

BAB III

ANALISIS PASAR & RENCANA PEMASARAN

3.1 Produk/Jasa yang Dihasilkan

PT Utama Event Solution adalah perusahaan yang bergerak di bidang usaha *e-commerce platform* untuk penyewaan vendor event berbasis website (*web-based-app*) bernama “Findor”.

Findor sebagai *e-commerce platform* milik PT Utama Event Solution memberikan kemudahan dengan menyediakan informasi mengenai vendor-vendor *event* yang berada di daerah Jabodetabek yang terbagi menjadi 5 kategori vendor yaitu *sound system, lighting, live streaming, multimedia* dan alat pesta.

Informasi yang disajikan mencakup informasi detail dari masing-masing vendor mulai dari jenis/kategori, lokasi/domisili, spesifikasi produk yang ditawarkan, harga serta informasi pendukung lainnya seperti kontak, *rating* dan ulasan terhadap vendor, dan lain-lain.

a. Logo *Brand*

Pemilihan dan penentuan logo *e-commerce platform* yang dimiliki oleh PT Utama Event Solution dapat dilihat pada Gambar 3.1 di bawah ini:



Hak Cipta :

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

Gambar 3.1

Logo *Platform* Findor

Sumber: PT Utama Event Solution, tahun 2022

b. Filosofi Logo

Logo yang dibuat untuk *platform* Findor menggunakan tipografi dan elemen yang dirancang agar logo Findor mudah untuk diingat oleh banyak orang. Kata “Findor” merupakan singkatan dari kata *Find Vendor* dalam bahasa Inggris yang berarti “Mencari Vendor”, singkatan tersebut sangat menggambarkan aktivitas utama yang dilakukan di Findor yaitu pencarian.

Selain kata “Findor” sebagai representasi aktivitas utama, jika didengar kata “Findor” juga dinilai senada dan mirip dengan objek utama, yaitu Vendor. Dalam pemilihan tipografi untuk kata Findor, kami mengkombinasikan simbol pencarian sebagai unsur visual dari kata “Find” ke dalam satu kesatuan kata yang terletak pada huruf O agar logo menjadi lebih menarik dan *iconic*.



Hak Cipta :

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

Logo Findor juga memiliki 1 simbol utama yaitu gabungan titik-titik yang membentuk hampir 1 lingkaran penuh. Simbol tersebut memberikan makna bahwa *platform* Findor memiliki satu tujuan utama yaitu menjadi wadah yang dapat mempertemukan banyak penyelenggara *event* dan vendor. Dimulai dari 1 titik menuju dan berkembang ke titik lainnya untuk memfasilitasi kebutuhan penyelenggara *event* dan vendor.

Logo Findor memiliki persamaan dengan logo PT Utama Event Solution dalam hal kombinasi warna yaitu warna hitam dan kuning. Warna hitam dalam dunia desain memiliki kesan kuat, elegan dan netral sedangkan warna kuning memiliki kesan positif, optimis, kepercayaan diri, dan kreativitas.

3.1.1 Produk Utama

Produk utama yang dimiliki berupa pilihan *membership* di *e-commerce platform* Findor yang ditujukan untuk kedua target pasar yaitu penyelenggara *event* sebagai *buyer* dan vendor sebagai mitra *seller*. Dalam menjalankan usaha *e-commerce platform* penyewaan vendor *event*, perusahaan telah menargetkan beberapa vendor *event* yang sudah berpengalaman dalam menunjang peralatan atau perlengkapan kebutuhan *event*. Berikut deskripsi & spesifikasi paket yang ditawarkan untuk penyelenggara *event (buyer)* dan vendor *event (seller)*:

a. Produk Utama Khusus Seller

Produk utama khusus *seller* menjadi dua, yaitu *membership regular* dan *premium* dengan spesifikasi yang dapat dilihat pada Tabel 3.1 di bawah ini:



Hak Cipta :

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

Tabel 3.1
Spesifikasi Produk Utama Khusus *Seller*

Nama Produk / Spesifikasi	<i>Membership Reguler</i>	<i>Membership Premium</i>
Harga Produk	Rp 1.099.000	Rp 1.399.000
Deskripsi	<i>Membership Vendor</i> merupakan harga paket berlangganan yang harus dibayarkan Vendor untuk menjadi mitra <i>seller</i> di <i>platform</i> Findor. Findor <i>memberikan</i> 2 pilihan kategori <i>membership</i> yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing vendor.	
Periode Paket	1 tahun	1 tahun
Biaya layanan	0.4% per transaksi (gratis biaya layanan untuk 5 transaksi pertama)	0.4% per transaksi (gratis biaya layanan untuk 10 transaksi pertama)
Maksimal kategori produk	5 kategori produk	10 kategori produk
Maksimal upload produk	50 jenis per kategori produk	100 jenis per kategori produk
<i>Listing</i> di fitur home banner	Free <i>listing</i> di home banner selama 1 bulan	Free <i>listing</i> di home banner selama 6 bulan
Akses ke data statistik <i>platform</i>	✗	✓
Iklan Instagram	Mendapat 2x slot iklan di Instastory & <i>feeds</i> Instagram Findor	Mendapat 4x slot iklan di Instastory & <i>feeds</i> Instagram Findor

Sumber: PT Utama Event Solution, tahun 2022



Hak Cipta :

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



b. Produk Utama Khusus Buyer

Perusahaan juga memiliki produk utama khusus *buyer* dengan spesifikasi yang dapat dilihat pada Tabel 3.2 di bawah ini:

Tabel 3.2
Spesifikasi Produk Utama Khusus *Buyer*

Nama Produk / Spesifikasi	<i>Free (Non Membership)</i>	<i>Membership Reguler</i>
Harga Produk	Free	Rp 119.000
Deskripsi	<i>Membership User</i> merupakan harga paket berlangganan yang perlu dibayarkan <i>user</i> untuk menikmati fitur utama di <i>platform</i> Findor. Findor <i>memberikan</i> 2 pilihan kategori yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing <i>User</i> yaitu <i>Non Membership</i> dan <i>Membership Reguler</i> .	
Periode Paket	✗	1 tahun
Akses informasi ke seluruh partner vendor	☑	☑
Limit pemesanan vendor	Maksimal 1x pemesanan vendor di satu waktu	<i>Unlimited</i>
Akses chat konsultasi	✗	3x konsultasi/ Bulan

Sumber: PT Utama Event Solution, tahun 2022

3.1.2 Produk Pendukung

Produk pendukung yang dimiliki yaitu paket tambahan (*add-ons*) untuk keperluan *digital advertising* vendor dan kebutuhan konsultasi penyelenggara *event* dengan spesifikasi yang dapat dilihat pada Tabel 3.3 di bawah ini:

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritis 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 3.3
Spesifikasi Produk Pendukung

Produk	Deskripsi	Spesifikasi	Harga
Digital ads: Instagram	Produk tambahan untuk meningkatkan <i>product awareness</i> vendor melalui aktivitas <i>digital advertising</i> di media sosial Findor yaitu Instagram <i>feed & stories</i> . Findor memberikan kebebasan kepada vendor untuk menampilkan materi konten promosi yang diinginkan.	<ul style="list-style-type: none"> • 1x slot iklan (Instagram <i>feed/stories</i>) • Materi iklan dibebaskan kepada vendor (Maks. 2x revisi materi) • Durasi konten Instagram stories 1x24 jam 	Rp 10.000
Digital ads: Pop iklan website	Produk tambahan untuk meningkatkan <i>product awareness</i> vendor melalui aktivitas <i>digital advertising</i> di home page website Findor.	<ul style="list-style-type: none"> • Durasi 1 minggu • Iklan akan pop up setiap visitor mengakses <i>platform</i> • Materi iklan dibebaskan kepada vendor (Maks. 2x revisi materi) 	Rp 10.000
Konsultasi Online	Produk tambahan untuk memenuhi kebutuhan penyelenggara <i>event</i> dalam melakukan konsultasi seputar kriteria dan spesifikasi vendor yang dibutuhkan.	3x slot konsultasi <i>online</i> via Zoom/Google Meet/Whatsapp	Rp 15.000

Sumber: PT Utama Event Solution, tahun 2022



Hak Cipta :

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



Hak Cipta :

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

3.1.3 Fitur Platform Findor

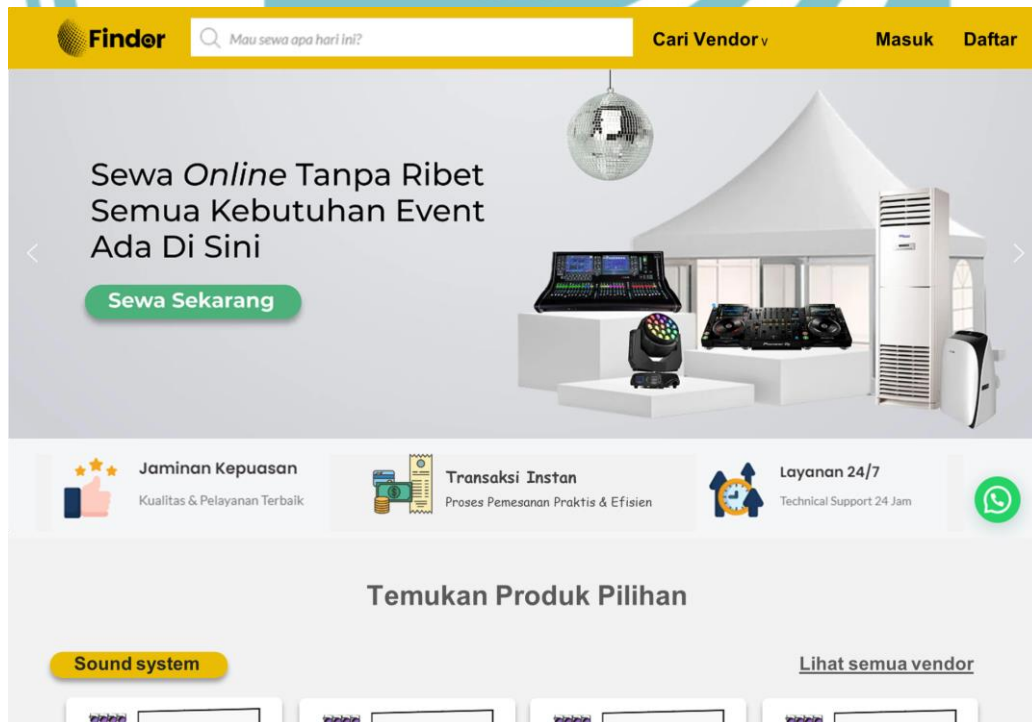
Findor merupakan *e-commerce platform* milik PT Utama Event Solution yang ditujukan untuk kedua target pasar yakni penyelenggara *event* sebagai *buyer* dan vendor sebagai mitra *seller*. Dalam *e-commerce platform* Findor, terdapat berbagai macam fitur untuk memudahkan penggunaanya.. Berikut adalah gambaran dan penjelasan mengenai fitur-fitur yang terdapat di *e-commerce platform* Findor:

a. Halaman Utama

Tampilan halaman utama dari *e-commerce platform* Findor dapat dilihat pada Gambar 3.2 di bawah ini:

Gambar 3.2

Mock up Halaman Utama



Sumber: PT Utama Event Solution, tahun 2022

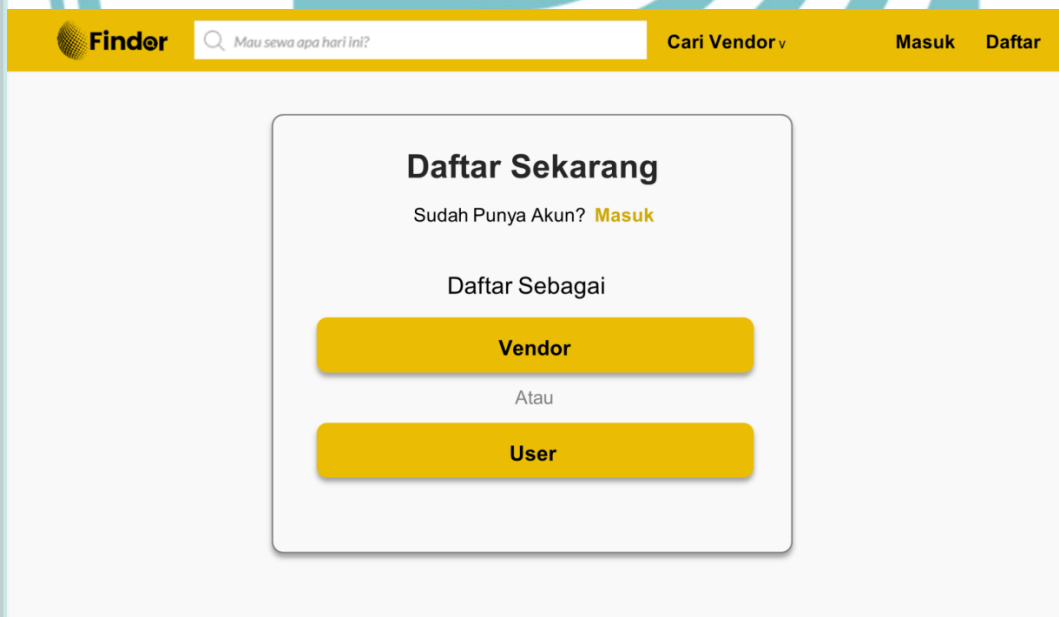
Halaman Utama atau *landing page* merupakan tampilan awal yang akan dilihat oleh pengguna (*user*) saat mengakses laman website Findor. Halaman ini berisikan beberapa menu bar dibagian atas website (Cari Vendor, Masuk & Daftar), Home slide banner, List rekomendasi vendor terbaik, Tutorial cara kerja , dan bagian Footer yang berisikan informasi umum Findor serta contact perusahaan.

b. Halaman Daftar & Masuk

Tampilan Halaman Daftar & Masuk dari *e-commerce platform* Findor dapat dilihat pada Gambar 3.3 di bawah ini:

Gambar 3.3

Mock up Halaman Daftar



Sumber: PT Utama Event Solution, tahun 2022

Platform Findor memberikan pilihan pendaftaran dengan 2 kategori pendaftar yaitu *User & Vendor*. Findor juga menyediakan pilihan *membership* bagi



Hak Cipta :

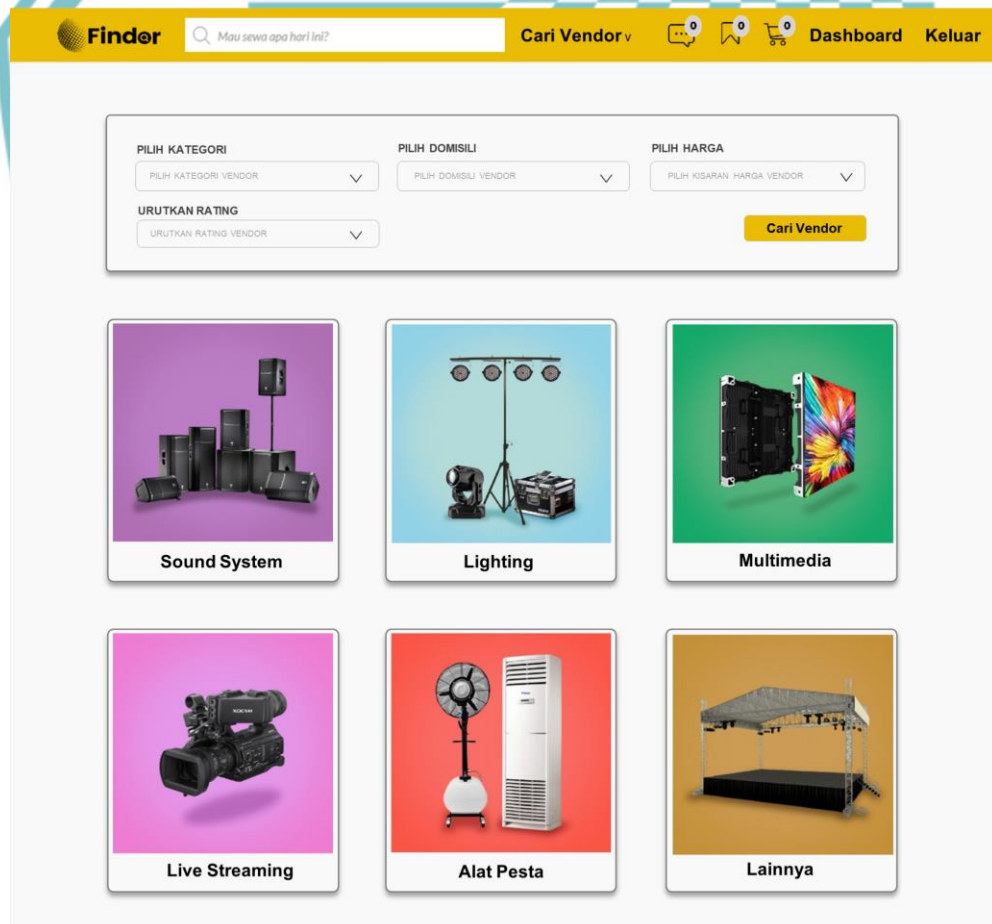
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritis atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

kedua kategori pendaftar yang disesuaikan dengan keunggulan fitur & benefit *membership*. Halaman Masuk digunakan untuk pengguna yang sebelumnya sudah melakukan pendaftaran (*sign up*) di *platform* Findor.

c. Halaman Cari Vendor

Tampilan Halaman Cari Vendor dari *e-commerce platform* Findor dapat dilihat pada Gambar 3.4 di bawah ini:

Gambar 3.4
Mock up Halaman Cari Vendor



Sumber: PT Utama Event Solution, tahun 2022



Hak Cipta :

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

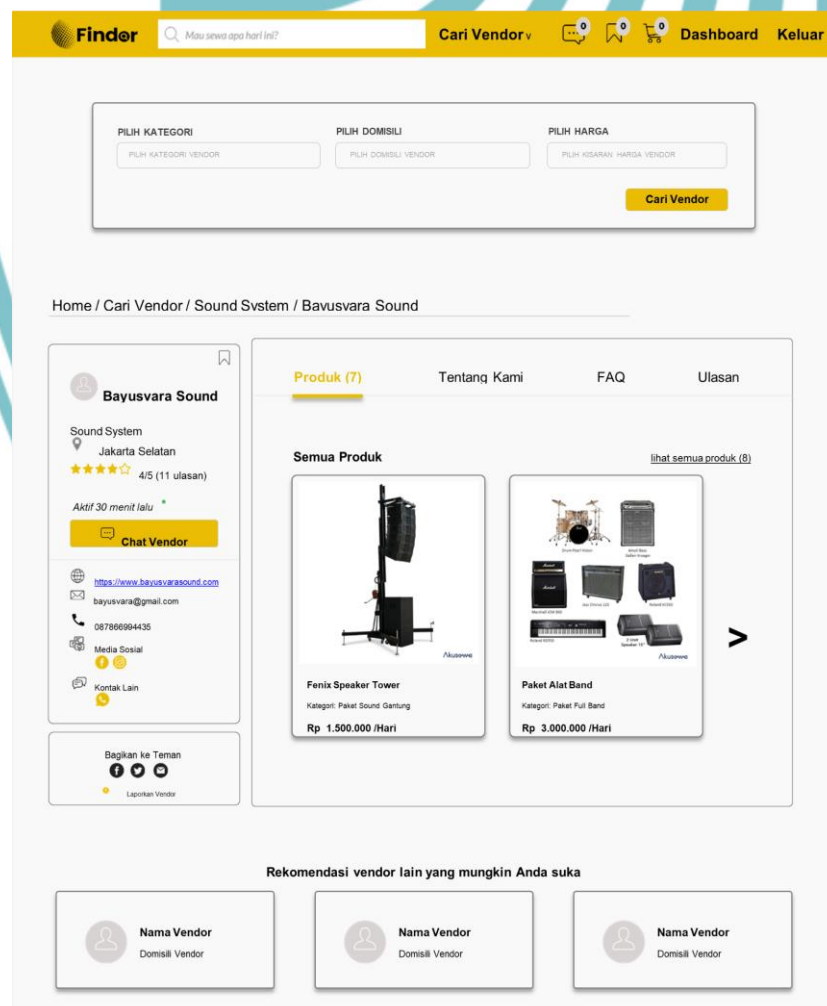
Halaman Cari Vendor merupakan halaman khusus pencarian vendor yang berisikan pilihan kategori vendor di Findor dan fitur filter berdasarkan kategori, domisili dan rentang harga yang bisa digunakan *User* untuk memudahkan proses pencarian vendor sesuai dengan kebutuhan.

d. Halaman Profil Vendor

Tampilan Halaman Profil Vendor dari *e-commerce platform* Findor dapat dilihat pada Gambar 3.5 di bawah ini:

Gambar 3.5

Mock up Halaman Profil Vendor



Hak Cipta :

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

Sumber: PT Utama Event Solution, tahun 2022

Halaman Profil Vendor merupakan halaman yang memuat informasi detail vendor mulai dari nama vendor, kategori, deskripsi produk vendor, spesifikasi produk vendor, informasi kontak dan harga produk vendor. *User* juga dapat melihat berbagai ulasan yang diberikan oleh *customer* vendor setelah selesai melakukan pemesanan.

e. **Halaman *Shopping Cart***

Shopping cart atau keranjang belanja merupakan salah satu fitur di *platform* Findor yang dapat memfasilitasi pelanggan untuk mengumpulkan produk yang ingin mereka pesan sebelum mereka melanjutkan ke tahapan *checkout*/pembayaran. Tujuan dari fitur ini adalah untuk membuat daftar item/produk sementara yang hendak dipilih untuk dibeli.

Cara kerjanya cukup mudah, saat pelanggan sudah memiliki daftar item/produk yang ingin dipesan, pelanggan hanya perlu melanjutkan ke tahap berikutnya yaitu proses pembayaran/*checkout*. Sistem akan secara otomatis memproses jumlah total pembayaran untuk setiap produk yang ingin dipesan.

f. **Halaman *My wishlist***

My wishlist merupakan salah satu fitur di *platform* Findor yang bertujuan untuk menandai produk yang ingin dipesan pelanggan di kemudian hari. Pelanggan dapat menandai semua produk yang disukai dan produk-produk tersebut akan secara otomatis masuk ke dalam halaman *My wishlist*. Untuk menandai produk



Hak Cipta :

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

yang disukai, pelanggan hanya tinggal klik simbol save di bagian kanan bawah produk.

g. **Dashboard User**

Dashboard *User* merupakan salah satu halaman (page)/tampilan yang berisi informasi detail mengenai *user*/pelanggan. *User* yang telah berhasil melakukan proses registrasi akan langsung diarahkan menuju ke Dashboard *User* untuk melengkapi informasi mengenai rincian akun mereka seperti informasi profil, alamat lengkap pelanggan, riwayat pemesanan, *membership*, dan lain-lain.

h. **Dashboard Vendor**

Dashboard Vendor merupakan salah satu halaman (page) yang memungkinkan merchant/vendor untuk mengecek seluruh aktivitas bisnisnya. Dashboard pada akun vendor bertujuan untuk memfasilitasi seluruh informasi terkait rincian akun vendor, detail produk vendor, akun rekening vendor, riwayat pemesanan vendor, data statistik vendor, dan lain-lain. Jika vendor ingin melakukan perubahan atau penambahan produk baru, vendor dapat mengunjungi laman Dashboard.

