

**RANCANGAN USAHA JASA PENYEDIA LAYANAN *EVENT*
ACTIVATION DAN *BRANDING* UNTUK UMKM *FASHION*
OLEH CV LUNA BRANDING AGENCY**



**Diajukan Sebagai Persyaratan Kelulusan Sarjana Terapan (D4) Usaha Jasa
Konvensi, Perjalanan Insentif, dan Pameran (MICE)**

Disusun Oleh:

- | | |
|----------------------------------|-------------------|
| 1. Daimatu Diyaanah | 2205413073 |
| 2. Laurenza Simanjuntak | 2205413074 |
| 3. Putri Fatimah Asmarani | 2205413078 |

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

LEMBAR PERSETUJUAN

Nama	: Daimatu Diyaanah
NIM	: 2205413073
Nama	: Laurenza Simanjuntak
NIM	: 2205413074
Nama	: Putri Fatimah Asmarani
NIM	: 2205413078
Program Studi	: Usaha Jasa Konvensi, Perjalanan Insentif, dan Pameran (MICE)
Judul Laporan Akhir	: Rancangan Usaha Jasa Penyedia Layanan <i>Event Activation</i> dan <i>Branding</i> Untuk UMKM <i>Fashion</i> oleh CV Luna Branding Agency

Menyetujui,

KPS.D4 MICE

M. Iqbal Katik RE., S.ST., M.P.Par.

NIP 198701232020121004

Pembimbing

Fauzi Mubarak, S.ST., M.T.

NIP 198804182019031008

Mengetahui,

Ketua Jurusan Administrasi Niaga



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

NIP 198007112015041001



Hak Cipta :

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

LEMBAR PENGESAHAN

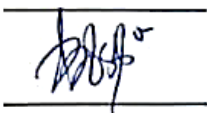
Nama	: Daimatu Diyaanah
NIM	: 2205413073
Nama	: Laurenza Simanjuntak
NIM	: 2205413074
Nama	: Putri Fatimah Asmarani
NIM	: 2205413078
Program Studi	: Usaha Jasa Konvensi, Perjalanan Insentif, dan Pameran (MICE)
Judul Laporan Akhir	: Rancangan Usaha Jasa Penyedia Layanan <i>Event Activation</i> dan <i>Branding</i> Untuk UMKM <i>Fashion</i> oleh CV Luna Branding Agency

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

hari, tanggal : Kamis, 02 Juli 2026
waktu : 13.00 - 14.30
tempat : Ruang 1 - *Executive Class*

TIM PENGUJI

Ketua Sidang	: Fauzi Mubarak, S.ST., M.T. NIP 198804182019031008
Penguji I	: Rimsky K. Judisseno, S.E., M.M., PhD. NIP 196212111989101001
Penguji II	: Asterina Anggraini, M.M. NIP 199208122022032009



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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 syukur kami panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga kami dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “Rancangan Usaha Jasa Penyedia Layanan *Event Activation* dan *Branding* Untuk UMKM *Fashion* oleh CV Luna Branding Agency”. Penyusunan tugas akhir ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan Pariwisata (S.Tr.Par) pada program studi D4 Usaha Jasa Konvensi Perjalanan Insentif dan Pameran (MICE) Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta.

Selama proses penyusunan, kami mendapatkan dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, kami mengucapkan terima kasih kepada:

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. Bapak Iqbal Katik Rajo Endah, S.ST., M.T., selaku Koordinator Program Studi Usaha Jasa Konvensi, Perjalanan Insentif, dan Pameran Politeknik Negeri Jakarta.
4. Bapak Fauzi Mubarak, S.S., M.T., selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk membimbing selama proses penyusunan tugas akhir.
5. Bapak dan Ibu Dosen Politeknik Negeri Jakarta khususnya Jurusan Administrasi Niaga yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama perkuliahan.
6. Seluruh pihak yang telah berkontribusi dalam pengumpulan data dan referensi.
7. Keluarga dan teman-teman yang telah mendukung secara moral dan motivasi selama proses penyusunan tugas akhir.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Akhir kata, kami menyadari bahwa tugas akhir ini masih memiliki kekurangan. Maka dari itu, kami Mengharapkan masukan dan saran yang membangun untuk perbaikan di masa mendatang. Semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi pengembangan keilmuan dan memberikan wawasan untuk pihak lain yang membaca.

