World Heritage Sites. *Sustainability* (Switzerland), 17(17).
<https://doi.org/10.3390/su17177720>



Hak Cipta :

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

- Hughes, K., Hughes, J., & Cocq, F. P. Le. (2020). Introduction: making the case for qualitative interviews. *International Journal of Social Research Methodology*, 23(5), 541–545. <https://doi.org/10.1080/13645579.2020.1766756>
- Idfiana Zahra Irngamsyah. (2024). *Mengenal STP (Segmenting, Targeting, Positioning) Sebagai Strategi Populer dalam Pemasaran*. <https://ikom.fisipol.unesa.ac.id/post/mengenal-stp-segmenting-targeting-positioning-sebagai-strategi-populer-dalam-pemasaran>
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Kapoor, M., & Joshi, R. M. (2024). Impact of Trade Show Marketing Activities on Customer Engagement: A B2B Perspective. *Indian Journal of Marketing*, 54(8), 8–29. <https://doi.org/10.17010/ijom/2024/v54/i8/174184>
- Kourkouridis, D., Frangopoulos, I., & Salepaki, A. (2024). Post Pandemic Trade Fair Dynamics: A Longitudinal Study of Exhibitors' Views on Digital and Hybrid Trade Fairs. *Geojournal of Tourism and Geosites*, 55(3), 1174–1185. <https://doi.org/10.30892/gtg.55318-1290>
- Kumparan. (2026). *Booth Caffino di Jakarta Fair Kemayoran 2026*. <https://kumparan.com/millennial/menjajal-booth-caffino-di-jakarta-fair-kemayoran-2025-yang-tech-savvy-banget-25OMXJozRZ6>
- Kurniawan, R., Prihatini, A. E., & Wijayanto, A. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Corporate Social Responsibility terhadap Reputasi Perusahaan. Dalam *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* (Vol. 13, Nomor 4).
- Logo, J. F. B., Wantoro, A., & Susanto, E. R. (2020). Model Berbasis Fuzzy dengan Fis Tsukamoto untuk Penentuan Besaran Gaji Karyawan pada Perusahaan Swasta. *Jurnal Teknoinfo*, 14(2), 124. <https://doi.org/10.33365/jti.v14i2.456>
- Mengenal Kompetitor dalam Bisnis dan Strategi Menghadapinya*. (2023). <https://info.populix.co/articles/kompetitor-adalah/>



Hak Cipta :

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

- Muthmainnah, H., & Triyanto, A. (2024). Analisis Strategi Bersaing Pada Bisnis Kuliner. *GREAT: Jurnal Manajemen dan Bisnis Islam*, 1(1). <https://doi.org/10.62108/great.v1i1.546>
- Nabfahrin, A. A. (2024). *Perlindungan Hukum Terhadap Merek Barang dan Jasa*. 2(2).
- Rahayu, H. P., Alhada, M., & Habib, F. (2023). *Strategi Pemasaran Novi Ulvia dalam Meningkatkan Omset Penjualan* (Vol. 8, Nomor 1).
- Rahmadiani, D., & Johari, G. J. (2026). Analisis Manajemen Risiko Pada Proyek Konstruksi Pembangunan Rumah Sakit Islam Bandung. *Jurnal Konstruksi*, 24(1). <https://doi.org/10.33364/konstruksi/v.24-1.1886>
- Rahman, A., Yuliasriy, S., Ababil, Z., Efendi, G., & Zahmi, A. (2025). *Manfaat Website sebagai Media Pemasaran untuk Meningkatkan Jangkauan Pelanggan Baru pada PT. Barokah Aulia Mastur*. 5(2), 2025–2025. <https://doi.org/10.31933/ejpp.xxxx>
- Ramadhanti, N. A., & Ali, H. (2024). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Lingkungan Eksternal: Peluang dan Ancaman dari Persaingan Industri, Perubahan Regulasi, dan Perkembangan Teknologi dalam Konteks Manajemen Strategis*. 2(1). <https://doi.org/10.38035/jstl.v2i1>
- Rio Sandra, & Muhamad Hasan Sebyar. (2024). Implikasi Hukum Perjanjian Kerjasama antara Perusahaan dengan Kontraktor. *Hukum Inovatif: Jurnal Ilmu Hukum Sosial dan Humaniora*, 1(3), 205–220. <https://doi.org/10.62383/humif.v1i3.327>
- Rui, L., & Firzan, M. (2025). Emotional design in contemporary interior spaces: User experience and emerging trends. *Multidisciplinary Science Journal*, 7(1). <https://doi.org/10.31893/multiscience.2025040>
- Safitri, W. (2020). *Perlindungan Hukum Kontrak Bisnis di Indonesia dalam Perspektif Keadilan* (Vol. 4, Nomor 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Sarikahya, M., Mohasseb, E., Sarikahya, E., Süvari, A., Sarikahya, A. E., & Süvari, A. A. (2023). The Impact of Interior Design Elements and Circulation Systems on Visitor Satisfaction in Exhibitions. Dalam *Online Journal of Art and Design* (Vol. 11, Nomor 3). <https://www.adjournal.net/articles/113/11321.pdf>
- SRC Kreasi Kontraktor Pameran. (2025). *7 Tren Desain Booth Pameran 2025 yang Harus Kamu Tahu*. <https://kontraktorpameran.com/blogs/7-tren-desain-booth-pameran-2025-yang-harus-kamu-tahu>
- Sudjai, Darmawan, D., Zufar Afifudin, M., Ananda Syalum Saputra, G., Meidi Rahman, T., & Putra Maulana Nur Cahyo, A. (2026). Analisis Yuridis Normatif Klausul Force Majeure dalam Perjanjian Bisnis di Indonesia. *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Sosial*, 5(2). <https://doi.org/10.55606/jurrish.v5i2.7408>
- Taherdoost, H., & Madanchian, M. (2021). Determination of Business Strategies Using SWOT Analysis; Planning and Managing the Organizational Resources to Enhance Growth and Profitability. *Macro Management & Public Policies*, 3(1), 19–22. <https://doi.org/10.30564/mmpp.v3i1.2748>
- Theresia, E., & Kenotariatan, M. (2022). *Perkembangan dan Status Kedudukan Hukum atas Persekutuan Komanditer atau Commaditaire Vennootschap (CV) di Indonesia*. <http://ditjenpp.kemenkumham.go.id/64-rancangan->
- Vitali, V., Bazzani, C., Gimigliano, A., Cristani, M., Begalli, D., & Menegaz, G. (2022). Trade show visitors and key technological trends: from a literature review to a conceptual framework. Dalam *Journal of Business and Industrial Marketing* (Vol. 37, Nomor 13, hlm. 142–166). Emerald Publishing. <https://doi.org/10.1108/JBIM-10-2021-0461>