Pada data statistik, vendor dapat melihat produk-produk dengan penjualan paling tinggi (*Best Selling Product*) serta data statistik pengunjung yang melihat profil vendor, namun akses ini hanya bisa digunakan oleh vendor dengan kategori *membership* premium.



Hak Cipta :

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



3.2 Gambaran Pasar

PT Utama Event Solution adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang usaha *e-commerce platform* untuk penyewaan vendor *event* berbasis website (*web-based-app*) bernama “Findor”. Perusahaan memiliki 2 (dua) kategori target pasar, yaitu berupa *buyer (event organizer, komunitas, asosiasi, mahasiswa, dan instansi pemerintahan)* dan berupa *seller (vendor kebutuhan event)* yang berdomisili di Jabodetabek.

Penyelenggaraan *event* banyak dilakukan di wilayah Jabodetabek dikarenakan Jakarta merupakan wilayah metropolitan dengan Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi sebagai wilayah penyangganya. Jabodetabek menampung banyak aktivitas pemerintahan, perdagangan, dan industri yang mengakibatkan beragamnya bidang pekerjaan yang ada di Jabodetabek.

Hal ini berdampak pada penyelenggaraan *event* yang semakin banyak dari berbagai industri dengan tujuan yang berbeda-beda seperti promosi, membangun *awareness*, hiburan, peluncuran produk, dan lain sebagainya yang tentunya penyelenggaraan *event* tersebut membutuhkan vendor-vendor penyedia kebutuhan *event* yang terpercaya untuk menunjang keberhasilan *event* tersebut. Oleh karena itu, banyak sektor dari target *market platform* ini yang berdomisili di Jabodetabek.

3.3 Segmentasi Pasar yang Dituju

Sebagai perusahaan yang menyediakan *e-commerce platform* berbasis website (*web-based-app*), PT Utama Event Solution memiliki 2 segmentasi pasar yang dituju yaitu:

Hak Cipta :

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

a. **Segmentasi Pasar *Seller***

Segmentasi pasar untuk para *seller* yaitu vendor yang menyewakan kebutuhan *event* dengan kategori barang yaitu *sound system, lighting, live streaming, multimedia, dan alat pesta*, yang usahanya sudah berdiri selama lebih dari 2 tahun atau telah menangani sebanyak minimal 10 *event* baik secara *offline, online, maupun hybrid*.

Vendor *event* yang berlokasi di Jabodetabek dan dapat menyewakan *equipment*-nya di daerah Jabodetabek dan sekitarnya. Disegmentasikan untuk pengusaha vendor *event* yang berniat untuk meningkatkan penjualan atau intensitas penyewaan barangnya.

b. **Segmentasi Pasar *Buyer***

Segmentasi pasar untuk para *buyer* yang ditargetkan mengunjungi dan menggunakan *platform* Findor yaitu *event organizer, komunitas, asosiasi, mahasiswa, dan instansi pemerintahan yang berada di wilayah Jabodetabek* yang sedang mencari vendor untuk penyelenggaraan *event* dan mengutamakan penyelenggaraan *event* dengan penyewaan vendor *event* yang praktis dan efisien.

Dalam hal ini, segmentasi *buyer* dalam *platform* Findor yaitu orang-orang dari kelas sosial menengah hingga kelas sosial atas, dikarenakan *range* harga yang disediakan dalam penyewaan vendor di *platform* Findor beraneka ragam disesuaikan dengan kualitas, kuantitas, dan kebutuhan acara itu sendiri.

3.3.1 Pasar Perusahaan

Perkembangan *event* di Indonesia berkembang dari tahun ke tahun, dari *event* berskala kecil hingga *event* berskala besar dengan berbagai macam tujuan



Hak Cipta :

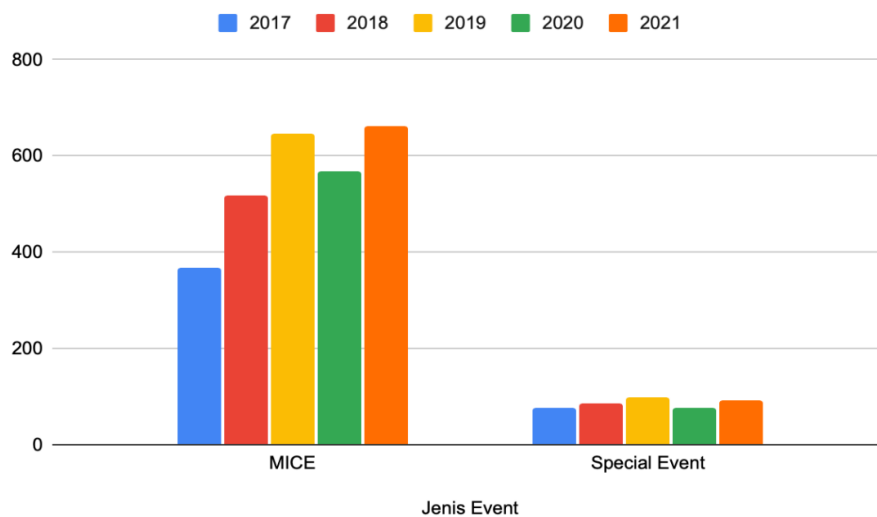
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

penyelenggaraan. *Event* merupakan salah satu aspek penting dalam kehidupan manusia yang digunakan sebagai salah satu cara dalam pemenuhan kebutuhan dalam merayakan momen-momen penting dalam kehidupan manusia.

Event juga merupakan salah satu cara yang dapat digunakan sebagai media promosi, hiburan, pendekatan antar manusia, dan cara untuk menumbuhkan rasa kekeluargaan. Dari banyaknya tujuan atas diselenggarakannya *event* ini, maka *event* semakin sering diadakan.

Jabodetabek merupakan wilayah dimana *event* sering diselenggarakan, mulai dari *event* MICE seperti *conference* dan *exhibition* hingga *special event*. Di daerah Jabodetabek, terdapat banyak pengusaha *event organizer*, komunitas, asosiasi, mahasiswa, dan instansi pemerintahan yang menyelenggarakan *event*nya dengan berbagai skala besarnya *event*. Pada Grafik 3.1 di bawah ini terdapat data pertumbuhan *event* di Jabodetabek dalam 5 tahun terakhir.

Grafik 3.1
Pertumbuhan *Event* di Wilayah Jabodetabek tahun 2017 - 2021



Sumber: PT Utama Event Solution, tahun 2022



Hak Cipta :

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

Tahun 2017, terdapat sebanyak 443 *event* (MICE maupun *special event*) yang diselenggarakan di wilayah Jabodetabek, lalu tahun 2018 meningkat menjadi sebanyak 604 *event* dan meningkat lagi pada tahun 2019 yaitu sebanyak 744 *event* yang diselenggarakan. Pada tahun 2020, grafik mengalami penurunan sebanyak 647 *event* pasca pandemi Covid-19 yang mengakibatkan pembatalan dan penundaan pelaksanaan *event*.

Di pertengahan tahun 2020, penyelenggara *event* sudah mulai beradaptasi dengan konsep penyelenggaraan *event online* maupun *hybrid*. Dalam hal ini, bermunculan vendor yang menyediakan alat-alat untuk menyelenggarakan *event online*. Hal tersebut memudahkan para *organizer* untuk melakukan penyelenggaraan *event*, sehingga industri *event* yang pada awal hingga pertengahan tahun 2020 mengalami penurunan menjadi membaik dikarenakan penyelenggara *event* sudah mulai familiar dengan *event online*.

Pada akhir tahun 2021, pemerintah sudah melonggarkan peraturan mengenai pembatasan sosial sehingga *event* sudah bisa diselenggarakan secara *offline* dengan protokol kesehatan oleh karena itu sebanyak 755 *events* baik MICE maupun *special event* berhasil diselenggarakan di Jabodetabek

Setiap *event* yang diselenggarakan tentunya memerlukan banyak kebutuhan yang harus dipenuhi untuk mencapai kesuksesan terselenggaranya *event*. Oleh karena itu, dibutuhkan pihak-pihak yang dapat membantu untuk menyediakan kebutuhan *event* yaitu vendor acara. Terdapat berbagai jenis vendor acara yang menyediakan beragam jenis kebutuhan *event*, mulai dari *lighting*, *soundsystem*, *stage*, multimedia, dan lain-lain.



Hak Cipta :

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

Vendor merupakan salah satu aspek penting dalam penyelenggaraan *event*, maka dari itu vendor yang dicari dan dipilih untuk memenuhi kebutuhan *event* pun harus diseleksi agar bisa memenuhi kebutuhan acara secara tepat dan vendor tersebut dapat dipercaya. Didasari oleh banyaknya kasus dalam pemesanan vendor, penyelenggara *event* mendapati beberapa masalah yang sering terjadi yaitu barang yang tidak sesuai dengan deskripsi, barang yang tidak sesuai dengan kebutuhan acaranya, penipuan, barang dikirim tidak tepat waktu, dan pemesanan barang dengan harga yang tidak sesuai.

PT Utama Event Solution hadir sebagai solusi untuk memenuhi kebutuhan penyewaan vendor melalui *e-commerce platform* berbasis website yang mengedepankan kemudahan dan keamanan dalam bertransaksi. Kami membagi gambaran pasar menjadi 2 yaitu gambaran pasar untuk *buyer* yaitu perusahaan, asosiasi, komunitas, instansi, dan kelompok yang ditargetkan untuk memesan vendor dan gambaran pasar untuk *seller* yang merupakan pengusaha vendor berdomisili di Jabodetabek dan ingin menaikkan penjualan dengan memasukkan produknya ke *platform online*.

a. Gambaran Pasar *Seller*

Saat ini, banyak sekali pihak yang ingin menyelenggarakan *event*, tetapi sulit untuk menemukan vendor yang tepat dan terpercaya untuk *eventnya*. Banyaknya kasus penipuan dan pemilihan vendor *event* yang tidak sesuai untuk *event* yang akan diselenggarakan menjadi masalah utama, intensitas terjadinya kasus yang tidak diinginkan ini membuat masyarakat semakin sulit mempercayai vendor yang merupakan aspek krusial ini, untuk menyediakan kebutuhan *eventnya*.



Hak Cipta :

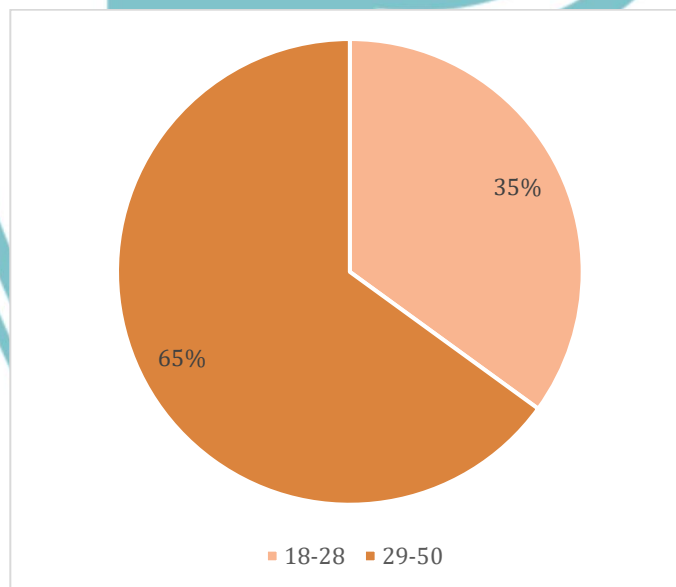
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

PT Utama Event Solution melihat dan memahami permasalahan yang ada dan menciptakan solusi dari permasalahan tersebut, yaitu dengan menghadirkan *e-commerce platform* berbasis website untuk melakukan pemesanan vendor *event*.

Perusahaan telah melakukan riset kepada beberapa vendor penyedia kebutuhan acara di wilayah Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi dengan kategori yang sesuai dengan yang tersedia di *platform* Findor. Riset tersebut berupa penyebaran kuesioner yang berisikan domisili, kategori barang yang tersedia, jumlah *event* yang telah diikuti, dan minat terhadap *platform* pemesanan vendor *online*. Persentase demografi usia pada segmentasi pasar *seller* dapat dilihat pada Diagram 3.1 di bawah ini:

Diagram 3.1

Segmentasi Pasar Demografi *Seller* (Usia)



Sumber: PT Utama Event Solution, tahun 2022

Berdasarkan Diagram 3.1 diatas dapat dilihat bahwa 65% dari pasar *seller* adalah orang-orang yang berusia 29-50 tahun dan 35% lainnya berusia 18-28 tahun.

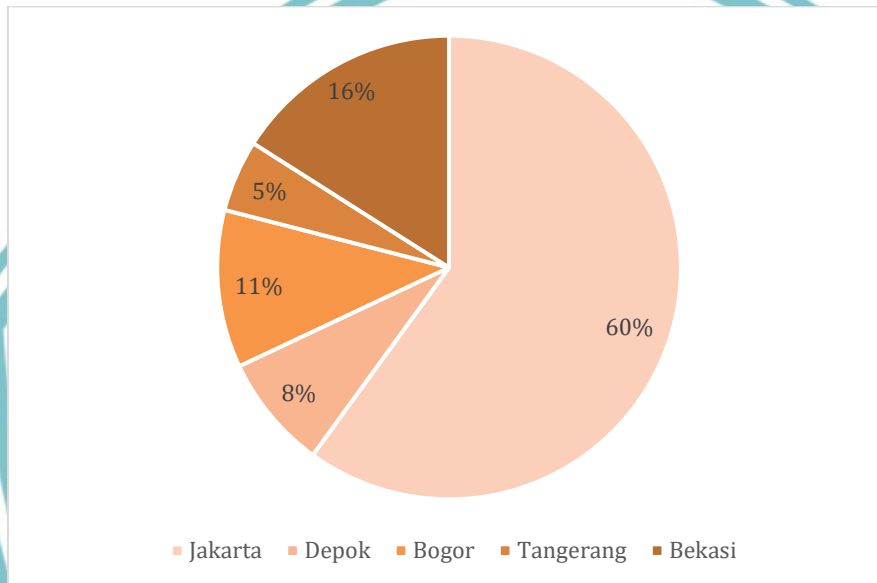


Hak Cipta :

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

Selain itu, Perusahaan juga melihat domisili responden vendor. Persentase demografi domisili pada segmentasi pasar *seller* dapat dilihat pada Diagram 3.2 di bawah ini:

Diagram 3.2

Segmentasi Pasar Demografi *Seller* (Domisili)

Sumber: PT Utama Event Solution, tahun 2022

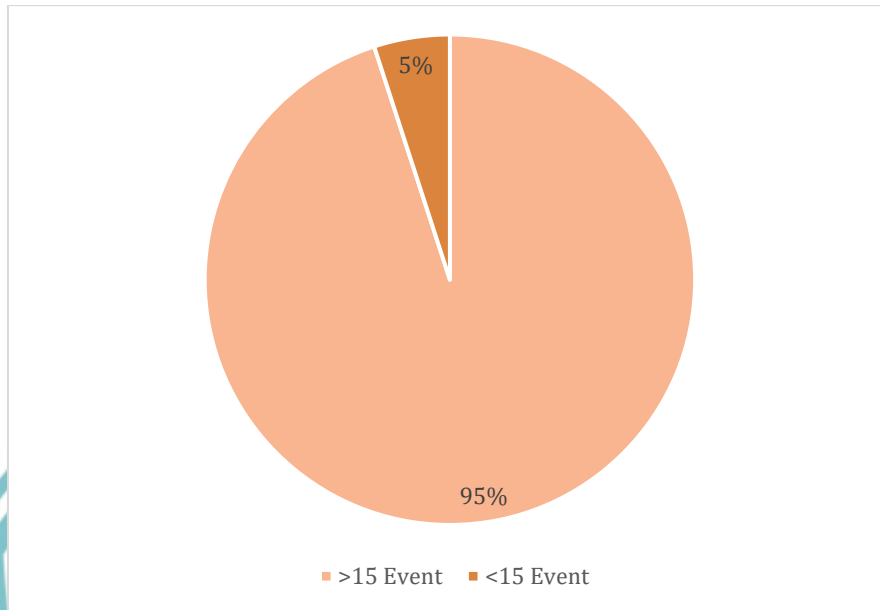
Domisili dari pasar *seller* 60% berasal dari Jakarta, 16% berasal dari Bekasi, 11% berasal dari Bogor, 8% berasal dari Depok, dan 5% lainnya berasal dari Tangerang. Hal ini merupakan sasaran tepat bagi target pasar *seller* dari PT Utama Event Solution yaitu vendor berasal dari Jabodetabek. Terdapat beberapa syarat dan ketentuan untuk menjadi *seller* dalam Findor yang sudah ditentukan oleh perusahaan, berikut adalah hasil dari jumlah *event* yang ditangani oleh vendor-vendor yang berpartisipasi dalam pengisian survei dapat dilihat pada Diagram 3.3 di bawah ini:



Hak Cipta :

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

Diagram 3.3

Jumlah *Event* yang Ditangani Vendor

Sumber: PT Utama Event Solution, tahun 2022

Sebanyak 95% dari vendor yang berpartisipasi dalam pengisian survei menangani sebanyak lebih dari 15 *event* pertahunnya, 5% lainnya menangani kurang dari 15 *event* per tahun.

Ketertarikan vendor dalam menggunakan *platform* digital (Findor) untuk bertransaksi dapat dilihat pada Diagram 3.4 di bawah ini:

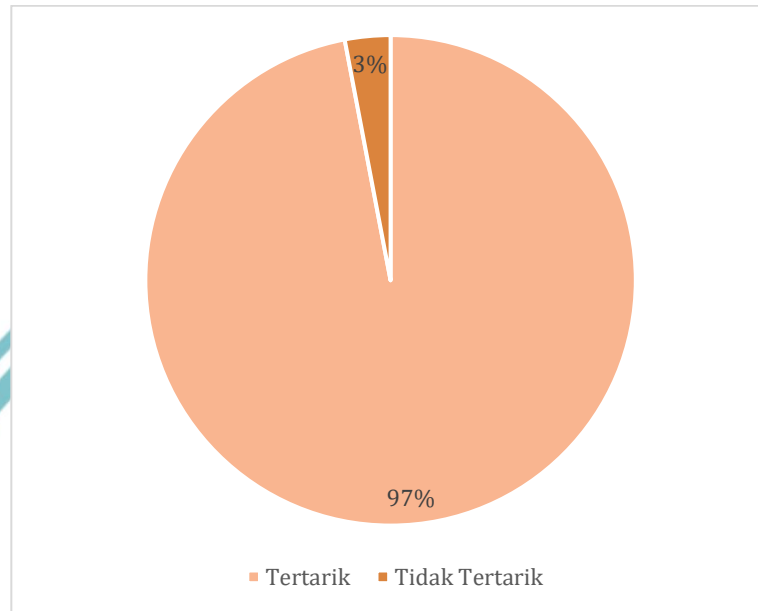


Hak Cipta :

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

Diagram 3.4

Tingkat Ketertarikan Vendor Dalam Menggunakan *Platform* Digital Untuk Bertransaksi



Sumber: PT Utama Event Solution, tahun 2022

Sebanyak 97% vendor tertarik untuk menggunakan *platform* digital untuk bertransaksi dengan calon konsumen, sedangkan 3% tidak tertarik dengan alasan sudah memiliki website sendiri.

b. Gambaran Pasar *Buyer*

Vendor *event* membutuhkan pemasaran untuk meningkatkan penjualan. Perusahaan melakukan survei terhadap minat masyarakat dalam melakukan pemesanan vendor acara melalui *platform* digital. Berdasarkan hasil riset dengan menyebarkan *Google Form* kepada target pasar *buyer* dari PT Utama Event



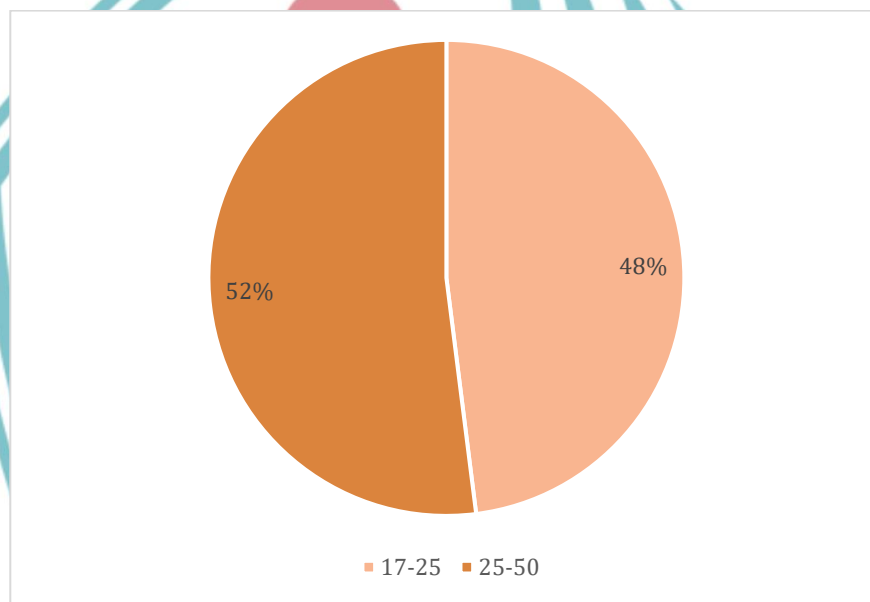
Hak Cipta :

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

Solution yaitu *event organizer*, komunitas, asosiasi, mahasiswa, dan instansi pemerintahan terkait *e-commerce platform* untuk pemesanan vendor acara.