Depok,
Tim Penyusun
CV Luna Branding Agency





Hak Cipta :

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

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR BAGAN.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR GRAFIK.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I RINGKASAN EKSEKUTIF	1
BAB II LATAR BELAKANG PERUSAHAAN.....	3
2.1 Data Perusahaan	7
2.1.1 Logo Perusahaan.....	8
2.1.2 Filosofi Perusahaan dan Makna Logo	8
2.1.3 Budaya Perusahaan	10
2.2 Biodata Pemilik Perusahaan	11
2.2.1 Pemilik Pertama.....	12
2.2.2 Pemilik Kedua.....	13
2.2.3 Pemilik Ketiga	14
2.3 Struktur Organisasi.....	15
2.3.1 Deskripsi Pekerjaan	15
2.4 Susunan Pemilik/Pemegang Saham	18



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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 Jadwal Kegiatan Pra-Operasional Perusahaan	19
2.5.1 Riset Pasar.....	20
2.5.2 Analisis Pasar.....	21
2.5.3 Penyusunan Profil Perusahaan.....	22
2.5.4 Penentuan Lokasi Perusahaan.....	23
2.5.5 Pengurusan Perizinan Pendirian Perusahaan	23
2.5.6 Pemenuhan Peralatan dan Perlengkapan	25
2.5.7 Promosi dan Pembuatan Media Sosial Pemasaran Perusahaan	26
BAB III ANALISIS PASAR DAN RENCANA PEMASARAN	27
3.1 Produk atau Jasa yang Dihasilkan.....	29
3.1.1 Paket dan Spesifikasi Produk.....	29
3.1.2 Produk Utama	32
3.1.3 Produk Pendukung.....	35
3.1.4 Keunggulan Produk	41
3.2 Gambaran Pasar.....	42
3.3 Segmentasi Pasar Yang Dituju	45
3.3.1 <i>Segmenting</i>	45
3.3.2 <i>Targeting</i>	48
3.3.3 <i>Positioning</i>	50
3.4 Tren Perkembangan Pasar	50
3.5 Proyeksi Penjualan	60
3.6 Strategi Pemasaran	63
3.6.1 <i>Product</i>	63
3.6.2 <i>Place</i>	64
3.6.3 <i>Price</i>	64



Hak Cipta :

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

3.6.5 <i>Promotion</i>	65
3.6.6 <i>Process</i>	66
3.6.7 <i>Physical Evidence</i>	67
3.7 Analisis Pesaing	68
3.8 Analisis SWOT	70
3.9 Jejaring Usaha	72
BAB IV ANALISIS SUMBER DAYA MANUSIA (SDM)	75
4.1 Analisis Kompetensi Sumber Daya Manusia	75
4.1.1 Direktur Utama	76
4.1.2 Manajer Keuangan	76
4.1.3 Manajer Pemasaran	77
4.1.4 <i>Social Media Specialist (Staff)</i>	77
4.2 Analisis Kebutuhan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia	77
4.3 Rencana Pemenuhan Sumber Daya Manusia	83
BAB V PEMANFAATAN TEKNOLOGI	87
5.1 Analisis dan Perencanaan Pemanfaatan Teknologi	88
5.1.1 Kebutuhan Operasional	88
5.1.2 Kebutuhan Marketing	91
5.2 Tahapan Pengembangan Teknologi	93
5.2.1 Melakukan Analisis Kebutuhan	93
5.2.2 Mencari Alat dan Platform Teknologi	94
5.2.3 Melakukan Pengadaan Teknologi	94
5.2.4 Melakukan Evaluasi dan Pembaharuan Teknologi	94
BAB VI ANALISIS DAN RENCANA KEUANGAN	95
6.1 Rencana Kebutuhan Investasi	95



Hak Cipta :