Riset tersebut berisikan beberapa pertanyaan mengenai usia, pekerjaan, dan domisili. Persentase dari demografi target pasar *buyer* berdasarkan usia dapat dilihat dalam Diagram 3.5 di bawah ini:

Diagram 3.5
Segmentasi Pasar Demografi *Buyer* (Usia)



Sumber: PT Utama Event Solution, tahun 2022

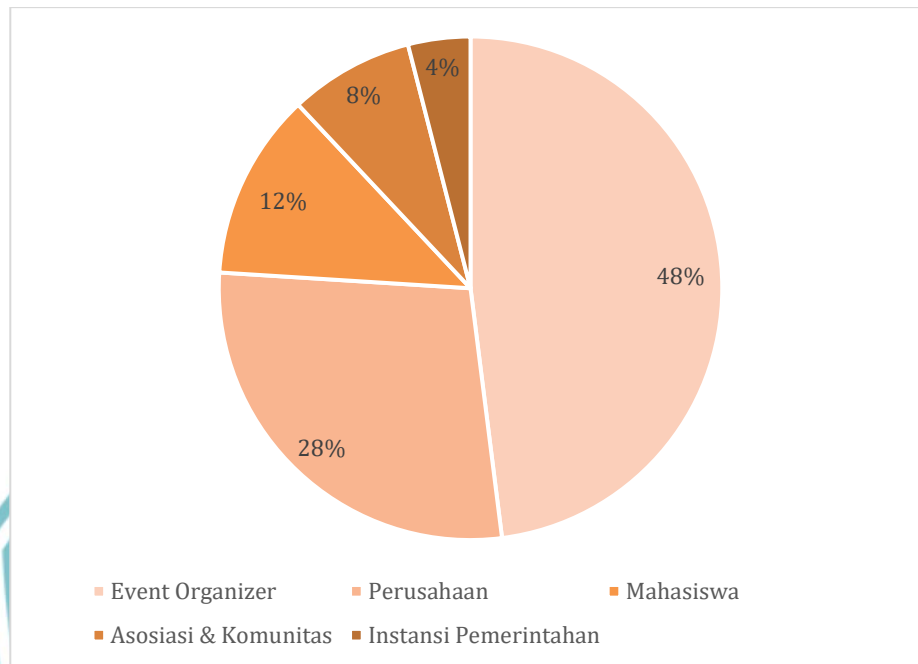
Dari data di atas dapat diketahui bahwa 52% peminat dari *platform* pemesanan vendor berbasis digital adalah masyarakat berusia 26-50 tahun, sisanya adalah masyarakat berusia 17-25 tahun dengan persentase sebesar 48%. Selain usia, perusahaan juga melihat dari pekerjaan yang dapat dilihat dari Diagram 3.6 di bawah ini:



Hak Cipta :

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

Diagram 3.6

Segmentasi Pasar Demografi *Buyer* (Pekerjaan)

Sumber: PT Utama Event Solution, tahun 2022

Dari diagram di atas dapat diketahui bahwa 48% dari peminat *e-commerce platform* berbasis website adalah *event organizer*, 28% adalah perusahaan, 12% adalah mahasiswa, 8% adalah asosiasi dan komunitas, dan 4% adalah instansi pemerintahan.

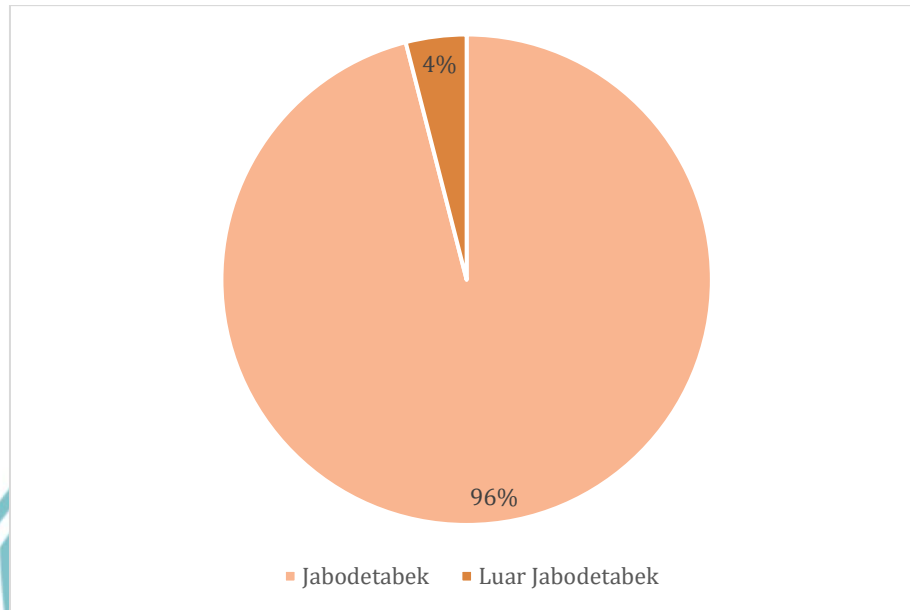
Perusahaan juga melihat segmentasi pasar geografis berdasarkan domisili *buyer* yang dapat dilihat pada Diagram 3.7 di bawah ini:



Hak Cipta :

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

Diagram 3.7

Segmentasi Pasar Geografis *Buyer* (Domisili)

Sumber: PT Utama Event Solution, tahun 2022

PT Utama Event Solution membuat *e-commerce platform* yang ditujukan kepada *buyer* yang berdomisili di Jabodetabek. Dilihat dari hasil survei di atas, 96% peminat berasal dari Jabodetabek dan 4% sisanya berasal dari luar Jabodetabek. Dari hasil survei, 88.9% orang sudah pernah membuat *event* (baik skala besar maupun kecil) dan 61.1% diantaranya kesulitan untuk mencari vendor, 31.9% mungkin pernah kesulitan, dan 6.9% tidak kesulitan dalam mencari vendor.

Kebanyakan orang kesulitan untuk mencari vendor dikarenakan vendor tidak sesuai dengan budget, kualitas vendor yang kurang atau tidak baik, dan tidak memiliki banyak opsi vendor. Pada Diagram 3.8 di bawah ini menunjukkan tingkat ketertarikan masyarakat dalam menggunakan *platform* digital untuk memesan vendor kebutuhan acara.



Hak Cipta :

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

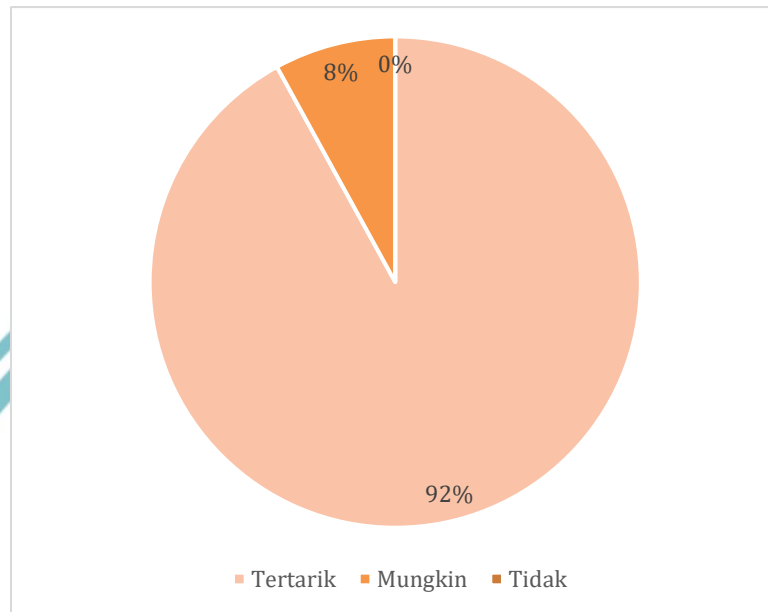


Hak Cipta :

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

Diagram 3.8

Tingkat Ketertarikan Masyarakat Terhadap *Platform* Pemesanan Vendor



Sumber: PT Utama Event Solution, tahun 2022

Sebanyak 92% masyarakat tertarik untuk memesan vendor kebutuhan *event* melalui *platform* digital, sedangkan 8% sisanya mungkin tertarik. Dalam ketertarikan masyarakat terhadap *platform* pemesanan vendor digital, masyarakat juga mengharapkan adanya fitur-fitur yang dapat membantu pemesanan vendor, yaitu: Mendapatkan vendor yang berkualitas secara praktis dan efisien, dapat meningkatkan peluang usaha, kemudahan pembayaran, murah dan tidak perlu survey, serta adanya fitur-fitur yang dapat menyesuaikan dengan kebutuhan.

3.3.2 *Market share*

Market share atau pangsa pasar adalah persentase dari total penjualan suatu perusahaan dalam industri tertentu. *Market share* ditentukan dengan mengambil

penjualan perusahaan dalam periode tertentu dan membagi dengan total penjualan industri dalam periode tersebut. Periode dapat dihitung dalam tahun maupun kuartal fiskal. Dalam perhitungan *market share* dapat ditentukan *market leader*, yaitu perusahaan dengan penjualan terbanyak dalam suatu industri dan dapat dijadikan sebagai pemimpin suatu industri.

a. **Market share Buyer**

Dalam menggambarkan *market share buyer*, perhitungan yang dilakukan dalam menganalisa pasar dari *seller* adalah dengan mengumpulkan data terkait jumlah transaksi pemesanan kebutuhan *event* melalui *platform* digital pesaing di wilayah Jabodetabek pada tahun 2019-2021. Setelah mendapatkan data tersebut, dapat ditentukan persentase dari masing-masing perusahaan pesaing. Data *market share* dari perusahaan pesaing dengan bisnis usaha yang sama dengan PT Utama Event Solution dapat dilihat pada Tabel 3.4 di bawah ini:

Tabel 3.4
Market share Jumlah Pemesanan Vendor *Event* di Jabodetabek Melalui *Platform* Digital Tahun 2019 - 2021

Nama Perusahaan	Tahun					
	2019		2020		2021	
	TO	%	TO	%	TO	%
Eventori	783	9.25%	979	9.31%	2032	10.99%
Sejasa	416	4.91%	702	6.67%	1204	6.51%
Pestabox	310	3.66%	445	4.23%	902	4.88%
Bridestory	6959	82.18%	8392	79.79%	14345	77.61%
Total	8468	100%	10518	100%	18483	100%

Sumber: PT Utama Event Solution, tahun 2022



Hak Cipta :

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

Berdasarkan Tabel 3.4 di atas, pada tahun 2019 terdapat sebanyak 8468 pemesanan vendor melalui *platform* digital pesaing, lalu pada tahun 2020 sebanyak 10518 pesanan. Jumlah pemesanan ini tidak berpengaruh terhadap adanya Covid-19 dikarenakan pada tahun 2020 penyelenggara *event* sudah mulai beradaptasi dengan *online events* dan perusahaan pesaing menyediakan kebutuhan untuk *event online*.

Pada tahun 2021 meningkat sebanyak 7965 dari tahun sebelumnya menjadi 18483 pesanan, jumlah pemesanan meningkat dikarenakan peraturan pemerintah mengenai *physical distancing* sudah mulai diperlonggar dan *event* sudah banyak diselenggarakan secara *online* dan *hybrid*, bahkan beberapa *event* sudah diselenggarakan secara *offline* dengan pembatasan ketat.

a. *Market share Seller*

Pada perhitungan *market share buyer*, dapat dihitung berdasarkan data dari perusahaan pesaing dengan melihat jumlah vendor yang tergabung dalam *platform* digital masing-masing perusahaan pesaing. Perhitungan ini hanya mencakup vendor yang berada di wilayah Jabodetabek pada tahun 2019 - 2021.

Kami mendapati beberapa perusahaan pesaing yang memiliki bisnis serupa dengan PT Utama *Event Solution* yaitu *platform* pemesanan vendor digital baik melalui aplikasi maupun website. *Database* dari perusahaan pesaing dapat dilihat melalui Tabel 3.5 di bawah ini:

Hak Cipta :

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



Tabel 3.5
Database Perusahaan Pesaing

No.	Nama Perusahaan	Kontak	Alamat
1.	Eventori	info@eventori.id	Nifarro Park, ITS Tower Jl. Raya Pasar Minggu Jakarta Selatan. Indonesia 12510
2	Sejasa	hello@sejasa.com	1, Griya Utama No. 20 RT.1/RW 20, Sunter Agung, Kec. Tanjung Priok, Kota Jkt Utara, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 14350
3	Pestabox	help@pestabox.com	1, Tongkol No. 8 RT.6/RW.8 Tj. Priok, Kec. Tanjung Priok, Kota Jkt Utara, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 14310
4	Bridestory	support@bridestory.com	Lt 17 Tokopedia Tower Ciputra World, Jl. Prof DR. Satrio No. 2 RT.3/RW 3 Karet, Semanggi, Setiabudi, Jakarta Selatan 12950

Sumber: PT Utama Event Solution, tahun 2022

Perusahaan pesaing di atas merupakan perusahaan yang memiliki *platform* berbasis website maupun aplikasi untuk mempertemukan vendor dan konsumen dalam suatu *platform* digital. Diferensiasi dari *platform* perusahaan pesaing dengan *platform* yang dimiliki oleh PT Utama *Event Solution* yaitu Findor terletak pada bagian fitur dan target pasarnya.

Data *market share* vendor yang tergabung dalam *platform* digital pesaing dapat dilihat pada Tabel 3.6 di bawah ini:



Hak Cipta :

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

Tabel 3.6

Market share Vendor Tergabung Dalam *Platform* Digital Perusahaan Pesaing Tahun 2019 - 2021

Nama Perusahaan	Tahun					
	2019		2020		2021	
	TO	%	TO	%	TO	%
Eventori	65	9.25%	76	9.07%	154	12.30%
Sejasa	35	4.98%	49	5.85%	90	7.19%
Pestabox	28	3.98%	34	4.06%	65	5.19%
Bridestory	575	81.79%	679	81.03%	943	75.32%
Total	703	100%	838	100%	1252	100%

Sumber: PT Utama Event Solution, tahun 2022

Berdasarkan Tabel 3.6, dalam pembagian *market share* vendor yang tergabung dalam *platform* digital perusahaan pesaing, sebanyak 703 vendor sudah tergabung dalam *platform* digital pada tahun 2019, lalu pada tahun 2020 sebanyak 838, dan pada tahun 2021 sebanyak 1252. Vendor dapat tergabung ke dalam beberapa *platform* dan paling banyak vendor tergabung ke dalam Bridestory. Dapat disimpulkan bahwa *market leader* dari industri ini adalah Bridestory.

Analisis *Market Leader*

Dari kedua target pasar yaitu *seller* dan *buyer*, dapat diketahui bahwa *market leader* dari keduanya adalah Bridestory. Bridestory merupakan *e-commerce* pemesanan vendor dengan spesifik bidang pernikahan. Strategi pemasaran Bridestory (STP) yaitu: Perempuan dan laki-laki dengan umur 21-35 tahun (umur menikah), berdomisili di Indonesia, Singapura, dan Filipina dengan kelas sosial



Hak Cipta :

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

menengah ke atas. Bridestory mengklaim bahwa mereka adalah satu-satunya *e-marketplace* terkait pernikahan kelas menengah ke atas.

Promosi yang dilakukan Bridestory adalah menggunakan situs Bridestory sebagai alat promosi, iklan di *internet*, Bridestory Pay, *Key Opinion Leader* (KOL), dan melalui media sosial. Dalam *marketing mix* yang digunakan oleh Bridestory, mereka menggunakan bauran pemasaran 4C, yaitu: *Co-creation, communal activation, currency, dan conversation*.

Setelah melakukan riset, banyak orang mengetahui Bridestory dari media sosial (baik *ads* maupun tidak), selebihnya mengetahui dari *company partnership, word of mouth, Google Ads, dan iklan GDN*. (Yulia Uno, Sandra. 2019. *Pemasaran Digital Dalam Membangun Brand awareness (Kasus: Bridestory)*. Skripsi. Bogor: Program Sarjana Sekolah Bisnis Institut Pertanian Bogor.)

3.4 Trend Perkembangan Pasar

Tren perkembangan pasar dapat dikatakan berkembang jika adanya peningkatan dari membership melalui *platform* digital untuk *market buyer* dan adanya peningkatan jumlah vendor yang tergabung dalam *platform* pemesanan vendor digital. Perusahaan juga membuat dua *trend* perkembangan pasar untuk melihat analisis dari segi target pasar *buyer* dan target pasar *seller*.

Dalam menghitung tren perkembangan pasar, PT Utama Event Solution menggunakan rumus *mean growth* atau rata-rata pertumbuhan pasar sebagai berikut:

$$= \frac{\text{present value} - \text{past value}}{\text{past value}} \times 100$$

Hak Cipta :

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





a. Pasar Buyer

PT Utama Event Solution menganalisis tren perkembangan pasar *buyer* berdasarkan *market share* jumlah transaksi dari perusahaan pesaing tahun 2019 hingga tahun 2021.

Pertumbuhan jumlah transaksi pemesanan vendor *event* dalam *e-commerce platform*

$$\text{Tahun 2020} = \frac{10518 - 8468}{8468} \times 100 = 24.21\%$$

$$\text{Tahun 2021} = \frac{18483 - 10518}{10518} \times 100 = 75.73\%$$

$$\text{Mean Growth} = \frac{24.21\% + 75.73\%}{2} = 49.97\%$$

Persentase pertumbuhan rata-rata pertahun dari jumlah transaksi pemesanan vendor event sebesar 49.97%. Perhitungan selanjutnya adalah untuk mengetahui proyeksi jumlah transaksi pemesanan vendor pada *e-commerce platform* tahun 2022 hingga tahun 2025.

$$\text{Proyeksi Tahun 2022} = \frac{49.97}{100} \times 18483 = 9235.60 \text{ (Dibulatkan menjadi 9236)}$$

$$18483 + 9236 = 27719$$

$$\text{Proyeksi Tahun 2023} = \frac{49.97}{100} \times 27719 = 13850.44 \text{ (Dibulatkan menjadi 13851)}$$

$$27719 + 13851 = 41569$$

$$\text{Proyeksi Tahun 2024} = \frac{49.97}{100} \times 41569 = 20771.24 \text{ (Dibulatkan menjadi 20771)}$$

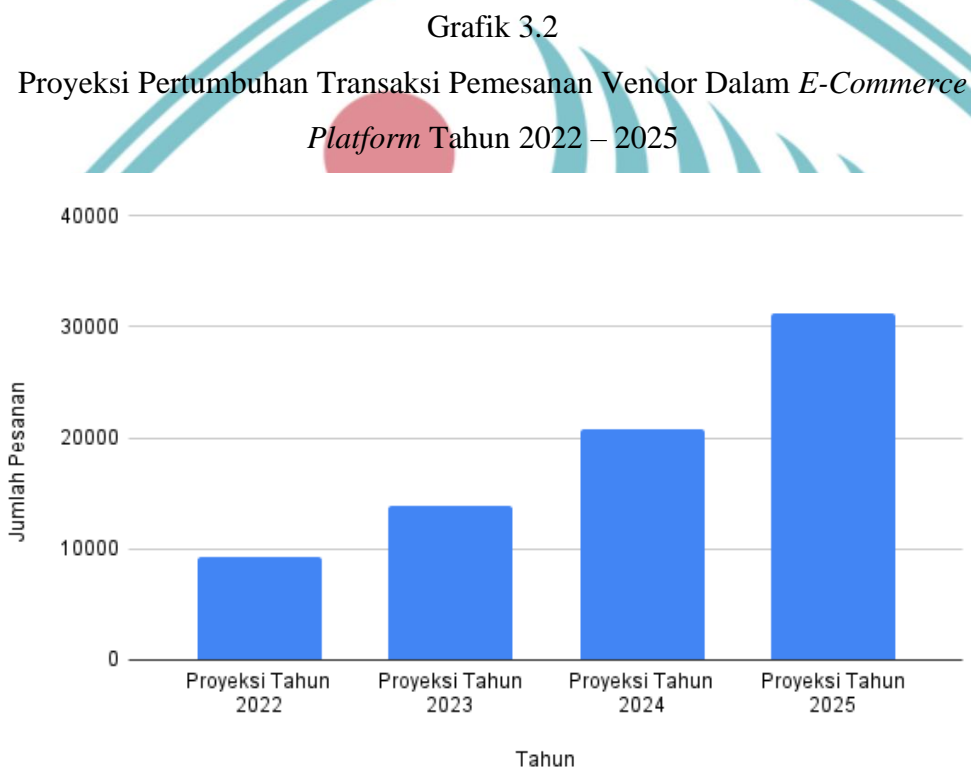
Hak Cipta :

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

$$41569 + 20771 = 62340$$

$$\text{Proyeksi Tahun 2025} = \frac{49.97}{100} \times 62340 = 31150.23 \text{ (Dibulatkan menjadi 31150)}$$

Proyeksi pertumbuhan jumlah transaksi pemesanan vendor pada *e-commerce platform* pada tahun 2022 - 2025 yang dapat dilihat pada Grafik 3.2 di bawah ini:



Sumber: PT Utama Event Solution, tahun 2022

Dari data di atas, proyeksi jumlah pemesanan vendor *event* pada *e-commerce platform* pada tahun 2022 hingga tahun 2025 mengalami pertumbuhan setiap tahunnya.

Perhitungan selanjutnya adalah untuk mengetahui persentase kenaikan jumlah transaksi pada *e-commerce platform* pesaing berdasarkan 3 tahun terakhir:



Hak Cipta :

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



© Hak Cipta 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

$$= \frac{\text{Jumlah tahun 1 hingga tahun 3}}{3}$$

$$\text{Eventori} = \frac{9.25\% + 9.31\% + 10.99\%}{3} = 9.85\%$$

$$\text{Sejasa} = \frac{4.91\% + 6.67\% + 6.51\%}{3} = 6.03\%$$

$$\text{Pestabox} = \frac{3.66\% + 4.23\% + 4.88\%}{3} = 4.26\%$$

$$\text{Bridestory} = \frac{82.18\% + 79.79\% + 77.61\%}{3} = 79.86\%$$

Dari persentase kenaikan jumlah pemesanan vendor *event* yang dilakukan oleh masing-masing pesaing pada tahun yang akan datang Eventori adalah sebesar 9.85%, untuk Sejasa sebesar 6.03%, kemudian untuk Pestabox sebesar 4.26%, dan untuk Bridestory sebesar 79.86%. Perhitungan selanjutnya adalah untuk mengetahui proyeksi jumlah pemesanan vendor di *e-commerce platform* yang dilakukan setiap pesaing pada tahun 2022 – 2025.

Proyeksi jumlah pemesanan vendor *event* pada *e-commerce platform* oleh

Eventori

$$\text{Proyeksi tahun 2022} = \frac{9.85}{100} \times 27719 = 2730$$

$$\text{Proyeksi tahun 2023} = \frac{9.85}{100} \times 41569 = 4094$$

$$\text{Proyeksi tahun 2024} = \frac{9.85}{100} \times 62340 = 6140$$

$$\text{Proyeksi tahun 2025} = \frac{9.85}{100} \times 93491 = 9208$$

Berdasarkan perhitungan di atas, Eventori mendapatkan total jumlah transaksi pemesanan vendor pada tahun 2022 sebanyak 2730, kemudian sebanyak 4094 pada tahun 2023, lalu pada tahun 2024 sebanyak 6140, dan pada tahun 2025 sebanyak 9208 transaksi.

Proyeksi jumlah pemesanan vendor *event* pada *e-commerce platform* Sejasa

$$\text{Proyeksi tahun 2022} = \frac{6.03}{100} \times 27719 = 1673$$

$$\text{Proyeksi tahun 2023} = \frac{6.03}{100} \times 41569 = 2508$$

$$\text{Proyeksi tahun 2024} = \frac{6.03}{100} \times 62340 = 3761$$

$$\text{Proyeksi tahun 2025} = \frac{6.03}{100} \times 93491 = 5641$$

Dari perhitungan di atas, pada tahun 2022, Sejasa mendapatkan sebanyak 1673 jumlah transaksi, lalu bertambah menjadi 2508 transaksi pada tahun 2023. Lalu, pada tahun 2024 jumlah transaksi mencapai 3761 pesanan dan pada tahun 2025 sebanyak 5641 transaksi berhasil dicapai.

Proyeksi jumlah pemesanan vendor *event* pada *e-commerce platform* Pestabox

$$\text{Proyeksi tahun 2022} = \frac{4.26}{100} \times 27719 = 1180$$

$$\text{Proyeksi tahun 2023} = \frac{4.26}{100} \times 41569 = 1770$$

$$\text{Proyeksi tahun 2024} = \frac{4.26}{100} \times 62340 = 2654$$

$$\text{Proyeksi tahun 2025} = \frac{4.26}{100} \times 93491 = 3980$$

Hak Cipta :

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



Pada tahun 2022, jumlah pemesanan vendor pada *e-commerce platform* dari perusahaan pesaing Pestabox mencapai sebanyak 1180. Kemudian pada tahun 2023 mencapai sebanyak 1770 transaksi, pada tahun 2024 mencapai sebanyak 2654 transaksi, dan pada tahun 2025 mencapai sebanyak 3980 transaksi.

Proyeksi jumlah pemesanan vendor *event* pada *e-commerce platform*

Bridestory

$$\text{Proyeksi tahun 2022} = \frac{79.86}{100} \times 27719 = 22136$$

$$\text{Proyeksi tahun 2023} = \frac{79.86}{100} \times 41569 = 33197$$

$$\text{Proyeksi tahun 2024} = \frac{79.86}{100} \times 62340 = 49785$$

$$\text{Proyeksi tahun 2025} = \frac{79.86}{100} \times 93491 = 74661$$

Berdasarkan perhitungan proyeksi jumlah pemesanan vendor *event* pada *e-commerce platform* Bridestory mencapai 22136 transaksi pada tahun 2022, lalu pada tahun 2023 mencapai sebanyak 33197 transaksi, kemudian pada tahun 2024 mencapai sebanyak 49785 transaksi, dan pada tahun 2025 diproyeksikan mencapai 74661 transaksi.

Dari data proyeksi jumlah transaksi dalam *e-commerce platform* pesaing, perkiraan jumlah transaksi pada tahun 2022 hingga tahun 2025 dapat dilihat pada Tabel 3.7 di bawah ini:



Hak Cipta :

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

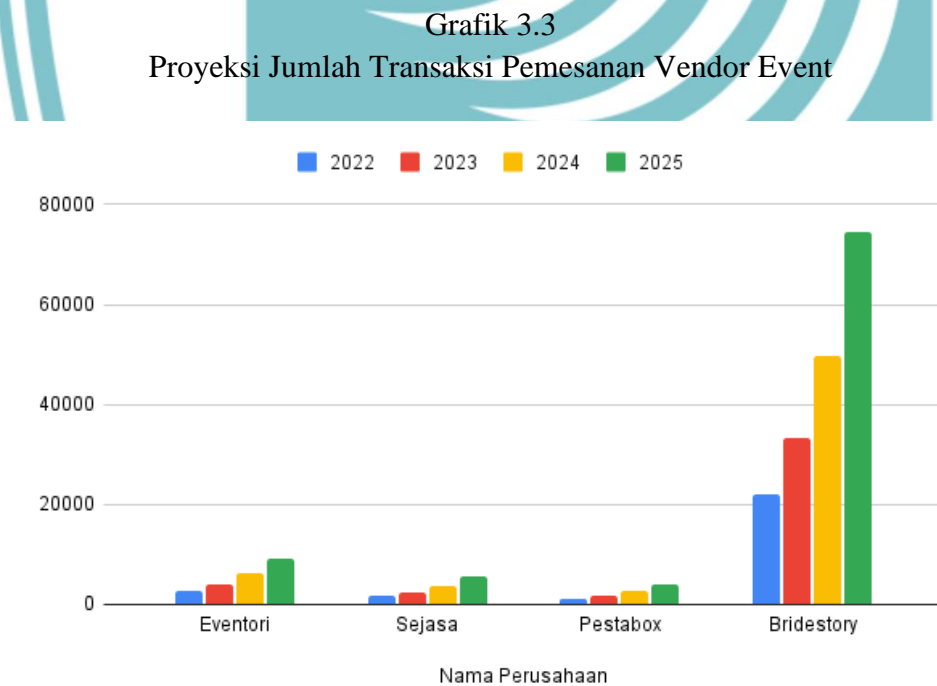
Tabel 3.7

Perkiraan Jumlah Transaksi Pemesanan Vendor oleh Pesaing Tahun 2022 – 2025

Nama Perusahaan	Tahun							
	2022		2023		2024		2025	
	TO	%	TO	%	TO	%	TO	%
Eventori	2730.13	9.85%	4094.32	9.85%	6140.17	9.85%	9208.29	9.85%
Sejasa	1672.45	6.03%	2508.13	6.03%	3761.40	6.03%	5640.90	6.03%
Pestabox	1180.06	4.26%	1769.71	4.26%	2654.00	4.26%	3980.15	4.26%
Bridestory	22135.97	79.86%	33196.88	79.86%	49784.71	79.86%	74661.16	79.86%
Total	27718.60	100%	41569.04	100%	62340.28	100%	93490.50	100%

Sumber: PT Utama Event Solution, tahun 2022

Berikut merupakan grafik proyeksi jumlah transaksi pemesanan vendor event yang tersaji pada Grafik 3.3 di bawah ini:



Sumber: PT Utama Event Solution, tahun 2022

Hak Cipta :

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

b. Pasar Seller

Tren perkembangan pasar ini dapat dilihat dari jumlah vendor acara yang terdaftar dalam *platform* pemesanan vendor *online* milik perusahaan pesaing pertahunnya pada tahun 2019 hingga tahun 2021.

Pertumbuhan jumlah vendor terdaftar pada e-commerce platform

$$\text{Tahun 2020} = \frac{838 - 703}{703} \times 100\% = 19.20\%$$

$$\text{Tahun 2021} = \frac{1252 - 838}{838} \times 100\% = 49.40\%$$

$$\text{Mean Growth} = \frac{19.20\% + 49.97\%}{2} = 34.30\%$$

Persentase pertumbuhan rata-rata jumlah vendor yang terdaftar di e-commerce platform pemesanan vendor sebesar 34.30%. Perhitungan selanjutnya adalah proyeksi jumlah vendor terdaftar dalam e-commerce platform tahun 2022 hingga tahun 2025.

$$\text{Proyeksi Tahun 2022} = \frac{34.30}{100} \times 1252 = 429.48 \text{ (Dibulatkan menjadi 430)}$$

$$1252 + 430 = 1682$$

$$\text{Proyeksi Tahun 2023} = \frac{34.30}{100} \times 1682 = 576.80 \text{ (Dibulatkan menjadi 577)}$$

$$1682 + 577 = 2258$$

$$\text{Proyeksi Tahun 2024} = \frac{34.30}{100} \times 2258 = 774.67 \text{ (Dibulatkan menjadi 775)}$$

$$2258 + 775 = 3033$$

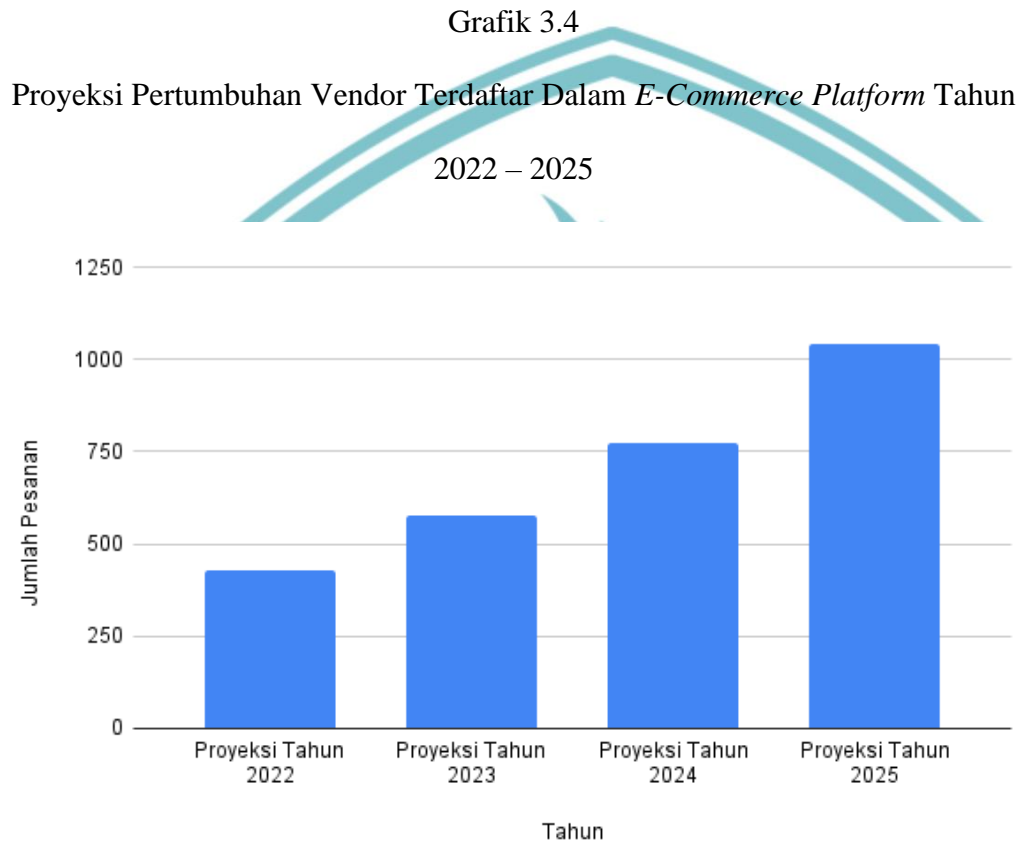
$$\text{Proyeksi Tahun 2025} = \frac{34.30}{100} \times 3033 = 1040.40 \text{ (Dibulatkan menjadi 1040)}$$

Hak Cipta :

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



Berikut adalah proyeksi pertumbuhan jumlah vendor yang tergabung dalam *e-commerce platform* pada tahun 2022 hingga tahun 2025 yang dapat dilihat pada Grafik 3.4 di bawah ini:



Sumber: PT Utama Event Solution, tahun 2022

Perhitungan selanjutnya adalah untuk mengetahui persentase jumlah vendor yang tergabung dalam *e-commerce platform* pada perusahaan pesaing berdasarkan 3 tahun terakhir:

$$= \frac{\text{Jumlah tahun 1 hingga tahun 3}}{3}$$

$$\text{Eventori} = \frac{9.25\% + 9.07\% + 12.30\%}{3} = 10.21\%$$

$$\text{Sejasa} = \frac{4.98\% + 5.85\% + 7.19\%}{3} = 6.00\%$$



Hak Cipta :

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

$$\text{Pestabox} = \frac{3.98\% + 4.06\% + 5.19\%}{3} = 4.41\%$$

$$\text{Bridestory} = \frac{81.79\% + 81.03\% + 75.32\%}{3} = 79.38\%$$

Dapat diketahui bahwa persentase kenaikan jumlah vendor terdaftar dalam setiap perusahaan pesaing di tahun-tahun yang akan datang adalah, untuk Eventori sebesar 10.21%, Sejasa sebesar 6%, Pestabox sebesar 4.41%, dan Bridestory sebesar 79.38%. Perhitungan selanjutnya adalah untuk mengetahui proyeksi jumlah vendor terdaftar dalam *e-commerce platform* perusahaan pesaing dalam kurun waktu 2022 - 2025.

Proyeksi jumlah vendor terdaftar dalam *e-commerce platform* Eventori

$$\text{Proyeksi tahun 2022} = \frac{10.21}{100} \times 1682 = 172$$

$$\text{Proyeksi tahun 2023} = \frac{10.21}{100} \times 2258 = 231$$

$$\text{Proyeksi tahun 2024} = \frac{10.21}{100} \times 3033 = 310$$

$$\text{Proyeksi tahun 2025} = \frac{10.21}{100} \times 4073 = 416$$

Dari perhitungan di atas, Eventori mendapatkan jumlah vendor terdaftar dalam platformnya sebanyak 172 vendor pada tahun 2022, lalu naik sebanyak 231 pada tahun 2023. Pada tahun 2024, sebanyak 310 vendor terdaftar dalam *e-commerce platform* Eventori, lalu terdapat sebanyak 416 vendor yang terdaftar.

Proyeksi jumlah vendor terdaftar dalam *e-commerce platform* Sejasa

$$\text{Proyeksi tahun 2022} = \frac{6}{100} \times 1682 = 101$$

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



© 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

$$\text{Proyeksi tahun 2023} = \frac{6}{100} \times 2258 = 136$$

$$\text{Proyeksi tahun 2024} = \frac{6}{100} \times 3033 = 182$$

$$\text{Proyeksi tahun 2025} = \frac{6}{100} \times 4073 = 245$$

Dari perhitungan di atas, sebanyak 101 vendor *event* terdaftar dalam *e-commerce platform* perusahaan pesaing yaitu Sejasa pada tahun 2022. Lalu pada tahun 2023 sebanyak 136 vendor terdaftar, kemudian pada tahun 2024 sebanyak 182 vendor terdaftar, dan pada tahun 2025 meningkat menjadi sebanyak 245 vendor terdaftar.

Proyeksi jumlah vendor terdaftar dalam *e-commerce platform* Pestabox

$$\text{Proyeksi tahun 2022} = \frac{74.16}{100} \times 1682 = 74$$

$$\text{Proyeksi tahun 2023} = \frac{74.16}{100} \times 2258 = 100$$

$$\text{Proyeksi tahun 2024} = \frac{74.16}{100} \times 3033 = 134$$

$$\text{Proyeksi tahun 2025} = \frac{74.16}{100} \times 4073 = 180$$

Berdasarkan perhitungan di atas, Pestabox mendapatkan total jumlah vendor terdaftar dalam *e-commerce platform* penyewaan vendor *event* sebanyak 74 vendor pada tahun 2022, lalu pada tahun 2023 sebanyak 100 vendor, kemudian pada tahun 2024 sebanyak 134 vendor, dan pada tahun 2025 sebanyak 180 vendor terdaftar dalam Pestabox.

Proyeksi jumlah vendor terdaftar dalam *e-commerce platform* Bridestory

$$\text{Proyeksi tahun 2022} = \frac{79.38}{100} \times 1682 = 1335$$

$$\text{Proyeksi tahun 2023} = \frac{79.38}{100} \times 2258 = 1793$$

$$\text{Proyeksi tahun 2024} = \frac{79.38}{100} \times 3033 = 2408$$

$$\text{Proyeksi tahun 2025} = \frac{79.38}{100} \times 4073 = 3233$$

Berdasarkan perhitungan di atas, Bridestory memiliki 1335 vendor terdaftar, lalu meningkat sebanyak 1793 vendor terdaftar, kemudian pada tahun 2024 sebanyak 2408 vendor terdaftar, dan pada tahun 2025 sebanyak 3233 vendor terdaftar.

Data perkiraan jumlah vendor yang terdaftar dalam *e-commerce platform* milik pesaing pada tahun 2022 - 2025 dapat dilihat pada tabel 3.8 di bawah ini:

Tabel 3.8

Perkiraan Jumlah Vendor Terdaftar Dalam *E-Commerce Platform* Pesaing Tahun 2022 – 2025

Nama Perusahaan	Tahun							
	2022		2023		2024		2025	
	TO	%	TO	%	TO	%	TO	%
Eventori	171.60	10.21%	230.46	10.21%	309.52	10.21%	415.69	10.21%
Sejasa	100.97	6.00%	135.61	6.00%	182.12	6.00%	244.60	6.00%
Pestabox	74.16	4.41%	99.60	4.41%	133.77	4.41%	179.66	4.41%
Bridestory	1334.75	79.38%	1792.61	79.38%	2407.54	79.38%	3233.40	79.38%
Total	1681.48	100%	2258.28	100%	3032.95	100%	4073.35	100%

Sumber: PT Utama Event Solution, tahun 2022



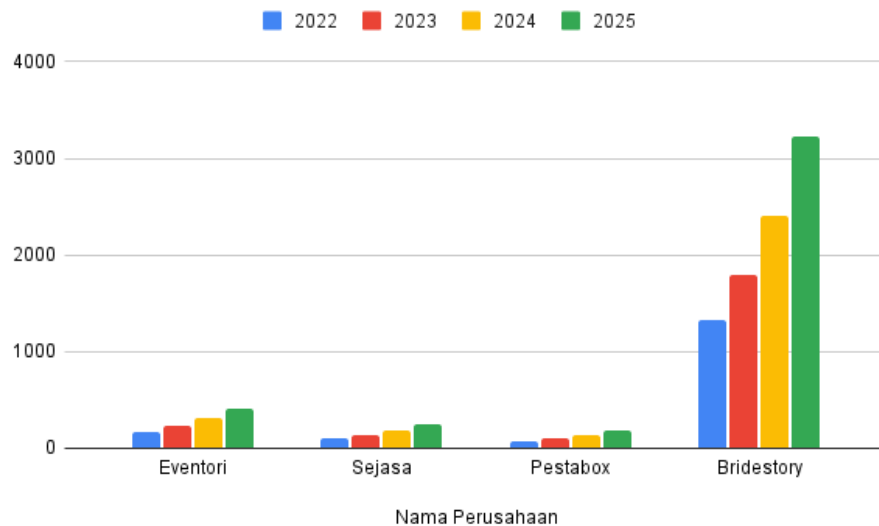
Hak Cipta :

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

Grafik proyeksi jumlah vendor *event* terdaftar dalam *e-commerce platform* dapat dilihat pada Grafik 3.5 di bawah ini:

Grafik 3.5

Proyeksi Jumlah Vendor *Event* Terdaftar Dalam *E-Commerce Platform*



Sumber: PT Utama Event Solution, tahun 2022

3.4 Proyeksi Penjualan

Proyeksi penjualan digunakan untuk menghitung penjualan selama tiga tahun mendatang dengan menggunakan persentase yang telah dihitung pada tren perkembangan pasar sebelumnya.

3.4.1 Proyeksi Penjualan Produk Utama

Pada perhitungan penjualan produk utama ini, PT Utama Event Solution akan meluncurkan produk utama dalam *e-commerce platform* milik perusahaan yaitu berupa *membership seller* dan *membership buyer*. Produk ini akan dimulai



Hak Cipta :

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

penjualannya pada tahun 2023 dikarenakan proses *development* dari *platform* yang membutuhkan waktu dalam setiap prosesnya.

Pasar *Seller*

Untuk pasar *seller*, PT Hutama Event Solution menargetkan penjualan *membership* untuk penjualan vendor dalam *e-commerce platform* milik perusahaan. Pada tahun 2022, perusahaan belum ada proyeksi penjualan dikarenakan masih dalam tahap pengembangan *platform*.

Pada tahun 2023 dan 2024, penjualan dari *membership seller* akan diproyeksi sebesar 5% dari pangsa pasar dan pada tahun 2025 mengambil pangsa pasar sebesar 6%. Proyeksi penjualan produk utama untuk pangsa pasar *seller* pada tahun 2023 – 2025 dapat dilihat pada Tabel 3.9 di bawah ini:

Tabel 3.9

Proyeksi Penjualan Produk Utama *Membership Seller* Tahun 2023 – 2025

Nama Perusahaan	Tahun							
	2022		2023		2024		2025	
	TO	%	TO	%	TO	%	TO	%
Findor (PT Hutama Event Solution)	0	0%	113	5%	152	5%	244	6%

Sumber: PT Hutama Event Solution, tahun 2022

Dari data di atas dapat dilihat bahwa total target penjualan produk utama untuk *membership seller* pada tahun 2023 sebanyak 113 *membership seller* yang merupakan gabungan dari *membership seller* regular dan *membership seller premium*. Lalu pada tahun 2024 sebanyak 152 *membership seller*, dan pada tahun 2025 mengalami peningkatan menjadi sebanyak 244 *membership seller*.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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 *market share* jumlah vendor *event* terdaftar pada *e-commerce platform*

Findor dan perusahaan pesaing tahun 2022 – 2025 dapat dilihat pada Tabel 3.10 di bawah ini:

Tabel 3.10

Market Share Transaksi Penyewaan Vendor *Event* Tahun 2022 -2025

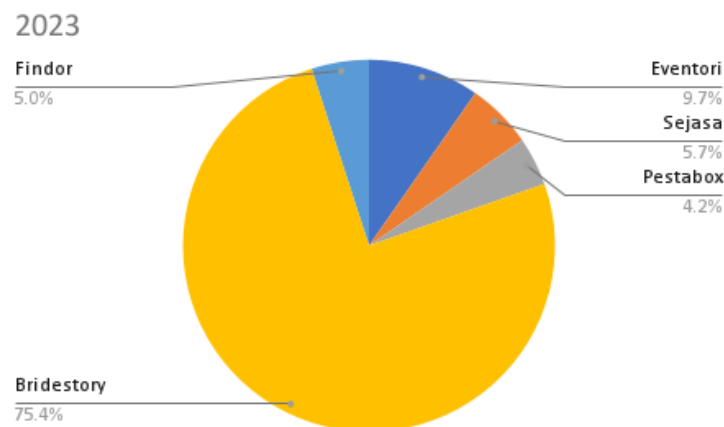
Nama Perusahaan	Tahun							
	2022		2023		2024		2025	
	TO	%	TO	%	TO	%	TO	%
Eventori	171.60	10.21%	218.94	9.69%	294.04	9.69%	390.75	9.59%
Sejasa	100.97	6.00%	128.83	5.70%	173.02	5.70%	229.92	5.64%
Pestabox	74.16	4.41%	94.62	4.19%	127.08	4.19%	168.88	4.15%
Bridestory	1334.75	79.38%	1702.98	75.41%	2287.16	75.41%	3039.40	74.62%
Findor (PT Utama Event Solution)	0	0.00%	112.91	5.00%	151.65	5.00%	244.40	6.00%
Total	1681.48	100%	2258.28	100%	3032.95	100%	4073.35	100%

Sumber: PT Utama Event Solution, tahun 2022

Berdasarkan tabel di atas, *pie chart* proyeksi jumlah vendor *event* terdaftar di Findor dan perusahaan pesaing pada tahun 2023 - 2025 dapat dilihat pada Diagram 3.9 , Diagram 3.10 , dan Diagram 3.11 di bawah ini:

Diagram 3.9

Pie Chart Hasil Proyeksi Jumlah Vendor *Event* Terdaftar Tahun 2023



Hak Cipta :

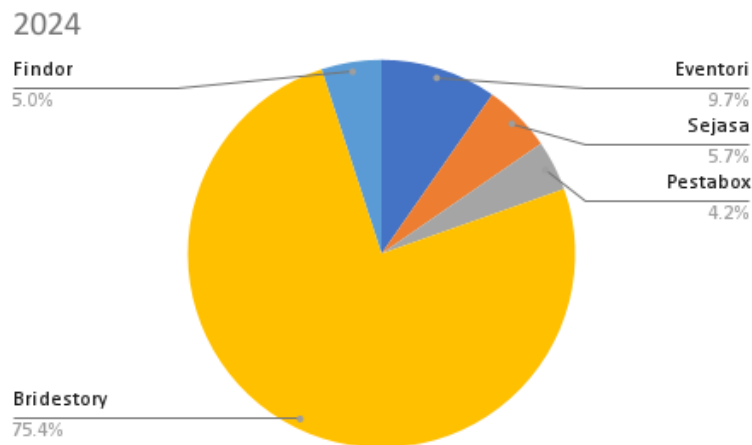
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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



Sumber: PT Utama Event Solution, tahun 2022

Diagram 3.10

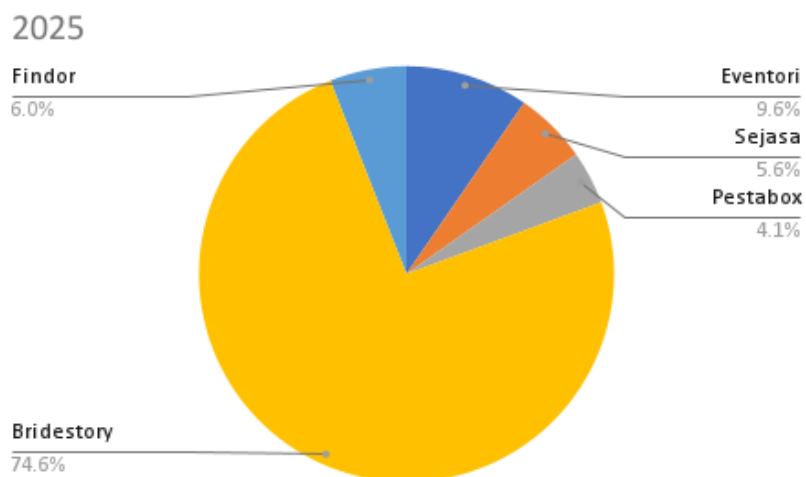
Pie Chart Hasil Proyeksi Jumlah Vendor Event Terdaftar Tahun 2024



Sumber: PT Utama Event Solution, tahun 2022

Diagram 3.11

Pie Chart Hasil Proyeksi Jumlah Vendor Event Terdaftar Tahun 2025



Sumber: PT Utama Event Solution, tahun 2022

Hak Cipta :

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



Hak Cipta :

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

Pasar Buyer

Untuk pasar *buyer*, PT Utama Event Solution menargetkan jumlah transaksi dan jumlah *membership buyer* pada *e-commerce platform* Findor. Perusahaan memproyeksikan dua variabel dari pasar *buyer* yaitu jumlah transaksi pertahun dan jumlah *membership buyer* terdaftar. Pada tahun 2022, perusahaan belum menargetkan penjualan dari produk manapun dikarenakan masih dalam tahap pengembangan *platform* “Findor”.