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

6.2 Anggaran Biaya Produk Penjualan.....	97
6.3 Proyeksi Penjualan	97
6.4 Proyeksi Arus Kas	98
6.5 Neraca Keuangan.....	100
6.6 Prakiraan Laba/Rugi.....	101
6.7 Prakiraan Perubahan Modal	102
6.8 Analisis <i>Payback Period</i>	103
6.9 Analisis <i>Net Present Value</i>	104
6.10 Analisis <i>Net Internal Rate of Return</i>	105
6.11 Analisis <i>Profitability Index</i>	106
6.12 Analisis <i>Return of Investment</i>	107
BAB VII ANALISIS DAMPAK DAN RESIKO USAHA	109
7.1 Aspek Hukum.....	109
7.1.1 Aspek Hukum Pendirian Usaha.....	109
7.1.2 Aspek Hukum Ketenagakerjaan	109
7.1.3 Aspek Hukum Perjanjian Kerja Sama	110
7.1.4 Aspek Hukum Penyelesaian Sengketa.....	110
7.1.5 Aspek Hukum Merek Dagang	111
7.2 Dampak Terhadap Lingkungan	112
7.2.1 Upaya yang Dilakukan.....	112
7.2.2. Komitmen yang Dilakukan.....	113
7.3 Analisis Risiko Usaha	113
7.3.1 Risiko Pemasaran.....	113
7.3.2 Risiko Operasional.....	114
7.3.3 Risiko Keuangan.....	114



© 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

7.3.4 <i>Force Majeure</i>	115
7.3.5 Konflik Internal.....	116
7.3.6 Reputasi	116
7.3.7 Politik.....	117
7.4 Antisipasi Resiko Usaha.....	117
7.4.1 Antisipasi Risiko Pemasaran	117
7.4.2 Antisipasi Risiko Operasional	117
7.4.3 Antisipasi Risiko Keuangan.....	118
7.4.4 Antisipasi <i>Force Majeure</i>	118
7.4.6 Antisipasi Reputasi	119
7.4.7 Antisipasi Politik.....	119
7.5 Analisis <i>Worst Case Scenario</i>	120
7.5.1 Penggunaan Dana Cadangan Operasional	120
7.5.2 Pengajuan Pinjaman Modal Kerja	120
7.5.3 Keputusan Penutupan Usaha	121
DAFTAR PUSTAKA	123
DAFTAR LAMPIRAN	126



Hak Cipta :

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

Bagan II.1. Struktur Perusahaan CV Luna Branding Agency	15
Bagan II.2. Alur Pendirian CV Luna Branding Agency	24
Bagan III.1. Bagan Produk CV Luna Branding Agency	28
Bagan IV.1. Proses Rekrutmen SDM CV Luna Branding Agency	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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1. Logo Perusahaan.....	8
Gambar II.2. Biodata Pemilik Pertama	12
Gambar II.3. Biodata Pemilik Kedua	13
Gambar II.4. Biodata Pemilik Ketiga.....	14
Gambar III.1. Gambaran dan <i>layout event activation</i> ‘Luna Market’	34
Gambar III.2. Contoh Paket <i>Brand Starter Pack</i>	40
Gambar III.3. Instagram CV Luna Branding Agency.....	66
Gambar III.4. Gambaran website CV Luna Branding Agency.....	66

**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

DAFTAR GRAFIK

Grafik II.1. Survey Ketertarikan Jasa <i>Branding Agency</i>	21
Grafik II.2. Layanan yang Diminati UMKM <i>Fashion</i>	22
Grafik III.1. Survei UMKM <i>fashion</i> yang Membutuhkan <i>Branding Agency</i>	42
Grafik III.2. Hasil Survei UMKM <i>fashion</i> terkait layanan <i>branding identity</i>	43
Grafik III.3. Hasil Survei UMKM <i>fashion</i> layanan <i>Social Media Management</i> ...	43
Grafik III.4. Hasil Survei UMKM <i>fashion</i> terkait layanan <i>Event Activation</i>	44
Grafik III.5. Tren Perkembangan Pasar 2021-2025 CV Luna Branding Agency ..	52
Grafik III.6. Proyeksi <i>Market Share</i> 2027-2029 CV Luna Branding Agency	62

**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 TABEL

Tabel II.1. Data Perusahaan	7
Tabel II.2. Biodata Pemilik Pertama	12
Tabel II.3. Biodata Pemilik Kedua	13
Tabel II.4. Biodata Pemilik Ketiga	14
Tabel II.5. Susunan Pemilik dan Pemegang Saham	19
Tabel II.6. Jadwal Kegiatan Pra Operasional	19
Tabel II.7. Lokasi Perusahaan	23
Tabel II.8. Peralatan dan Perlengkapan Kantor	25
Tabel III.1. Produk Luna <i>Brand Package</i>	30
Tabel III.2. Produk <i>Activation Spot</i>	31
Tabel III.3 Rundown <i>Event Activation</i>	33
Tabel III.4. Timeline Operasional <i>Event</i>	34
Tabel III.5. Detail Produk <i>Social Media Management</i>	35
Tabel III.6. Timeline Operasional <i>Social Media Management (Spark Package)</i> ..	36
Tabel III.7. Timeline Operasional <i>Social Media Management (Glow Package)</i> ..	37
Tabel III.8. Timeline Operasional <i>Social Media Management (Shine Package)</i> ..	38
Tabel III.9. Produk <i>Brand Starter Pack</i>	39
Tabel III.10. Timeline Operasional <i>Brand Starter Pack</i>	40
Tabel III.11. Segmentasi Pasar	45
Tabel III.12. Target Klien CV Luna Branding Agency	48
Tabel III.13. Tren Perkembangan Pasar CV Luna Branding Agency	51
Tabel III.14. Perhitungan <i>Trend (Linear)</i> Fine Creative	53
Tabel III.15. Proyeksi Jumlah proyek Fine Creative	54
Tabel III.16. Perhitungan <i>Trend (Linear)</i> Setuju Cipta Kreasi	54



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Tabel III.17. Proyeksi Jumlah proyek Setuju Cipta Kreasi.....	55
Tabel III.18. Perhitungan <i>Trend (Linear)</i> Billa Creative	55
Tabel III.19. Proyeksi Jumlah proyek Billa Creative.....	56
Tabel III.20. Perhitungan <i>Trend (Linear)</i> The Signit.....	56
Tabel III.21. Proyeksi Jumlah proyek The Signit	57
Tabel III.22. Perhitungan <i>Trend (Linear)</i> Desainme	57
Tabel III.23. Proyeksi Jumlah proyek Desainme	58
Tabel III.24. Perhitungan <i>Trend (Linear)</i> Unidentified	58
Tabel III.25. Proyeksi Jumlah proyek Unidentified.....	59
Tabel III.26. Frekuensi Proyek Pesaing 2026-2029.....	60
Tabel III.27. Proyeksi <i>Market Share</i> Tahun 2026 - 2029	61
Tabel III.28. Analisis Pesaing	68
Tabel III.29. Analisis SWOT	70
Tabel III.30. Matriks Strategi SWOT	71
Tabel III.31. Jejaring Usaha	72
Tabel IV.1. Tingkat pendidikan SDM di Perusahaan	75
Tabel IV.2. Posisi SDM pada CV Luna Branding Agency.....	76
Tabel IV.3. Rencana SDM CV Luna Branding Agency	77
Tabel IV.4. Analisis Pengembangan SDM CV Luna Branding Agency	83
Tabel V.2. Kebutuhan <i>Software</i>	88
Tabel VI.1. Rencana Kebutuhan Investasi CV Luna Branding Agency.....	96
Tabel VI.2. Anggaran Biaya Produk Penjualan CV Luna Branding Agency	97
Tabel VI.3. Prakiraan Proyeksi Penjualan CV Luna Branding Agency	98
Tabel VI.4. Proyeksi Arus Kas CV Luna Branding Agency	99
Tabel VI.5. Neraca Keuangan CV Luna Branding Agency	100
Tabel VI.6. Prakiraan Laba Rugi CV Luna Branding Agency	101
Tabel VI.7. Prakiraan Perubahan Modal CV Luna Branding Agency.....	102



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Tabel VI.8. Analisis <i>Payback Period</i> CV Luna Branding Agency.....	104
Tabel VI.9. Analisis <i>Net Present Value</i> CV Luna Branding Agency	105
Tabel VI.10. Analisis <i>Internal Rate of Return</i> CV Luna Branding Agency	106
Tabel VI.11. Analisis <i>Profitability Index</i> CV Luna Branding Agency.....	107
Tabel VI.12. Analisis <i>Return of Investment</i> CV Luna Branding Agency	108





Hak Cipta :