Untuk proyeksi jumlah transaksi pemesanan vendor, pada tahun 2023, perusahaan memproyeksikan mengambil peluang sebesar 3% dari pangsa pasar, lalu naik sebanyak 1% setiap tahunnya menjadi 4% di tahun 2024 dan 5% di tahun 2025. Keputusan untuk menaikkan persenan peluang setiap tahunnya sebanyak 1% adalah semakin lama Findor akan semakin dikenal dan memasuki tahap marketing funnel yang lebih dalam.

Proyeksi jumlah transaksi di *platform* Findor dalam kurun waktu 2023 – 2025 dapat dilihat pada Tabel 3.11 di bawah ini:

Tabel 3.11

Proyeksi Jumlah Transaksi Findor Tahun 2023 – 2025

Nama Perusahaan	Tahun							
	2022		2023		2024		2025	
	TO	%	TO	%	TO	%	TO	%
Findor (PT Utama Event Solution)	0	0%	1247	3%	2494	4%	4675	5%

Sumber: PT Utama Event Solution, tahun 2022

Dari data di atas dapat dilihat bahwa perusahaan memproyeksikan jumlah transaksi pada tahun 2023 sebanyak 1247 transaksi dilakukan, lalu pada tahun 2024

sebanyak 2494 transaksi, dan pada tahun 2025 sebanyak 4675 transaksi. Dari keseluruhan transaksi, perusahaan memproyeksikan 10% dari *user* yang melakukan transaksi akan melanjutkan paket ke *membership buyer*.

Jumlah proyeksi untuk produk utama *membership buyer* tahun 2023 – 2025 yang diambil dari jumlah transaksi penyewaan vendor setiap tahun dapat dilihat pada Tabel 3.12 di bawah ini:

Tabel 3.12
Proyeksi Produk Utama *Membership Buyer* Tahun 2023 – 2025

Nama Perusahaan	Tahun 2023		Tahun 2024		Tahun 2025	
	TO	10%	TO	10%	TO	10%
Findor (PT Utama Event Solution)	1247	125	2494	249	4675	468

Sumber: PT Utama Event Solution, tahun 2022

Dari total transaksi tahun 2023, 10% dari total adalah proyeksi *membership buyer* yaitu sebanyak 125 *membership*. Lalu untuk tahun 2024, dari total transaksi, 10% dari total transaksi adalah 249 *membership buyer*, dan pada tahun 2025 diproyeksi sebanyak 468 *membership seller*.

Perusahaan menargetkan untuk adanya *membership buyer* dikarenakan banyak penyelenggara *event* yang membutuhkan konsultasi untuk setiap *event* yang dibuat, dengan keunggulan produk serta benefit yang ditawarkan oleh Findor, *buyer* akan tertarik dengan produk *membership* yang ada.

Berdasarkan Tabel 3.11 berikut adalah *pie chart* dari proyeksi jumlah transaksi penyewaan vendor tahun 2023 – 2025 yang terdapat dalam Diagram 3.12 dan Diagram 3.13.

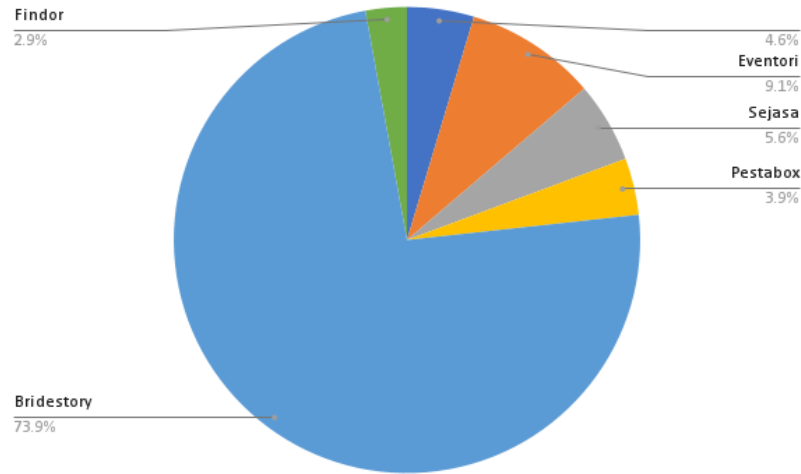


Hak Cipta :

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

Diagram 3.12

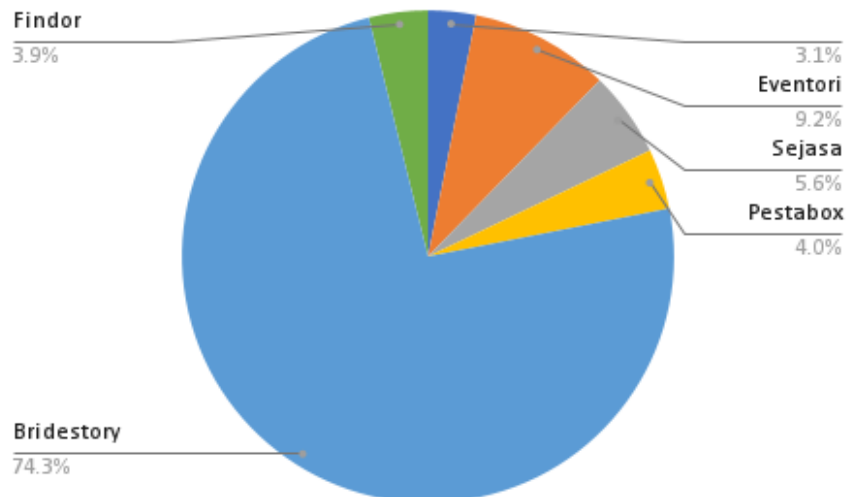
Pie Chart Hasil Proyeksi Jumlah Transaksi Penyewaan Vendor Tahun 2023



Sumber: PT Utama Event Solution, tahun 2022

Diagram 3.13

Pie Chart Hasil Proyeksi Jumlah Transaksi Penyewaan Vendor Tahun 2024



Sumber: PT Utama Event Solution, tahun 2022



Hak Cipta :

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



Hak Cipta :

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

3.5 Strategi Pemasaran

Dalam upaya mewujudkan tujuan perusahaan, PT Utama *Event Solution* memiliki beberapa strategi pemasaran yang dapat dilakukan dalam proses promosi STP (*Segmentation, targeting, dan positioning*) dan juga *marketing plan 7P* (*product, price, promotion, place, people, process, dan physical evidence*).

Dalam strategi pemasaran STP (*Segmentation, targeting, dan positioning*) meliputi:

1. *Segmentation*

a. *Seller Segmentation*

1) Demografis

Pada segmentasi ini PT Utama *Event Solution* melakukan pengelompokan berdasarkan usia, tingkat pendidikan, dan latar belakang pekerjaan. Industri yang diambil dari segmentasi ini adalah vendor *event* yang sudah berdiri lebih dari >2 tahun dan minimal telah menangani sebanyak > 10 *event offline, online, maupun hybrid*.

2) Geografis

Pada segmentasi ini, pasar ditentukan berdasarkan daerah yang dianggap potensial dan menguntungkan untuk dijadikan target operasi perusahaan, segmentasi geografis target *seller* dalam web-aplikasi Findor dari PT Utama *Event Solution* yaitu vendor *event* di wilayah Jabodetabek (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi).

3) Psikografis

Pada segmentasi ini, pasar ditentukan berdasarkan psikografis yaitu pengusaha penyewaan alat-alat kebutuhan *event* yang ingin meningkatkan penjualan atau intensitas penyewaan barangnya.

**Hak Cipta :**

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

b. *Buyer Segmentation*

PT Utama *Event Solution* telah melakukan pemetaan pasar berdasarkan kategori usaha yang dijalankan dengan klasifikasi segmentasi dari pasar buyer, yaitu berdasarkan:

1) **Demografis**

Pada segmentasi ini pasar PT Utama *Event Solution* dibagi dengan dasar pembagian usia, tingkat pendidikan, dan latar belakang pekerjaan. Industri yang diambil dari segmentasi ini adalah:

1. Perusahaan *event organizer*
2. Mahasiswa
3. Instansi pemerintahan
4. Perusahaan swasta
5. Asosiasi
6. Komunitas

2) **Geografis**

Pada segmentasi ini, pasar *buyer* ditentukan berdasarkan daerah yang dianggap potensial dan menguntungkan untuk dijadikan target operasi perusahaan, segmentasi geografis dari PT Utama *Event Solution*, yaitu wilayah Jabodetabek (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi)

3) **Behavior**

Segmentasi perilaku yaitu membagi kelompok-kelompok pembeli berdasarkan pada pengetahuan, sikap atau reaksi mereka terhadap suatu produk. PT Utama *Event Solution* menargetkan bahwa orang-orang yang bekerja dalam industri *event* atau orang-orang yang ingin menyelenggarakan *event*, dan ingin

mengadakan *event* yang sukses dengan memasan kebutuhan acaranya dengan praktis dan efisien.

4) Kelas Sosial

Pada segmentasi ini, *buyer* yang ditargetkan dikategorikan dari berbagai kelompok kelas sosial, mulai dari kelas sosial bawah hingga atas. Hal ini dikarenakan tersedianya berbagai pilihan vendor dengan harga dan kualitas yang berbeda-beda serta pilihan produk yang kami jual dalam *platform* ini memiliki beraneka ragam harga.

2. Targeting

a. Targeting Seller

PT Utama *Event Solution* membuat target untuk konsumen dari pasar *seller* yang akan dituju oleh perusahaan yaitu vendor penyedia kebutuhan acara yang memiliki barang-barang kebutuhan *event* dari berbagai kategori seperti *lighting*, *soundsystem*, *stage*, hingga HT. Target vendor merupakan vendor yang berdomisili di wilayah Jabodetabek dan ingin menaikkan penjualan dan memasarkan usahanya menggunakan *platform* digital.

b. Targeting Buyer

PT Utama *Event Solution* telah membuat menargetkan kelompok konsumen yang akan dituju yaitu instansi pemerintah, perusahaan swasta, asosiasi, komunitas, perusahaan *event organizer*, atau mahasiswa/I MICE atau lainnya yang berada di wilayah Jabodetabek yang mengadakan *event offline* dan memerlukan kemudahan untuk memasan vendor kebutuhan acara dalam satu *platform*.



Hak Cipta :

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



© 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

3. *Positioning*

Positioning adalah penjelasan posisi produk atau jasa kepada konsumen. Apa perbedaan produk atau jasa yang dimiliki PT Utama *Event Solution* dibandingkan dengan kompetitor dan apa saja keunggulannya. PT Utama *Event Solution* memiliki *platform* digital yang berfokus dalam pemesanan vendor keperluan *event* dalam satu pencarian untuk memudahkan konsumen dalam melakukan pemesanan.

3.6.1 *Products*

Produk adalah salah satu komponen penting yang harus dibuat oleh perusahaan untuk menjadi sesuatu yang diberikan kepada konsumen. Produk utama yang ditawarkan oleh PT Utama *Event Solution* adalah paket *membership* untuk penyedia vendor untuk kebutuhan *event* untuk berbagai kategori, seperti: *sound system, lighting, live streaming, multimedia, dan alat pesta.*

Paket *membership* untuk *seller* akan dibagi ke dalam beberapa perbedaan yaitu *membership regular dan membership premium* dengan benefit gratis biaya langganan untuk 15 transaksi pertama, perbedaan maksimal kategori produk dan jumlah *listing* produk yang lebih banyak, mendapatkan *free* tampilan iklan di *home banner platform* selama enam bulan, mendapatkan 4x slot iklan di sosial media Findor, dan dapat mengakses data statistik *platform*.

Sedangkan produk yang ditawarkan untuk konsumen yang sedang mencari vendor yang tepat untuk kebutuhan *event*-nya adalah paket *membership* dengan perbedaan periode paket yang akan berjalan yaitu satu bulan, tiga bulan, dan satu tahun dengan benefit mendapatkan kesempatan *unlimited* untuk pemesanan vendor

dalam periode sesuai dengan *membership* serta mendapat slot untuk mengakses chat untuk konsultasi sebanyak maksimal tiga kali konsultasi dalam sebulan.

Selain itu, dalam *platform* ini juga *memberikan* paket *add-ons* kepada *seller* dan *buyer*. Untuk *seller*, yaitu paket iklan di sosial media Findor dan paket iklan di *platform* Findor. Sedangkan paket *add-ons* khusus *buyer* adalah paket konsultasi tambahan yang akan dilakukan lewat Whatsapp atau Zoom Meeting. Paket *add-ons* ini diadakan untuk mendukung *platform* Findor dalam mempertemukan vendor dengan orang-orang yang sedang membutuhkan vendor sehingga kedua belah pihak dapat diuntungkan.

Platform Findor ini dirancang untuk memudahkan para pencari vendor untuk menemukan vendor terpercaya dengan praktis dan efisien serta untuk meningkatkan penjualan vendor melalui ranah industri digital. *Platform* Findor ini memberikan kenyamanan dan keamanan dalam bertransaksi.

3.6.2 Price

Penentuan harga penjualan produk adalah salah satu hal yang sangat krusial untuk perusahaan dikarenakan harus disesuaikan dengan apa saja yang akan didapatkan oleh konsumen saat membeli produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Harga produk yang dihasilkan oleh perusahaan harus dilihat juga berdasarkan harga pasar serta kelas sosial dan ekonomi dari *target market* produk.

Sebagai perusahaan penyedia *platform* melalui media *online* yaitu website berbasis aplikasi yang dapat diakses melalui *internet*, perusahaan menggunakan perhitungan *cost of production* untuk menghitung beban pokok produksi dari paket *membership* dan paket *add-ons* untuk *seller* dan *buyer*. Setelah menentukan *cost of*



Hak Cipta :

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

production, perusahaan menggunakan metode *value based pricing* untuk menentukan harga jual produk.

Dikarenakan perusahaan menawarkan kemudahan dan keamanan dalam pemesanan vendor untuk kebutuhan *event* sehingga dapat menguntungkan *seller* dikarenakan dapat menaikkan penjualan, tersedia media promosi secara *online*, dan membuka pasar lebih luas lagi. Dinilai menguntungkan *buyer* karena dapat memudahkan pencarian vendor untuk kebutuhan *event* klien, transaksi aman, dan dapat memesan berbagai jenis produk atau kategori dalam satu kali transaksi.

Dengan begitu, perusahaan dengan mempertimbangkan *value* yang bisa didapat oleh konsumen memutuskan untuk menetapkan profit margin sebesar 20% dari beban pokok produksi paket *membership*. Dengan mempertimbangkan *value* dan *benefit* yang bisa didapat oleh konsumen, dengan *platform* pemesanan vendor untuk kebutuhan *event* yang terus dikembangkan ini yakin mampu untuk bersaing di pasar industri. Daftar harga jual produk utama dapat dilihat pada Tabel 3.13 di bawah ini:

Tabel 3.13

Harga Jual Produk

No.	Nama Produk	Harga Produk
1	<i>Membership Premium (Seller)</i>	Rp1,399,000
2	<i>Membership Regular (Seller)</i>	Rp1,099,000
3	<i>Membership Regular (Buyer)</i>	Rp199,000

Sumber: PT Utama Event Solution, tahun 2022

Harga produk yang ditawarkan adalah harga *membership* untuk satu tahun dengan berbagai benefit dan fitur yang terdapat dalam *platform* Findor.



Hak Cipta :

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

3.6.3 Promotions

Aktivitas promosi merupakan salah satu aspek krusial dalam menjalankan suatu bisnis. Promosi merupakan salah satu strategi pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan untuk menyebarluaskan informasi mengenai produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada pihak konsumen.

Promosi akan dibagi berdasarkan hasil analisa strategi promosi yang tepat pada setiap tahunnya yang akan dilakukan oleh. Berikut adalah beberapa strategi promosi yang dilakukan oleh perusahaan:

a. *Search Engine Optimization (SEO)*

SEO adalah salah satu teknik promosi dengan cara memanfaatkan pengoptimalan mesin pencarian agar website yang sudah kita buat berada di peringkat pencarian paling atas atau halaman pertama (*first page*) dalam sebuah halaman mesin pencari (Halilintar & Ariyus, 2018).

SEO mempunyai peranan penting dalam strategi pemasaran bisnis yang dilakukan secara *online* terutama untuk bisnis yang memiliki produk website, melalui konten yang sudah dioptimalisasi dengan teknik SEO itu akan memudahkan suatu produk untuk dijangkau dan menjangkau konsumen.

Strategi pemasaran melalui SEO ini juga membuat target audiens lebih terarah dan audiens menjadi lebih potensial sehingga biaya yang dikeluarkan untuk teknik ini akan lebih optimal dan sesuai dengan yang didapat dari strategi pemasaran ini.

Perusahaan kami menilai bahwa strategi SEO adalah salah satu aktivitas promosi yang tepat untuk *platform* Findor, karena Findor merupakan *platform*



Hak Cipta :

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

website berbasis aplikasi yang diakses di *internet*, dengan menggunakan SEO dengan mengetikkan kata kunci (*keyword*) di mesin pencarian Google maka website akan muncul, hal ini dapat meningkatkan *traffic* pengunjung ke dalam *website*.

PT Utama *Event Solution* memproyeksikan penggunaan SEO sebagai strategi promosi yang akan dilakukan pada akhir tahun kedua (2023) dan tahun ketiga (2024) dengan tujuan untuk meningkatkan *brand awareness* dari *web-based-app* Findor. Promosi ini digunakan untuk target pasar *buyer* dan *seller*.

b. **Pay Per Click (PPC)**

Pay Per Click (PPC) merupakan salah satu metode pemasaran secara digital dimana jika mengiklankan sesuatu, maka pengiklan harus membayarkan setiap kali iklan yang ditayangkan di klik oleh pengguna. Setiap kali iklan di klik oleh pengguna, maka *link* tersebut akan langsung mengarah ke *landing page* website yang dituju, pada saat inilah pengiklan akan dikenakan biaya dari metode PPC.

PPC merupakan salah satu metode tercepat untuk membawa *visitor* organik ke dalam website. Perusahaan menggunakan beberapa jenis PPC yaitu iklan pencarian, iklan pencarian lokal, iklan bergambar, dan pemasaran lokal. Iklan PPC ini dapat muncul di halaman website, *platform* sosial media, dan aplikasi *smartphone*. Hal yang dilakukan perusahaan sebelum melakukan strategi promosi *Pay Per Click* (PPC) adalah meneliti kata kunci (*keyword*) yang tepat dan sesuai dan menyiapkan *landing page* di *platform* Findor yang telah dioptimalkan.

Pay Per Click (PPC) dapat digunakan di Google maupun sosial media ads seperti Instagram Ads atau Facebook Ads. Perusahaan memproyeksi untuk



Hak Cipta :

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

menggunakan PPC pada akhir tahun kedua (2023) dan tahun 2024. Promosi ini digunakan untuk target pasar *buyer*.

Kedua strategi promosi di atas merupakan kombinasi promosi digital *marketing* yang efektif jika dijalankan berbarengan untuk meningkatkan *brand awareness* sekaligus *conversion*. Promosi tersebut didukung oleh beberapa *tools* lain seperti:

1. Google analytics

Berguna untuk *tracking data* analisis *website* yang meliputi *traffic*, kurs, *conversion*, demografi pengunjung, dan melihat performa konten.

2. Google Search Console

Digunakan oleh pemilik website dan pengguna SEO untuk mendapatkan data berbagai hal mengenai website (*data performance website*).

3. Ubersuggest

Dapat digunakan untuk melihat statistik domain, menganalisa kompetitor dengan cara mengamati performa *keyword* SEO para kompetitor, melakukan riset *keyword* yang optimal untuk website perusahaan, memperoleh *data backlink* yang diperoleh oleh website perusahaan sendiri maupun perusahaan kompetitor, dan mendapat inspirasi konten

4. Google Trends

Bertujuan untuk melihat hal-hal yang sedang menjadi tren di pencarian google dalam sebuah demografi

5. Google My Business



Hak Cipta :

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

Untuk mendaftarkan bisnis perusahaan di Google agar memudahkan masyarakat untuk melihat informasi lebih banyak mengenai perusahaan.

c. **Whatsapp Marketing**

Whatsapp merupakan salah satu aplikasi berkirim pesan yang memiliki *user* sebanyak 2 miliar pengguna aktif secara global dan menjadi aplikasi perpesanan paling tinggi di dunia. Whatsapp memungkinkan untuk melakukan pertukaran pesan, melakukan panggilan suara, melakukan panggilan video, mengirimkan media seperti foto, dokumen, dan video serta membagikan *story* yang dapat dilihat oleh pengguna Whatsapp lainnya.