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

Lampiran 1 NPWP Perusahaan.....	127
Lampiran 2 Akta Pendirian Perusahaan.....	128
Lampiran 3 Nomor Induk Berusaha.....	137
Lampiran 4 Surat Izin Usaha Perdagangan.....	138
Lampiran 5 Aktivasi Akun.....	139
Lampiran 6 Tanda Daftar Perusahaan Dari Pemerintah Kota Bandung	140
Lampiran 7 Surat Keterangan Usaha	141
Lampiran 8 Surat Keterangan Domisili Perusahaan.....	142
Lampiran 9 Surat Perjanjian Kerjasama Vendor	143
Lampiran 10 Surat Perjanjian Kerjasama dengan Klien.....	147
Lampiran 11 Surat Perjanjian Kerjasama <i>Partnership</i>	151
Lampiran 12 Hasil Pengisian Kuesioner.....	155
Lampiran 13 Kartu Nama Pemilik Perusahaan.....	163
Lampiran 14 <i>Company Profile</i>	164
Lampiran 15 Foto Ruang Kantor	168
Lampiran 16 Proyeksi HPP dan <i>Revenue</i>	169
Lampiran 17 Proyeksi Penjualan	170
Lampiran 18 Proyeksi Arus Kas Bulanan.....	171
Lampiran 19 Anggaran Biaya Produksi.....	173
Lampiran 20 Beban Pengeluaran untuk <i>Event Activation</i>	174



Hak Cipta :

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

CV Luna Branding Agency adalah perusahaan yang bergerak di bidang jasa layanan *branding management* dengan pendekatan berbasis komunitas untuk UMKM *fashion*. Perusahaan direncanakan beroperasi secara resmi pada bulan Januari 2027 yang berbasis di Bandung, Jawa Barat dengan fokus utama pada UMKM *fashion* di kota Bandung. Sebagai penyedia jasa *branding agency* di sektor UMKM *fashion*, CV Luna Branding Agency menghadirkan model bisnis dengan membangun ekosistem komunitas di mana UMKM *fashion* tidak hanya mendapatkan layanan, tetapi juga menjadi bagian dari komunitas yang saling mendukung, berbagi pengetahuan, dan tumbuh bersama. Target klien CV Luna Branding Agency adalah UMKM *fashion* yang belum memiliki strategi *branding* yang matang dan struktur, ingin berkembang melalui *digital marketing* dan *brand identity* yang kuat, serta mencari *partnership* jangka panjang.

Dalam menjalankan kegiatan usahanya, CV Luna Branding Agency menghadirkan dua produk, dengan layanan utama berupa *event activation* dan dilengkapi oleh *brand identity* dan *social media management* sebagai layanan pendukung. Sebagai layanan utama, Event Activation memiliki dua paket, mulai dari Activation spot sebagai layanan Event Activation *a la carte* dan Luna Brand Package sebagai layanan *bundling* yang mencakup *event activation*, *brand identity*, dan *social media management*. Paket layanan tersebut dikembangkan untuk menjawab kebutuhan pasar yang semakin kompleks terhadap jasa layanan *branding* yang efektif dan memberikan dampak nyata.

CV Luna Branding Agency memasuki industri layanan *branding* berdasarkan analisis pasar yang menunjukkan peluang bisnis yang signifikan. Berdasarkan



© 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

Open Data Jawa Barat 2025 yang diterbitkan Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat, terdapat proyeksi 575.525 unit UMKM *fashion* dengan 42.286 unit UMKM *fashion* berasal dari kota Bandung, sementara data nasional menunjukkan bahwa sektor *fashion* menjadi penyumbang terbesar terhadap PDB ekonomi kreatif nasional dengan kontribusi sekitar 28,29%.

Riset awal terhadap 46 pelaku UMKM *fashion* di Kota Bandung melalui kuesioner daring, mengungkapkan bahwa 71,2% responden merasa logo yang mereka miliki perlu diperbarui karena belum profesional dan belum cukup membedakan produk dari kompetitor, 67,4% responden masih membutuhkan bantuan mengelola media sosial, dan 87% mengakui keterbatasan waktu, biaya, atau keahlian yang menjadi kendala dalam mengelola *branding* dan pemasaran usaha mereka.

Dari segi kompetitor, mayoritas beroperasi dengan model layanan yang cenderung spesifik, sementara CV Luna Branding Agency menghadirkan solusi layanan yang menghubungkan *offline event* dan *online engagement* melalui pendekatan berbasis komunitas. Hal ini menjadi peluang bagi CV Luna Branding Agency sebagai *branding partner* yang terintegrasi dan dapat dipertahankan. Selain itu, CV Luna Branding Agency memiliki sumber daya yang memadai, dengan tiga pemilik perusahaan yang berpengalaman di industri *branding* dan *event management*.

CV Luna Branding Agency memiliki investasi awal sebesar Rp 300.000.000 yang berasal dari tiga pemilik utama dengan kompensasi kepemilikan masing-masing 40%, 30%, dan 30% yang diproyeksikan dapat kembali dalam waktu 3 tahun 6 bulan 3 hari. Pada perhitungan *Net Present Value* (NPV) nilai yang diraih mencapai Rp 322.835.302 dengan *Profitability Index* sebesar 2,08. Analisis berdasarkan *Internal Rate of Return* (IRR) yang diraih sebesar 46%. Lalu perhitungan *Return of Investment* (ROI), persentase yang diraih perusahaan pada tahun 2027 sebesar 16,52% dan pada tahun 2031 sebesar 61,80%.



Hak Cipta :

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

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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 PUSTAKA

ANTARA NEWS (2024) *Kemenkop UKM: 25,5 juta UMKM telah "go digital"*.
<https://www.antaranews.com/berita/4397157/kemenkop-ukm-255-juta-umkm-telah-go-digital>

Asri, Nasirah., & Sudirman. (2026). Peran Media Sosial Terhadap Kinerja Bisnis UMKM Digital. *Jurnal Riset Manajemen dan Akuntansi (JURIMA)*, 6 (1), 527.

Awaliyah (2025) *Fashion Hingga Kuliner Jadi Sektor Ekraf Prioritas Lima Tahun ke Depan*.
Republika Online.
<https://ameera.republika.co.id/berita/szshn3425/fashion-hingga-kuliner-jadi-sektor-ekraf-prioritas-lima-tahun-ke-depan>

Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat. (2023). *Data UMKM Kota Bandung berdasarkan sektor usaha*. Open Data Jawa Barat.
<https://opendata.jabarprov.go.id>

Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat. (2025). *Proyeksi UMKM fashion Provinsi Jawa Barat*. Open Data Jawa Barat.
<https://opendata.jabarprov.go.id>

Interbrand. (2024). *Best Global Brands 2024: What a quarter of a century of Best Global Brands teaches us*. Interbrand. <https://interbrand.com/best-global-brands/global/2024-report/>

Katadata Insight Center. (2023). *Digitalisasi UMKM Indonesia: Peluang dan tantangan*.[Katadata.co.id](https://katadata.co.id).



Hak Cipta :

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

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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

Legalitas.org. (2023, 16 November). Cara Pendirian CV (Commanditaire Venotchaap). Diakses pada 20 Juni 2026, dari <https://legalitas.org/tulisan/cara-pendirian-cv-commanditaire-venotchaap>

Nielsen. (2025). How Asia Pacific marketers are staying ahead. Nielsen Insights. <https://www.nielsen.com/insights/2025/how-apac-marketers-stay-ahead/>

Parawansa, Dian Anggraece Sigit. (2024). Strategi branding. PT MAFY MEDIA LITERASI INDONESIA.Putri

Rizieq, Habib., Fatin Fadhila, Ahmad., Tresno, Ingtyas Fatma., & Ginting Laurena. (2025). Analisis Pengaruh Branding terhadap Produk Kuliner UMKM. Jurnal Manajemen, Bisnis, dan Kewirausahaan, 6 (5).

Susanti, Y., & Frastika, N. A. (2025). Implementasi manajemen strategi digital dalam transformasi bisnis: Studi pada UMKM Indonesia. *JEDBUS (Journal of Economic and Digital Business)*, 2(1), 24–32. <https://jurnal.uym.ac.id/index.php/JEDBUS/article/view/514>

Syarif Ikhwan, M., Suhairi., & Aisyah, Siti. (2025). Pengaruh Social Media Marketing, Event Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Customer Engagement. Jurnal Ekonomi.

Taufik, M. I., & Herlina, R. L. (2025). Pengaruh branding digital dan inovasi pemasaran terhadap daya tarik konsumen. *Jurnal Riset Teknik Industri*, 5(2), 113–124. <https://doi.org/10.29313/jrti.v5i2.7684>

Unit Manajemen Mutu, Fakultas Teknologi Pertanian, Universitas Gadjah Mada.. 7 Prinsip Sistem Manajemen Mutu ISO 9001:2015. <https://umm.tp.ugm.ac.id/berita-133-7-prinsip-sistem-manajemen-mutu-iso-90012015.html>



© 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

Yunus, U., Rahayu, Y., & Taurina, R. C. (2024). Building brand loyalty and recommendation through the establishment of brand communities. *Asian Journal for Public Opinion Research*, 12(3), 184–213.
<https://doi.org/10.15206/ajpor.2024.12.3.184>