Saat ini pun, Whatsapp telah memiliki *extension* berupa Whatsapp *Business* yang memang ditujukan untuk para pebisnis dalam mempromosikan produknya. Melakukan Whatsapp *Marketing* merupakan hal yang *tricky*, oleh karena itu perusahaan harus mempersiapkan dengan matang sebelum melakukan strategi ini. Langkah pertama yang harus dilakukan adalah membuat *database* mengenai orang, kelompok, atau perusahaan yang merupakan *target market* dari produk perusahaan. Langkah kedua yaitu menyusun materi (*wording*) yang tepat untuk dikirim kepada *target market*, rangkaian kata dan kalimat tersebut harus mengandung unsur promosi dan menarik *customer* sehingga strategi *marketing* ini dapat berjalan secara produktif.

Promosi ini akan dilakukan pada tiga bulan terakhir tahun pertama (2022) dan tahun kedua (2023) yang ditujukan untuk target pasar *seller*.



Hak Cipta :

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

d. *Email Marketing*

Pada era modernisasi seperti sekarang ini, hampir semua orang sudah memiliki *email*. *Email* adalah *electronic mail* yang melalui *email*, pengguna dapat mengirimkan berita, informasi, surat menyurat, dokumen, gambar, data, dan file. *Email* digunakan karena kemudahannya dalam mengirimkan pesan yang dapat disertai oleh lampiran dan dapat sampai kepada penerima dalam hitungan detik dengan biaya sedikit (hanya biaya *internet* saja).

Email ini dikirim secara personal karena langsung dikirimkan kepada pengguna dengan menuliskan alamat *email*. *Email* digunakan karena ini adalah salah satu media komunikasi yang digunakan secara profesional terutama dalam bisnis. (Oetomo, Budi Sutedjo: 2019)

Email dapat digunakan untuk mengirimkan penawaran-penawaran kepada target pasar dengan menyusun kata dan kalimat yang benar, jelas, dan menarik agar penerima dapat langsung mengetahui maksud dan tujuan *email* tersebut dikirimkan kepadanya. *Email marketing* yang berisikan kalimat yang terstruktur ditambahkan oleh lampiran yang memuat brosur atau *e-company* profile untuk memperjelas produk yang ditawarkan dengan memperhatikan ukuran file lampiran agar *email* yang dikirimkan tidak masuk ke dalam kotak *spam* penerima.

Promosi ini dilakukan pada tiga bulan tahun pertama (2022), tahun kedua (2023), tahun ketiga (2024), dan tahun keempat (2025). Strategi promosi ini dilakukan untuk target pasar *seller*.



Hak Cipta :

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

e. **Word of Mouth**

Word of mouth adalah komunikasi dari mulut ke mulut mengenai penilaian orang terhadap suatu produk yang bertujuan untuk *memberikan* informasi secara personal. *Word of mouth* menjadi salah satu strategi promosi yang efektif untuk membangun *trust* dari seseorang atau suatu kelompok.

Kegiatan pemasaran ini digunakan melalui perantara orang ke orang baik secara lisan, tulisan, maupun alat komunikasi elektronik yang didasari oleh pengalaman pribadi atas penggunaan produk tersebut. (Joesyiana, Kiki. 2018. *Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shopee di Pekanbaru*. Jurnal Valuta Vol. 4. April.)

Terdapat dua tipe *word of mouth* yaitu, *word of mouth* positif dan *word of mouth* negatif. Sebagai penyedia produk, perusahaan harus membangun citra positif terhadap masyarakat untuk mendapatkan *word of mouth* positif dari pengalaman pengguna. Hal ini dapat berupa *customer service* yang baik, pengalaman pemesanan produk yang lancar, mendapatkan produk yang sesuai, dan mendapatkan promosi khusus.

Promosi ini akan dilakukan pada akhir tahun kedua (2023), tahun ketiga (2024), dan tahun keempat (2025). Hal ini dikarenakan strategi ini dapat dilakukan ketika konsumen sudah memiliki *experience* dalam menggunakan *web-based-app* Findor dalam pemesanan vendor dan *experience* dalam memasarkan usaha vendornya melalui Findor. Strategi promosi ini dilakukan untuk target pasar *seller* dan *buyer*.



Hak Cipta :

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

f. *Partnership*

Melakukan *partnership* atau kerjasama dengan asosiasi dan komunitas target pasar *seller* dan *buyer*. *Partnership* yang dimaksud adalah perusahaan melakukan sosialisasi secara langsung kepada target *seller* untuk kerjasama dengan PT Utama Event Solution untuk mempromosikan *web-based-app* Findor untuk menjadi wadah bagi para vendor dalam menaikkan penjualannya kepada target pasar yang tepat dan para penyelenggara *event* dapat mencari vendor yang tepat dengan mudah, aman, dan efisien.

Partnership dapat ditujukan kepada asosiasi dan komunitas perkumpulan vendor di Jabodetabek dan *partnership* dapat dilakukan kepada asosiasi dan komunitas *event organizer* di Jabodetabek, serta instansi pemerintah, perusahaan swasta, BUMN, dan mahasiswa MICE/umum. *Partnership* dapat dilaksanakan pada saat dua bulan terakhir pada tahun 2022 lalu dilanjutkan pada tahun kedua (2023).

g. *Social Media Marketing*

Dilihat dari kata pertama yaitu *social* yang berarti strategi komunikasi atau cara orang berinteraksi. Lalu kata kedua adalah media yang merupakan alat komunikasi. Jadi, sosial media adalah komunikasi dua arah yang disampaikan melalui alat komunikasi dengan bentuk tulisan, foto, video, maupun audio yang disalurkan melalui *internet* (Riese, Pennisi & Major, 2010:1). Media sosial yaitu sebuah kelompok aplikasi berbasis *internet* yang dibangun berdasarkan fondasi ideologis dan teknologi dari web 2.0, yang memungkinkan terjadinya penciptaan

Hak Cipta :

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



dan pertukaran konten yang diciptakan oleh penggunanya (Kaplan Andreas M. & Haenlein Michael, 2010:59)

Social media Marketing terdiri dari upaya untuk menggunakan media sosial guna membujuk konsumen untuk menggunakan produk atau layanan yang berharga (Ward, 2010). Menurut Neti (2011) *social media marketing* terdiri dari upaya untuk menggunakan media sosial untuk membujuk konsumen oleh suatu perusahaan, produk atau jasa yang berarti, *social media marketing* merupakan pemasaran yang menggunakan komunitas-komunitas *online*, jejaring sosialm blog pemasaran, dan yang lainnya.

Dapat disimpulkan bahwa *social media marketing* merupakan pemanfaatan sosial media untuk melakukan pemasaran melalui konten persuasif untuk membujuk konsumen atau target pasar tertentu untuk menggunakan produk atau layanan yang ditawarkan melalui komunitas daring, jejaring sosial, blog pemasaran, dan lainnya.

Social media marketing memerlukan ide kreatif dari konten yang akan dibuat, baik dalam tulisan, video, foto, atau audio agar konsumen yang melihat sosial media perusahaan tertarik untuk mengikuti akun, membaca konten, bahkan melakukan pembelian. Dalam berbagai jejaring sosial pun sekarang ini sudah bisa melakukan *boost post* dengan cara menggunakan *advertising* di dalam media sosial itu sendiri (contoh: *instagram ads* dan *facebook ads*).

Sosial media yang akan dibuat oleh PT Utama *Event Solution* adalah Instagram, Facebook, Twitter, dan LinkedIn. Strategi promosi ini akan dilakukan pada tiga bulan terakhir tahun pertama (2022) dengan fokus membangun *brand*



Hak Cipta :

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

awareness dan membangun sosial media untuk menambah pengikut dan memperbanyak konten, lalu diteruskan pada tahun kedua (2023), dan tahun ketiga (2024).

Strategi promosi ini dilakukan untuk target pasar *buyer* sekaligus membangun *trust* dengan *seller* bahwa *platform* perusahaan aktif dan memiliki sosial media sebagai promosi ke target konsumen, sosial media juga merupakan media bantuan promosi untuk *membership* vendor.

h. *Door-to-door*

Door to door merupakan salah satu metode pemasaran dengan cara mendatangi langsung calon konsumen sehingga dapat dengan leluasa menjelaskan mengenai produk serta sistem yang ditawarkan. Salah satu cara yang efektif yang dapat dilakukan untuk mencapai target sasaran *market* adalah dengan melakukan metode ini.

Dalam penerapan metode promosi *door to door*, PT *Hutama Event Solution* menggunakan *marketing tools* dalam mendukung proses promosi, yaitu saat melakukan *door to door* kepada target pasar, PT *Hutama Event Solution* membawa brosur dan *company profile* perusahaan.

Strategi promosi ini akan dilakukan pada saat produk dalam tahap *development* sehingga perusahaan dapat melakukan pemasaran terlebih dahulu untuk membangun *brand awareness*. Strategi ini dilakukan pada tiga tahun terakhir tahun pertama (2022) dan tahun kedua (2023) untuk target *market seller*.



Hak Cipta :

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

i. ***Product Launching Event (Soft launching dan grand launching)***

Product launching adalah kegiatan peluncuran produk baru dari perusahaan dengan cara menggunakan *event* sebagai media peluncurannya. *Event product launching* biasanya memang dijadikan sebagai strategi pemasaran yang berefek untuk menarik konsumen dalam jumlah banyak dan meningkatkan penjualan. *Product launching* juga digunakan untuk memperkenalkan fitur, kemasan, perubahan, dan inovasi baru dari suatu produk. *Event* ini juga ditargetkan untuk bisa menaikkan *brand awareness* dari *platform* perusahaan yaitu Findor maupun nama perusahaan sendiri.

Event product launching akan dibagi menjadi dua, yaitu: *soft launching* dan *grand launching*. *Soft launching* akan diadakan pada bulan Januari 2023, pada saat itu, sebelumnya sudah dilakukan *personal selling* seperti *door-to-door* dan membangun *partnership* dengan asosiasi, komunitas, perusahaan, dan pemerintah terkait akan *launchingnya* Findor pada bulan Februari dan *soft launching* pada bulan Januari. Sehingga pada saat *soft launching* dapat ditargetkan sudah ada vendor yang registrasi menjadi *seller* dan mendapatkan *special price*.

Soft launching akan diadakan di *live social media* Findor dan akan dibuat konten yang interaktif dan semenarik mungkin. Lalu, pada saat *grand launching* pada bulan Februari, perusahaan akan mengundang berbagai instansi, asosiasi, dan komunitas yang bekerjasama dengan perusahaan dan mengundang *media* untuk melakukan *press conference* lewat daring.

Grand product launching event yang dibuat oleh perusahaan berisikan webinar dengan narasumber dari ranah *event*, webinar dengan *influencer* dalam hal



Hak Cipta :

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

digitalisasi, *fun-games*, dan live demo produk web-app Findor. Dalam perencanaan penyelenggaraannya, perusahaan melakukan pendekatan dengan pemerintah, perusahaan, asosiasi, dan komunitas mengenai peluncuran produk ini.

Dalam acara ini akan diberikan promo menarik kepada mereka yang melakukan registrasi pada hari tersebut. *Event* ini akan diselenggarakan secara *online* melalui Zoom Meeting, live YouTube, dan live media sosial (Instagram).

j. **Brand Activation**

Bentuk kegiatan promosi dengan melakukan interaksi langsung dengan target pasar melalui berbagai media. Dalam menciptakan *brand activation* tentunya harus mampu membangun hubungan emosional dengan konsumen. Semakin kuat hubungan emosional, maka interaksi pun akan lebih berkualitas. *Brand activation* dapat dilakukan dengan berbagai kegiatan, baik *online* maupun *offline*.

Secara *online* dapat dilakukan melalui sosial media, sedangkan *offline* dapat melalui *event*. Baik aktivitas yang dilakukan secara *online* maupun *offline*, syarat keberhasilannya sama, yaitu: Berhasil menciptakan *brand awareness*, meningkatkan minat konsumen untuk mencoba produk, serta membangun *relationship* dengan target pasar.

PT Utama *Event Solution* menargetkan untuk membuat *brand activation* secara *online* melalui media sosial Findor dengan membuat konten *live* secara rutin dua bulan sekali dengan topik yang berbeda-beda dan dikemas menarik. Strategi promosi ini ditargetkan untuk pasar *buyer* sekaligus media untuk mempromosikan *seller*. Hal ini akan dilakukan pada tahun ketiga (2024) dan tahun keempat (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 kritikan 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



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

Timeline Strategi Promosi

Berikut adalah *timeline* dari strategi promosi yang dirancang oleh perusahaan di tahun 2022 dan tahun 2023. Sedangkan untuk tahun 2024 dan 2025, strategi promosi akan dilaksanakan sesuai dengan yang sudah ditargetkan dengan melihat efektifitas dan hasil dari promosi pada tahun 2022 dan 2023.

Tabel 3.14

Strategi Promosi Pasar *Seller* Tahun 2022 dan 2023

Timeline Strategi Promosi Seller															
2022				2023											
Sept	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agt	Sep	Okt	Nov	Des
		PS	PS	PS											
				SL	GL										
		D2D	D2D	D2D	D2D										
		EM	EM	EM	EM	EM	EM	EM	EM						
	SMM	SMM	SMM	SMM	SMM	SMM	SMM	SMM	SMM	SMM	SMM	SMM	SMM	SMM	SMM
										SEO	SEO	SEO	SEO	SEO	SEO
										PPC	PPC	PPC	PPC	PPC	PPC
		WAM	WAM	WAM	WAM										
					WOM	WOM	WOM	WOM	WOM	WOM	WOM	WOM	WOM	WOM	WOM

Keterangan:	
SEO	= Search engine optimization
PPC	= Pay per click
WAM	= Whatsapp marketing
EM	= Email marketing
WOM	= Word of mouth
PS	= Partnership
SMM	= Social media marketing
D2D	= Door to door
SL	= Soft launching
GL	= Grand launching

Sumber: PT Utama Event Solution tahun 2022

Dari Tabel 3.14 dapat dilihat strategi promosi yang dibuat perusahaan pada tahun 2022 dan 2023. Pada bulan November 2022 hingga bulan Januari 2023, perusahaan menggunakan strategi promosi *partnership* dengan asosiasi dan komunitas vendor penyedia *event* di Jabodetabek dan sekitarnya, hal ini bertujuan untuk mempromosikan bahwa akan ada *launching* produk yaitu *soft launching* pada

bulan Januari dan *grand launching* pada bulan Februari dan *partnership* bertujuan untuk meningkatkan *brand awareness* dari web-aplikasi Findor.

Pada bulan November 2022 hingga Februari 2023, perusahaan melakukan promosi *door-to-door* kepada vendor-vendor yang ada di Jabodetabek. *Social media marketing* berjalan mulai dari bulan Oktober 2022 dan akan berjalan terus setiap bulannya. Lalu, untuk *email marketing* dan *whatsapp marketing* akan dimulai dengan mengumpulkan database *email* dan nomor *Whatsapp* target pasar. Pada akhir tahun 2023, perusahaan juga menjalankan promosi melalui *digital marketing* yaitu *Search Engine Optimization (SEO)* dan *Pay Per Click (PPC)*.

Strategi promosi untuk target pasar *buyer* dapat dilihat pada Tabel 3.15 di bawah ini:

Tabel 3.15

Strategi Promosi *Buyer* Tahun 2022 dan 2023

2022				2023											
Sept	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agt	Sep	Okt	Nov	Des
			PS	PS											
				SL	GL										
					D2D	D2D	D2D	D2D	D2D	D2D	D2D				
			EM	EM	EM	EM	EM	EM							
	SMM	SMM	SMM	SMM	SMM	SMM	SMM	SMM	SMM	SMM	SMM	SMM	SMM	SMM	SMM
										SEO	SEO	SEO	SEO	SEO	SEO
										PPC	PPC	PPC	PPC	PPC	PPC
				WAM	WAM	WAM						WAM	WAM	WAM	WAM
					WOM	WOM	WOM	WOM	WOM	WOM	WOM	WOM	WOM	WOM	WOM

Keterangan:

SEO = Search engine optimization
PPC = Pay per click
WAM = Whatsapp marketing
EM = Email marketing
WOM = Word of mouth
PS = Partnership
SMM = Social media marketing
D2D = Door to door
SL = Soft launching
GL = Grand launching

Sumber: PT Utama Event Solution, tahun 2022



Hak Cipta :

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

Strategi promosi diawali dengan menggunakan *social media marketing* yang dimulai pada bulan Oktober 2022 lalu melalui *partnership* dengan komunitas dan asosiasi *event organizer*, pemerintahan, dan perusahaan swasta. Lalu, akan diundang untuk menghadiri *soft launching* pada bulan Januari dan *grand launching* pada bulan Februari. Untuk target pasar *buyer*, akan dilakukan strategi promosi *door to door* pada bulan Februari 2023 hingga Agustus 2023.

Untuk timeline rencana strategi promosi yang dirancang oleh PT Utama *Event Solution* adalah prediksi atau target dan dapat berubah melihat dari *feedback* setiap strategi promosi perbulannya.

3.6.4 Place

Place merupakan saluran distribusi yang dijalankan oleh PT Utama *Event Solution* dalam mendistribusikan produknya. Saluran ini diperlukan agar proses distribusi berjalan dengan lancar dengan tujuan hasil produksi dapat sampai ke tangan konsumen. Strategi distribusi yang diterapkan oleh PT Utama *Event Solution* adalah saluran distribusi tingkat 0 atau pendekatan langsung kepada calon customer tanpa adanya perantara dari pihak manapun. PT Utama *Event Solution* menyalurkan produknya langsung melalui website berbasis aplikasi yaitu Findor sebagai tempat distribusi dari produk yang ditawarkan kepada konsumen.

3.6.5 People

Sumber daya manusia yang ada dalam *internal* perusahaan PT Utama *Event Solution* merupakan orang-orang yang adaptif, kreatif, dan inovatif. Sumber daya manusia *internal* perusahaan juga berlatar belakang pendidikan Sarjana Terapan



Hak Cipta :

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

MICE atau *Event Management* yang sudah memiliki pengalaman di industri MICE atau pariwisata dan sudah memiliki sertifikasi. Dalam pengembangan teknologi, perusahaan juga memiliki sumber daya manusia yang berpendidikan dan berpengalaman dalam bidang teknologi dan pengembangan *platform*.

3.6.6 *Process*

Proses merupakan mekanisme, alur, dan prosedur yang diberlakukan oleh PT Utama Event Solution dalam proses pelayanan jasa penyedia *platform* untuk pemesanan vendor kebutuhan *event* kepada konsumen untuk mendapatkan produk atau layanan yang dijual oleh perusahaan. Hal ini merupakan proses awal dari konsumen mengetahui produk hingga pengalaman konsumen dalam menggunakan produk tersebut. Proses ini ditujukan untuk seluruh target pasar dari *platform* Findor, baik target pasar sebagai *seller* maupun sebagai *buyer*.

Proses yang dibuat oleh PT Utama Event Solution berupa *flowchart* dari pendaftaran *user* (*seller* dan *buyer*) dan proses pemesanan barang vendor yang terdapat di Lampiran 29.

3.6.7 *Physical Evidence*

a. Rumah sebagai kantor

PT Utama Event Solution menjadikan lantai 2 dari sebuah rumah yang berada di daerah Jakarta Selatan sebagai kantor dari perusahaan. Terdapat ruang *meeting*, ruang penerimaan tamu, pantry, dan ruang kerja yang nyaman di dalam kantor PT Utama Event Solution. Dengan desain interior yang dibuat dengan desain yang profesional, fasilitas untuk karyawan yang memadai, koneksi WiFi



Hak Cipta :

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

yang lancar, dan kebersihan yang diperhatikan oleh seluruh karyawan perusahaan membuat kantor terasa nyaman untuk bekerja sehari-hari.

b. Virtual Office

Adanya *virtual office* dapat memudahkan perusahaan baru dalam membangun bisnis, salah satunya adalah PT Utama *Event Solution*. Fasilitas *virtual office* untuk mendukung aktivitas bisnis yaitu layanan resepsionis, layanan surat menyurat, penggunaan ruang meeting, fasilitas telepon dengan extension, hingga ruang podcast.

Penggunaan *virtual office* cocok untuk perusahaan baru dengan jumlah karyawan yang masih sedikit sehingga memungkinkan karyawan *work from anywhere*. Dengan menggunakan *virtual office*, perusahaan dapat menghemat biaya operasional dan biaya administrasi.

c. Aplikasi berbasis website

PT Utama *Event Solution* merupakan perusahaan yang bergerak di bidang usaha *e-commerce platform* mengedepankan teknologi sebagai pilar utama. Oleh karena itu, *platform* yang diciptakan oleh PT Utama *Event Solution* merupakan *physical evidence* dari perusahaan. *Platform* ini didesain dengan visual yang menarik dan *user friendly* sehingga bagi pengguna baru pun mudah untuk mengaksesnya.

3.6 Analisis Pesaing

PT Utama *Event Solution* melakukan riset pesaing terhadap perusahaan mempunyai produk serupa dengan produk utama PT Utama *Event Solution*, yaitu



Hak Cipta :

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

pemesanan vendor untuk kebutuhan *event* melalui *platform* digital. Pesaing tersebut adalah Eventori, Sejasa, Pestabox, dan Akusewa. Berikut adalah analisis dari perusahaan pesaing pada Tabel 3.16:

Tabel 3.16
Analisis Perusahaan Pesaing

No.	Marketplace	Keunggulan	Kelemahan
1.	Eventori	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Platform</i> dibuat dalam bentuk web based app dan aplikasi yang dapat didownload di IOS/Android 2. Mewadahi berbagai kategori kebutuhan <i>event</i> mulai dari vendor, <i>talent</i>, <i>venue & influencer</i> 3. <i>Design user interface</i> yang menarik 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemasaran yang dilakukan di <i>social media</i> tidak terfokus pada <i>platform</i> penyedia kebutuhan <i>event</i> 2. Tidak ada panduan pemesanan vendor yang jelas 3. Tidak ada data vendor partner di beberapa lokasi/daerah 4. Pada laman profile vendor tidak ada detail informasi mengenai spesifikasi & harga produk yang ditawarkan 5. Fitur yang disajikan tidak lengkap
2.	Sejasa	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Platform</i> dibuat dalam bentuk web based app dan aplikasi yang dapat didownload di IOS/Android 2. Terdapat fitur "favorite" untuk memudahkan <i>user</i> menandai vendor yang diminati 3. Sudah terdapat banyak review dari para <i>user</i> sebagai bukti testimoni Proses pendaftaran terintegrasi dengan Facebook & Gmail sehingga bisa memudahkan <i>user</i> 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kategori vendor yang ditampilkan sangat banyak sehingga tidak berfokus kepada <i>platform</i> penyedia vendor <i>event</i> (tidak tersegmentasi) 2. Beberapa kategori vendor tidak tersedia 3. Pada laman profile vendor tidak ada detail informasi mengenai spesifikasi & harga produk yang ditawarkan

Hak Cipta :

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

Lanjutan Tabel 3.16

3.	PestaBox	<ol style="list-style-type: none"> 1. Banyak pilihan produk Terdapat menu 'saran' untuk menampung masukan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ada campuran kategori produk dari bidang usaha lain 2. Tidak mencantumkan harga atau review dari <i>customer (buyer)</i> Tidak ada pengkategorian jenis vendor
4.	Bridestory	<ol style="list-style-type: none"> 1. Banyak vendor terdaftar dari berbagai kategori 2. <i>E-commerce</i> pemesanan vendor pernikahan terbesar di Indonesia 3. Memiliki fitur pendukung (Bridestory Pay) dengan support dari salah satu <i>e-commerce</i> terbesar (Tokopedia) 4. Fitur di dalam situsnya lengkap (baik fitur untuk vendor maupun konsumen) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Diketahui sebagai <i>wedding organizer</i>, bukan <i>e-commerce</i> pemesanan vendor 2. Hanya berfokus kepada <i>event wedding</i> saja 3. Untuk melihat <i>pricelist</i> dari vendor harus ditanyakan kepada vendor tersebut

Sumber: PT Utama Event Solution, tahun 2022

3.7 Analisis SWOT

Analisis SWOT dilakukan untuk menemukan dan menentukan aspek-aspek penting dari kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman di PT Utama Event Solution khususnya terhadap *platform* Findor. Matriks SWOT perusahaan dapat dilihat pada Tabel 3.17 di bawah ini:



Hak Cipta :

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

Lanjutan Tabel 3.17

<i>Threat</i>	<i>Strategi SO</i>	<i>Strategi WO</i>
<ol style="list-style-type: none"> Perindustrian <i>event</i> masih dalam tahap pemulihan pasca pandemi Covid-19 Adanya salah satu pihak yang memutuskan hubungan kerja sama antara penyedia website aplikasi dengan mitra Vendor atau antara mitra Vendor dengan Customer penyelenggara <i>Event</i> Serangan <i>Bug & Cyber Crime (Hacker, Malware, dsb)</i> pada web aplikasi 	<ol style="list-style-type: none"> S1, T1 Mengadakan promosi dan pengenalan produk di setiap pelaksanaan <i>event</i> yang dilaksanakan secara <i>offline</i> S1, T2 Menawarkan paket-paket hemat <i>membership</i> dan keistimewaan bagi pelanggan setia, baik dari pihak mitra Vendor maupun Customer S1, T3 Mengadakan pelatihan terhadap Tim IT untuk menerapkan pencegahan <i>cybercrime</i> seperti menggunakan <i>software security</i> yang terbaru dsb. 	<ol style="list-style-type: none"> W3, T1 Menjalin kerjasama dengan asosiasi <i>event</i> sebagai perantara dan media promosi terhadap calon mitra Vendor Menjalin kerjasama dengan perusahaan, komunitas, asosiasi, dan pemerintah untuk menambah relasi dengan calon <i>Customer</i> penyelenggara <i>event</i>

Sumber: PT Utama Event Solution, tahun 2022

3.8 Jejaring Usaha

Jaringan usaha adalah salah satu faktor penting yang harus dibangun dan dikembangkan dalam suatu bisnis. Jaringan usaha perlu dikembangkan agar bisa mendongkrak koneksi dengan berbagai pihak yang berhubungan dengan bidang usaha perusahaan. Jaringan usaha perlu sebuah tindakan yang terfokus dan strategis sehingga tujuan dan manfaat dari jaringan usaha yang dibangun dapat tercapai.

Dalam menjalankan bisnis dalam bidang penyediaan *platform* website berbasis aplikasi vendor kebutuhan *event*, perusahaan membangun jaringan bisnis yang berkaitan dengan industri *event*, MICE, dan juga industri teknologi dan

Hak Cipta :

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

informasi. Berikut adalah beberapa industri terkait yang termasuk jaringan usaha dari perusahaan:

a. Industri Event

Industri *event* merupakan jaringan usaha utama dari perusahaan. *Platform* Findor ditujukan kepada *event organizer*, instansi, organisasi, komunitas, dan kelompok yang membutuhkan vendor yang terpercaya dan sesuai dengan kebutuhan *event* tersebut. *Database* perusahaan yang bergerak dalam bidang industri *event* terlampir pada Lampiran 21.

b. Industri Informasi dan Teknologi

PT *Hutama Event Solution* sebagai perusahaan yang bergerak di bidang usaha *e-commerce platform* memanfaatkan teknologi sebagai pilar utama dalam aktivitas operasional perusahaan. Oleh karena itu, penting untuk membuat dan menjaga *networking* di industri informasi dan teknologi agar perusahaan tetap mengikuti era perkembangannya.



© 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

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 kritis atau tinjauan satu 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 IV

ANALISIS SUMBER DAYA MANUSIA (SDM)

Sumber Daya Manusia merupakan bagian terpenting dalam menjalankan suatu perusahaan. Perusahaan dapat terus tumbuh berkembang dan mencapai tujuan bersama dengan memiliki karyawan yang berkualitas. Menyatukan pandangan, visi serta misi perusahaan dapat ditanamkan sedari awal, saat melakukan proses rekrutmen.

Oleh karena itu metode rekrutmen yang efektif dibutuhkan dalam merekrut calon karyawan sehingga pandangan mengenai harapan dan tujuan perusahaan dapat diterapkan oleh calon karyawan. Perusahaan memiliki budaya kerja yang fleksibel namun tetap kompetitif dan dinamis dalam menjalankan perusahaan rintisan berbasis digital, dengan harapan Sumber Daya Manusia yang terlibat dapat memberi kontribusi terbaik untuk pengembangan kualitas *platform* Findor.

4.1 Analisis Kompetensi Sumber Daya Manusia

Pada tahun pertama PT *Hutama Event Solution* menjalankan kegiatan operasional perusahaan dengan mengandalkan 3 (tiga) sumber daya manusia utama yaitu Direktur Utama, Manajer Pemasaran, dan Manajer Keuangan. Ketiga SDM perusahaan terdiri dari 1 (satu) orang pendiri perusahaan dan 2 (dua) orang tenaga kerja tambahan yang direkrut pada awal pendirian perusahaan.

Tingkat Pendidikan dan Departemen Sumber Daya Manusia yang dimiliki perusahaan dapat dilihat pada Tabel 4.1 di bawah ini:

Tabel 4.1

Tingkat Pendidikan dan Departemen Sumber Daya Manusia PT Utama Event Solution

Tingkat Pendidikan	Jumlah	Departemen	Tingkat Pendidikan
SD	0	Direktur Utama	Sarjana
SMP	0	Direktur Pemasaran	Sarjana
SMA	0	Direktur Keuangan	Sarjana
D1	0		
D3/Sarjana Muda	0		
Sarjana	3		
Total	3		

Sumber: PT Utama Event Solution, tahun 2022

Sumber daya manusia atau SDM yang dimiliki pada tahun pertama pendirian PT Utama Event Solution memiliki keunggulan dalam pemahaman dan pengalaman mengenai industri *event* terutama MICE. Berikut merupakan standar kompetensi dan kualifikasi sumber daya manusia dari PT Utama Event Solution :

a. Avidanty Azzahra sebagai Direktur Utama

- 1) Tersertifikasi oleh LSP (Lembaga Sertifikasi Profesional) MICE dengan nomor: No. Reg. MCE.056.00080 2021 sebagai *Liaison Officer*.



Hak Cipta :

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



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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) Lulusan D4 atau Sarjana Terapan MICE (*Meeting, Incentive, Convention, Exhibition*).
 - 3) Dapat bertanggung jawab terhadap pekerjaan, karyawan, dan perusahaan dan memiliki jiwa kepemimpinan yang baik.
 - 4) Selalu update dengan hal-hal yang baru terkait industri investasi dan industri pariwisata & MICE, atau mampu melihat peluang yang ada, sehingga perusahaan dapat terus berkembang.
 - 5) Dapat menganalisa kondisi terkait bisnis perusahaan (*inovasi, branding, pesaing, dan ekspansi bisnis*)
 - 6) Dapat melakukan kerjasama dengan pihak eksternal, baik *seller* maupun *buyer* terkait perkembangan bisnis perusahaan.
 - 7) Dapat mengambil keputusan terkait perkembangan bisnis, permasalahan perusahaan, sumber daya manusia, dan permasalahan atau kebijakan lainnya dengan baik.
 - 8) Mampu mengembangkan produk (*product development* atau *business development*).
- b. Shafa Putri Yeridzka sebagai Direktur Pemasaran**
- 1) Tersertifikasi oleh LSP (Lembaga Sertifikasi Profesional) MICE dengan nomor: No. Reg. MCE.056.00073 2021 sebagai *Liaison Officer*.
 - 2) Lulusan D4 atau Sarjana Terapan MICE (*Meeting, Incentive, Convention, Exhibition*).
 - 3) Memiliki kemampuan komunikasi yang baik dan mampu menjaga hubungan baik dengan kolega.



Hak Cipta :

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

- 4) Memahami dengan detail mengenai pemasaran serta mampu mengaplikasikan strategi *marketing* sesuai dengan peluang pasar.
 - 5) Adaptif dengan perkembangan pasar terkait dengan industri investasi dan industri pariwisata & MICE, *trend*, dan peluang.
 - 6) Mampu membuat proyeksi pemasaran yang baik, guna mendorong penjualan produk.
 - 7) Adaptif dengan perkembangan teknologi dan mampu menggunakan teknologi sebagai penunjang strategi pemasaran.
- c. **Hanifah Firyal Noor Halimah sebagai Direktur Keuangan,**
- 1) Merupakan *Liaison Officer* tersertifikasi oleh LSP (Lembaga Sertifikasi Profesional) MICE dengan nomor: No. Reg. MCE.056.00074 2021 sebagai *Liaison Officer*.
 - 2) Lulusan D4 atau Sarjana Terapan MICE (*Meeting, Incentive, Convention, Exhibition*).
 - 3) Merencanakan keuangan dan bertanggung jawab terhadap *cash flow* perusahaan.
 - 4) Mampu mencatat dan membuat laporan keuangan perusahaan.
 - 5) Memiliki kemampuan membaca dan menganalisa keuangan secara detail dan menyeluruh.
 - 6) Membantu memberikan keputusan di bidang keuangan, dengan berbagai *forecast*, serta analisis bisnis.

4.2 Analisis Kebutuhan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia

Perusahaan melakukan pengembangan sumber daya manusia dengan melakukan perekrutan sumber daya manusia. Pada tahun pertama, perusahaan akan merekrut *Full Stack Developer* yang bertujuan untuk mengoperasikan, melakukan *maintenance, update website*, dan melakukan optimilisasi terhadap keseluruhan *website* Findor yang sudah dibangun oleh *Developer* sebelumnya.

Pada Tabel 4.2 terdapat analisis kebutuhan SDM pada perusahaan dengan detail berikut ini:

Tabel 4.2
Analisis Kebutuhan SDM PT Utama Event Solution, 2022

Jabatan	Tingkat Pendidikan	Pengalaman (Tahun)	Keterampilan Khusus
<i>Full Stack Developer</i>	Sarjana Teknologi Informasi atau Sarjana Komputer	2	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menguasai bahasa pemrograman front end (HTML, CSS & Java Script) dan back end (Node.Js, Python, PHP, Java & SQL) 2. Memiliki pemahaman terkait UI (<i>User Interface</i>) dan UX (<i>User Experience</i>) website 3. Familiar dengan arsitektur website 4. Memiliki pengetahuan terkait pengelolaan database yang mumpuni 5. Menguasai Versi <i>Control System</i> (VCS) 6. Dapat mengoperasikan aplikasi desain grafis, seperti Adobe Photoshop dan Adobe Illustrator. 7. Teliti, kreatif dan inovatif

Sumber: PT Utama Event Solution, tahun 2022



Hak Cipta :

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

4.3 Rencana Pembuatan Kebutuhan Sumber Daya Manusia

Sebelum melakukan perekrutan sumber daya manusia, perusahaan membuat analisa pekerjaan terlebih dahulu seperti yang sudah dijabarkan sebelumnya. Dalam awal berjalannya perusahaan, perusahaan membutuhkan 4 sumber daya manusia, dengan timeline perekrutan yang berbeda sesuai dengan kebutuhan dan *timeline* perusahaan.

Perusahaan membuat rencana SDM yang dibutuhkan perusahaan dengan jumlah yang dapat dilihat pada Tabel 4.3 di bawah ini:

Tabel 4.3

Rencana Pembuatan Kebutuhan SDM PT Utama Event Solution

Jabatan	Jumlah Kebutuhan	Tenaga Tersedia	Tenaga yang Harus Direkrut
Direktur Utama	1	1	-
Direktur Pemasaran	1	1	-
Direktur Keuangan	1	1	-
<i>Full Stack Developer</i>	1		1

Sumber: PT Utama Event Solution, tahun 2022

Berdasarkan tabel rencana pembuatan kebutuhan sumber daya manusia PT Utama Event Solution tidak membutuhkan sumber daya manusia yang relatif banyak. Hal ini ditentukan berdasarkan analisis pekerjaan yang berkaitan dengan program kerja dan proyeksi penjualan yang direncanakan. Proses perekrutan atau pengadaan kebutuhan sumber daya manusia yang dilakukan oleh perusahaan terdiri dari beberapa tahapan.



Hak Cipta :

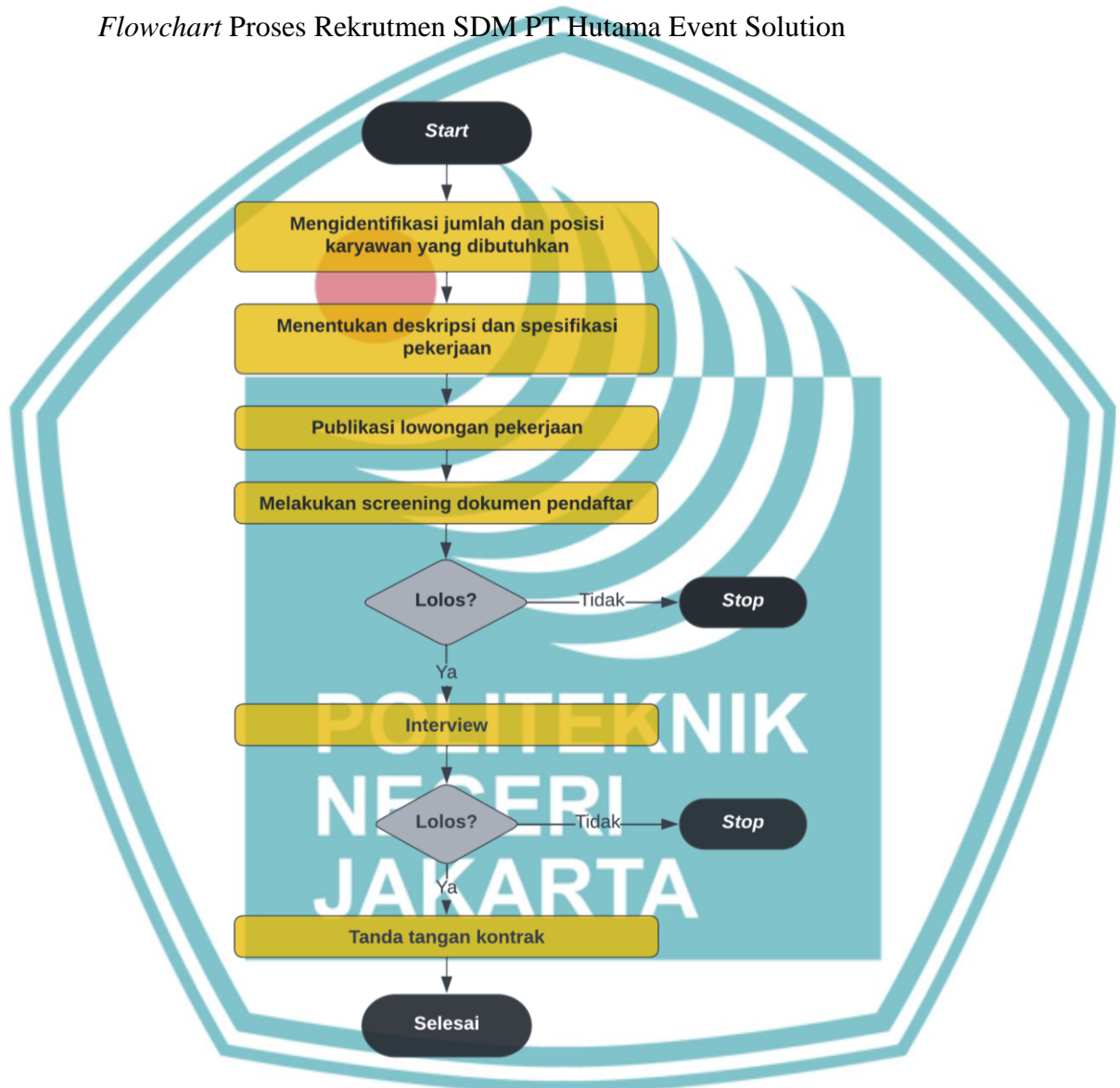
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

Flowchart proses rekrutmen sumber daya manusia tersebut dapat dilihat pada

Bagan 4.1 di bawah ini:

Bagan 4.1

Flowchart Proses Rekrutmen SDM PT Utama Event Solution



Sumber: PT Utama Event Solution, tahun 2022

Berikut penjelasan dari Bagan 4.1 di atas mengenai proses rekrutmen yang dilakukan oleh perusahaan untuk memenuhi kebutuhan sumber daya manusia:

Hak Cipta :

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



a. Identifikasi Karyawan Yang Dibutuhkan

Proses identifikasi merupakan tahapan pertama yang dilakukan perusahaan dalam proses rekrutment karyawan baru. Identifikasi terlebih dahulu dilakukan untuk mengetahui kebutuhan SDM di posisi baru atau pergantian karyawan di perusahaan. Keputusan untuk merekrut karyawan baru harus seimbang dengan kebutuhan perusahaan dan karyawan yang sudah ada. Hasil dari perekrutan ini harus sesuai pula dengan rencana bisnis perusahaan

b. Menentukan Deskripsi dan Spesifikasi Pekerjaan

Tahapan ini penting untuk dilakukan agar pemegang jabatan mengetahui dengan jelas apa yang menjadi tanggung jawab mereka di perusahaan. Tahapan ini juga berguna untuk menentukan tenaga kerja seperti apa yang dibutuhkan.

c. Publikasi Lowongan Pekerjaan

Setelah perencanaan selesai, perusahaan akan melakukan publikasi lowongan kerja melalui beberapa media/*platform* yang dapat dijangkau oleh calon kandidat. PT *Hutama Event Solution* memanfaatkan kemajuan teknologi untuk memasang iklan lowongan kerja secara *online*, diantaranya *Linkedin* dan situs *job portals seperti kalibr & glints*. Website perusahaan pun berperan penting dalam proses ini.

d. Melakukan Screening Dokumen Pendaftar

Pihak recruiter perusahaan akan menyaring lamaran berdasarkan syarat dan spesifikasi yang mereka tuliskan dalam lowongan yang telah dipublikasikan

Hak Cipta :

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

sebelumnya. Kandidat yang dianggap memenuhi kualifikasi, akan dilanjutkan ke proses selanjutnya yaitu interview.

e. **Melakukan Interview**

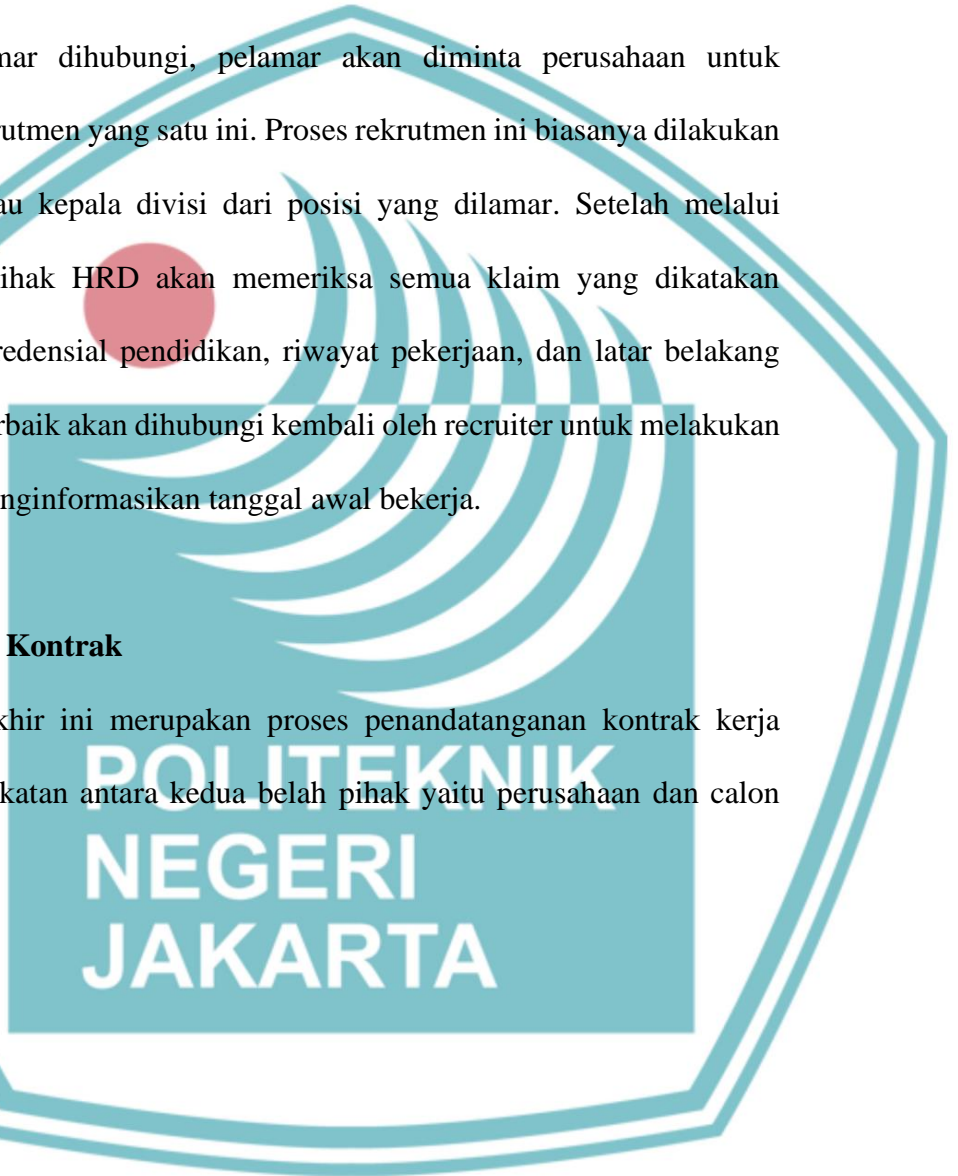
Setelah pelamar dihubungi, pelamar akan diminta perusahaan untuk mengikuti proses rekrutmen yang satu ini. Proses rekrutmen ini biasanya dilakukan oleh pihak HRD, atau kepala divisi dari posisi yang dilamar. Setelah melalui tahapan interview, pihak HRD akan memeriksa semua klaim yang dikatakan kandidat termasuk kredensial pendidikan, riwayat pekerjaan, dan latar belakang kriminal. Kandidat terbaik akan dihubungi kembali oleh recruiter untuk melakukan negosiasi gaji dan menginformasikan tanggal awal bekerja.

f. **Tanda Tangan Kontrak**

Tahapan terakhir ini merupakan proses penandatanganan kontrak kerja yang menjadi kesepakatan antara kedua belah pihak yaitu perusahaan dan calon karyawan.

Hak Cipta :

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



BAB V

PEMANFAATAN TEKNOLOGI

Di era yang sudah maju seperti sekarang ini, perkembangan teknologi merupakan salah satu komponen penting yang harus dikembangkan dari waktu ke waktu mengikuti kebutuhan bahkan keinginan manusia. Teknologi merupakan salah satu sarana yang dapat memudahkan manusia dalam meningkatkan kualitas dan kenyamanan hidup. Teknologi sangat berpengaruh terhadap perkembangan semua negara di dunia, termasuk Indonesia, dikarenakan teknologi sangat mempengaruhi berbagai bidang seperti pendidikan, informasi, sosial, budaya, dan bisnis.

Perkembangan teknologi yang adaptif di era modern seperti sekarang ini sangat dibutuhkan oleh perusahaan-perusahaan yang akan mengembangkan bisnisnya. Oleh karena itu, PT *Hutama Event Solution* sebagai perusahaan penyedia *e-commerce platform* penyewaan vendor *event* memanfaatkan teknologi sebagai salah satu pilar dari bidang usaha yang dikembangkan.

Melalui teknologi yang berkembang seperti sekarang ini dan ditunjang dengan pengetahuan masyarakat mengenai teknologi, perusahaan melakukan pemanfaatan teknologi komputerisasi dengan kombinasi antara perangkat keras dan perangkat lunak yang menghasilkan *platform* interaktif dan informatif.

5.1 Analisis dan Perencanaan Pemanfaatan Teknologi

Dalam proses perencanaan, pembuatan, dan pengembangan *platform* berbasis *website (web-based-app)*, diperlukan adanya perangkat-perangkat



Hak Cipta :

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

teknologi yang dapat menunjang kebutuhan perusahaan berupa perangkat lunak (*software*) dan perangkat keras (*hardware*).

5.1.1 Perangkat Teknologi

Dalam menunjang kegiatan operasional, *marketing*, administrasi, dan keuangan perusahaan, perusahaan menggunakan beberapa perangkat teknologi yang dibutuhkan demi kelancaran kegiatan perusahaan.

Perangkat lunak (*software*) yang digunakan dalam menunjang operasional perusahaan dapat dilihat pada Tabel 5.1 di bawah ini:

Tabel 5.1
Perangkat Lunak (*Software*)

No.	Perangkat Lunak	Spesifikasi	Fungsi
1	<i>Data Process</i>	Microsoft Office: Microsoft word, excel, powerpoint	Membuat, membaca, mengolah, dan mempresentasikan data dan statistik perusahaan mengenai administrasi, keuangan, dan lain-lain
2	<i>Photo Editor</i>	Adobe Illustrator & Adobe Photoshop	Membuat berbagai desain dan tampilan yang berkaitan dengan pembuatan website, aktivitas <i>marketing</i> , dan media sosial

Hak Cipta :

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



Lanjutan Tabel 5.1

3	Programming	<p>Sublime Text merupakan aplikasi teks editor yang digunakan untuk web-developing untuk menulis coding. Sublime text merupakan aplikasi text editor yang berguna untuk menulis serta membuka berbagai macam file. Sublime text mendukung berbagai bahasa pemrograman seperti HTML, CSS, C, C++, C#, dan lain-lain</p>	<p>Aplikasi penulisan teks koding untuk membuat web aplikasi</p>
		<p>Axure merupakan aplikasi desktop yang digunakan untuk membuat wireframe, prototype interaktif, flow diagrams, dan dokumentasi untuk aplikasi bisnis website, dan aplikasi mobile</p>	<p>Aplikasi pembuatan desain UI/UX</p>
4	Sosial Media	<p>Instagram, Facebook, LinkedIn, <i>Email</i></p>	<p><i>Platform</i> sosial media yang digunakan untuk promosi, pemberitahuan, dan reach audiens yang luas untuk mengetahui <i>platform</i> Findor'</p>
5	Web Aplikasi	<p>Aplikasi berbasis <i>website</i> yang dapat diakses dengan mudah melalui <i>web browser</i> di seluruh perangkat/<i>device</i></p>	<p><i>Platform</i> yang akan dikembangkan oleh PT Utama <i>Event Solution</i> untuk aplikasi berbasis web 'Findor'</p>

Sumber : PT Utama Event Solution, tahun 2022

Perangkat keras (*hardware*) yang digunakan dalam menunjang operasional perusahaan dapat dilihat pada Tabel 5.2 di bawah ini:

Hak Cipta :

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

Tabel 5.2
Perangkat Keras (*Hardware*)

No.	Perangkat Keras	Spesifikasi	Jumlah	Fungsi
1	Laptop	<p>ASUS ZenBook 14</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Dimensi: 31,9 x 19,9 x 1,59 cm 2. Ukuran layar: 14 inchi LED-backlit FHD 60 Hz 72% NTSC 3. Resolusi layar: 1920 x 1080 px (16:9) 4. OS: Windows 10 Home 5. Processor: Intel Core i7-1165G7 2.80 GHz quad-core with Turbo Boost (up to 4.70 GHz) and 12 MB cache 6. Memory: 8 GB 7. LPDDR4x 	1	Membantu dalam pembuatan website, pengolahan data statistik, develop dan maintenance web aplikasi, serta membantu kegiatan administrasi dan keuangan perusahaan
2	Printer	<p>Epson L3250</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Print, scan, copy 2. Tinta anti tumpah 3. WiFi & WiFi direct 4. Borderless hingga 4R 5. Nilai ketegangan: 220 - 240 V 6. Nilai frekuensi: 50-60 Hz 	1	Sebagai alat cetak keperluan administrasi dan hal lain terkait kepentingan perusahaan yang membutuhkan media cetak
3	Projector	<p>Epson EB-E500 XGA 3LCD</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Projection technology: 3LCD 2. Brightness: 3300 lumens 3. Aspect ratio: 4:3 4. Resolution: XGA (1024 x 768) 	1	Membantu untuk menampilkan video, foto, data, atau tampilan apapun ke layar yang lebih besar sehingga dapat dilihat secara leluasa oleh anggota meeting

Hak Cipta :

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

Lanjutan Tabel 5.2

		<p>5. Interface: USB Type B: 1; HDMI</p> <p>6. Input: USB Interface: USB Type B: 1 (For Firmware Update, Copy OSD Settings); Analog Input: D-Sub 15pin: 1; Digital Input: HDMI: 1</p> <p>7. Daya / Power: 100V - 240V AC, 50/60 Hz</p> <p>8. Dimensi Produk: 302 x 77 x 234 mm</p> <p>9. Berat Produk: Approx. 2.4 kg</p>		
4	<i>Hard Disk</i>	<p>1. Seagate Expansion 1TB</p> <p>2. Kecepatan: 5400 rpm</p> <p>3. Interface: USB 3.0</p> <p>4. Kapasitas: 1 TB / 1000 GB</p> <p>5. Kecepatan Pemindahan: 5000Mbit/s</p> <p>6. Kecepatan Membaca: 113MB/s</p> <p>7. Kecepatan Menulis: 113MB/s</p> <p>8. Material: Plastik</p> <p>9. Warna: Hitam</p> <p>10. Berat: 0.9 kg</p> <p>11. Dimensi: 176 x 120 x 36 mm</p>	1	Penyimpanan dan backup data secara eksternal
5	<i>Flashdisk</i>	<p>1. SANDISK Cruzer Blade 32gb</p> <p>2. Port: USB 2.0</p> <p>3. Dimensi Produk: 12.2 x 6.9 x 0.3 mm</p> <p>4. Berat Produk: 9 g</p>	2	Penyimpanan data secara eksternal serta memudahkan penyebaran data

Sumber : PT Utama Event Solution, tahun 2022

Hak Cipta :

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

5.2 Tahapan Pengembangan Teknologi

Dalam kegiatan operasional perusahaan, PT Utama *Event Solution* melakukan beberapa tahapan dalam usaha mengembangkan teknologi yang akan digunakan dalam operasional perusahaan. Tahapan yang dilakukan mengikuti perkembangan teknologi yang dibutuhkan oleh perusahaan dalam periode tertentu. Berikut adalah tahapan yang dilakukan perusahaan dalam pengembangan teknologi:

5.2.1 Analisis Kebutuhan Perusahaan

Tahap pertama yang dilakukan oleh perusahaan adalah melakukan analisis mengenai kebutuhan teknologi apa saja yang dibutuhkan perusahaan untuk kepentingan operasional perusahaan sehingga perusahaan dapat menjalankan kegiatan sesuai dengan apa yang sudah direncanakan. Dalam tahap ini, perusahaan juga mendiskusikan bagaimana teknologi tersebut didapat dan mendiskusikan biaya yang harus dikeluarkan untuk mendapatkan teknologi tersebut.

5.2.2 Analisis Kegunaan Teknologi

Setelah menentukan teknologi apa saja yang akan digunakan perusahaan demi mencapai kegiatan operasional perusahaan yang optimal dan efektif, tahap selanjutnya adalah melakukan analisis kegunaan dari teknologi yang akan digunakan, mulai dari spesifikasi teknologi, kelemahan dan kekurangan teknologi, masa pakai, keefektivitasan teknologi, dan teknologi pengganti sebagai *back up plan*.

Hak Cipta :

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





5.2.3 Analisis Keuangan Perusahaan

Langkah selanjutnya adalah menganalisa biaya untuk mendapatkan teknologi yang akan digunakan dengan keuangan perusahaan sebelum dilakukan pengadaan teknologi. Menganalisa teknologi yang mana saja yang merupakan skala prioritas harus dimiliki perusahaan, teknologi mana yang masih bisa disewa untuk menekan *budget*, dan melakukan analisa teknologi pengganti yang lebih *affordable* jika dirasa suatu teknologi memiliki harga yang terlalu tinggi atau sulit didapat.

5.2.4 Pengadaan dan Pengaplikasian Barang

Tahap selanjutnya adalah pengadaan barang yang sudah dianalisa kegunaannya dan dianalisa harga yang harus dibayarkan untuk mendapatkan teknologi tersebut serta disetujui pengadaannya oleh para pimpinan perusahaan dan pengambil keputusan. Saat sudah dilakukan pengadaan dan pengaplikasian, *manpower* yang terlibat dalam pengoperasian barang tersebut harus mengetahui dan memahami cara kerja dari teknologi tersebut.

5.2.5 Pemeliharaan dan Pembaruan

Dikarenakan teknologi terus berkembang, maka pemeliharaan dan pembaruan teknologi perlu dilakukan dalam periode tertentu. Hal ini juga untuk meminimalisir kerusakan teknologi dan meningkatkan efektifitas kerja. Pemeliharaan dan pembaruan ini dilakukan untuk segala perangkat, baik perangkat lunak maupun perangkat keras.

Hak Cipta :

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

Hak Cipta :

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

BAB VI

ANALISIS DAN RENCANA KEUANGAN

Analisis keuangan yang matang dan terstruktur menjadi kunci kesuksesan dalam mendirikan dan menjalankan perusahaan. PT Utama *Event Solution* melakukan beberapa analisis dan rencana keuangan perusahaan diantaranya proyeksi penjualan, beban pokok penjualan, proyeksi arus kas selama tiga tahun, rencana kebutuhan investasi, laporan laba rugi, neraca keuangan, *payback period* untuk memprediksi pengembalian modal serta analisis kelayakan usaha menggunakan *Net Present Value, Initial Rate of Return, Return of Investment, dan Profitability Index.*

6.1 Rencana Kebutuhan Investasi

Pada tahap awal pendirian perusahaan, PT Utama *Event Solution* melakukan penanaman modal sebesar Rp 100.000.000,- (seratus juta rupiah) dengan pembagian seperti pada Tabel 6.1 di bawah ini:

Tabel 6.1

Rencana Investasi PT Utama *Event Solution*

Nama	Nilai Saham	Persentase
Dandy Yusuf Satrio	Rp 45.000.000	45%
Avidanty Azzahra	Rp 25.000.000	25%
Hanifah Firyal Noor Halimah	Rp 15.000.000	15%
Shafa Putri Yeridzka	Rp 15.000.000	15%
Total	Rp 100.000.000	100%

Sumber: PT Utama *Event Solution*, tahun 2022

6.2 Anggaran Biaya Produk Penjualan

Anggaran biaya pokok penjualan merupakan anggaran yang ditetapkan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan produk utama perusahaan, yaitu *membership*. Adapun anggaran biaya produk utama pada tahun 2023 dibagi menjadi tiga, yaitu anggaran biaya produk *membership (seller) premium*, *membership (seller) reguler* dan *membership user (buyer)*. Rincian biaya per bulannya dijelaskan pada lampiran 34.

Anggaran biaya produk per tahun untuk *membership buyer* dapat dilihat pada Tabel 6.2 di bawah ini:

Tabel 6.2
Anggaran Biaya Produk *Membership Buyer (User)*

Tahun 2023					
BUYER					
No	Uraian		Qty		FC
1	Hosting	Rp50,000	12	Bulan	Rp600,000
2	Domain	Rp35,000	12	Bulan	Rp420,000
3	Payment Gateway	Rp4,000	125	Transaksi	Rp500,000
Total					Rp1,520,000
Tahun 2024					
BUYER					
No	Uraian		Qty		FC
1	Hosting	Rp51,500	12	Bulan	Rp618,000
2	Domain	Rp36,050	12	Bulan	Rp432,600
3	Payment Gateway	Rp4,120	249	Transaksi	Rp1,025,880
Total					Rp2,076,480
Tahun 2025					
BUYER					
No	Uraian		Qty		FC
1	Hosting	Rp53,045	12	Bulan	Rp636,540
2	Domain	Rp37,132	12	Bulan	Rp445,578
3	Payment Gateway	Rp4,244	467	Transaksi	Rp1,981,761
Total					Rp3,063,879

Sumber: PT Utama Event Solution, tahun 2022



Hak Cipta :

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

Anggaran biaya produk per tahun untuk *membership seller premium* dapat dilihat pada Tabel 6.3 di bawah ini:

Tabel 6.3

Anggaran Biaya Produk *Membership Seller Premium* (Vendor)

Tahun 2023					
SELLER (Premium)					
No	Uraian		Qty		FC
1	Domain	Rp35,000	12	Bulan	Rp420,000
2	Payment Gateway	Rp4,000	75	transaction	Rp300,000
Total					Rp720,000
Tahun 2024					
SELLER (Premium)					
No	Uraian		Qty		FC
1	Domain	Rp36,050	12	bulan	Rp432,600
2	Payment Gateway	Rp4,120	99	transaction	Rp407,880
Total					Rp840,480
Tahun 2025					
SELLER (Premium)					
No	Uraian		Qty		FC
1	Domain	Rp37,132	12	bulan	Rp445,578
2	Payment Gateway	Rp4,244	152	transaction	Rp645,027
Total					Rp1,090,605

Sumber: PT Utama Event Solution, tahun 2022

Anggaran biaya produk per tahun untuk *membership seller reguler* dapat dilihat pada Tabel 6.4 di bawah ini:

Tabel 6.4

Anggaran Biaya Produk *Membership Seller Reguler* (Vendor)

Tahun 2023					
SELLER (Reguler)					
No	Uraian		Qty		FC
1	Domain	Rp35,000	12	bulan	Rp420,000
2	Payment Gateway	Rp4,000	38	transaction	Rp152,000
Total					Rp572,000



Hak Cipta :

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

Lanjutan Tabel 6.4

Tahun 2024					
SELLER (Reguler)					
No	Uraian		Qty		FC
1	Domain	Rp36,050	12	bulan	Rp432,600
2	Payment Gateway	Rp4,120	53	transaction	Rp218,360
Total					Rp650,960

Tahun 2025					
SELLER (Reguler)					
No	Uraian		Qty		FC
1	Domain	Rp37,132	12	bulan	Rp445,578
2	Payment Gateway	Rp4,244	92	transaction	Rp390,411
Total					Rp835,989

Sumber: PT Utama Event Solution, tahun 2022

6.3 Proyeksi Penjualan

Berdasarkan dengan perkiraan proyeksi penjualan yang telah dibahas pada Bab 3, sesuai perhitungan tren yang dilakukan terhadap para pesaing sehingga menghasilkan gambaran *marketshare* yang bisa dijadikan peluang oleh perusahaan. Gambaran proyeksi penjualan dapat dilihat pada Tabel 6.5 di bawah ini:

Tabel 6.5
Proyeksi Penjualan PT Utama Event Solution

PRODUK UTAMA					
TAHUN 2023					
No.	Nama Produk	Harga Jual/Tahun	Target	Total Target	TOTAL
1	Membership Premium (Seller)	Rp1,399,000	75	113	Rp87,437,500
2	Membership Reguler (Seller)	Rp1,099,000	38		Rp41,762,000
3	Membership Reguler (Buyer)	Rp119,000	125	125	Rp14,875,000
TOTAL PROYEKSI		Rp2,617,000			Rp144,074,500



Hak Cipta :

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

Lanjutan Tabel 6.5

TAHUN 2024					
No.	Nama Produk	Harga Jual/Tahun	Target	Total Target	TOTAL
1	Membership Premium (Seller)	Rp1,440,970	99	152	Rp149,860,880
2	Membership Reguler (Seller)	Rp1,131,970	53		Rp64,522,290
3	Membership Reguler (Buyer)	Rp122,570	249	249	Rp30,519,930
TOTAL PROYEKSI		Rp2,695,510			Rp244,903,100
TAHUN 2025					
No.	Nama Produk	Harga Jual/Tahun	Target	Total Target	TOTAL
1	Membership Premium (Seller)	Rp1,484,199	152	244	Rp237,471,856
2	Membership Reguler (Seller)	Rp1,165,929	92		Rp111,929,194
3	Membership Reguler (Buyer)	Rp126,247	467	467	Rp58,957,396
TOTAL PROYEKSI		Rp2,776,375			Rp408,358,445

Sumber: PT Utama Event Solution, tahun 2022

Berdasarkan pada Tabel 6.5 diatas, perusahaan mengalami peningkatan proyeksi penjualan produk utama di setiap tahunnya. Pada tahun 2023, perusahaan mempunyai target *membership buyer* dan *seller* sebanyak 238 *member*. Pada tahun 2024, perusahaan mempunyai target *membership buyer* dan *seller* sebanyak 401 *member*. Pada tahun 2025, perusahaan mempunyai target *membership buyer* dan *seller* sebanyak 711 *member*. Rincian proyeksi penjualan per bulan dapat dilihat pada lampiran 35.

6.4 Proyeksi Arus Kas

Proyeksi arus kas PT Utama *Event Solution* menggambarkan alur keluar masuknya uang dalam kurun waktu 3 tahun, terhitung sejak tahun 2022 sampai tahun 2025. Proyeksi ini memperlihatkan penerimaan kas yang berasal dari modal

Hak Cipta :

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

investasi dan pendapatan, yang selanjutnya akan dikurangi oleh pengeluaran kas yang berasal dari beban pokok penjualan, beban operasional dan beban-beban lainnya serta pajak yang wajib dibayarkan setiap tahunnya.

Perusahaan membuat proyeksi arus kas mingguan pada tahap pra operasional yaitu pada bulan Oktober – Desember 2022 dan dilanjutkan dengan pembuatan arus kas per bulan terhitung dari Januari hingga Desember dalam kurun waktu 2023 hingga 2025 dapat dilihat pada lampiran 36.

Gambaran proyeksi arus kas *general* PT *Hutama Event Solution* dapat dilihat pada Tabel 6.6 di bawah ini:

Tabel 6.6
Proyeksi Arus Kas *General* PT *Hutama Event Solution*

KETERANGAN	TAHUN			
	2022	2023	2024	2025
PENERIMAAN / CASH IN				
Saldo kas awal	Rp100,000,000	Rp30,574,500	Rp42,759,345	Rp125,601,491
Pendapatan Penjualan				
Produk Utama				
Membership Seller (Premium)		Rp87,437,500	Rp142,656,030	Rp225,598,263
Membership Seller (Reguler)		Rp41,762,000	Rp59,994,410	Rp108,431,406
Membership Buyer (Reguler)		Rp14,875,000	Rp30,519,930	Rp58,957,396
Produk Pendukung				
Digital Advertising: Instagram		Rp649,350	Rp1,183,316	Rp1,748,735
Digital Advertising: Website		Rp516,150	Rp1,046,120	Rp1,607,423
Jasa Konsultasi		Rp527,250	Rp1,846,430	Rp3,244,285
Komisi Transaksi Penjualan				
0 - Rp 5.000.000		Rp7,430,000	Rp16,960,000	Rp31,450,000
Rp 5.000.000 - Rp 25.000.000		Rp27,600,000	Rp63,900,000	Rp106,740,000
Rp 25.000.000 - Rp 75.000.000		Rp5,800,000	Rp20,800,000	Rp45,400,000
> Rp 75.000.000		Rp6,750,000	Rp27,450,000	Rp31,500,000
TOTAL PENERIMAAN KAS	Rp100,000,000	Rp223,921,750	Rp409,115,580	Rp740,278,999
PENGELUARAN / CASH OUT				
Beban Pokok Penjualan	-	Rp7,925,000	Rp15,709,670	Rp26,643,626

Hak Cipta :

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



Lanjutan Tabel 6.6

Beban Operasional				
Beban Pendirian Perusahaan	Rp6,000,000			
Beban Promosi		Rp11,310,000	Rp4,511,400	Rp3,055,392
Beban Listrik			Rp3,182,700	Rp3,278,181
Beban Internet dan Telepon			Rp2,864,430	Rp2,950,363
Beban Pemeliharaan			Rp824,000	Rp848,720
Beban Sewa Virtual Office	Rp468,000	Rp1,928,160	Rp1,986,005	Rp2,045,585
Beban Pembuatan Website Aplikasi	Rp62,000,000			
Beban Percetakan	Rp957,500			
Beban Peralatan			Rp14,004,000	
Beban Perlengkapan		Rp1,270,600	Rp2,437,495	Rp2,510,620
Total Beban Operasional	Rp69,425,500	Rp14,508,760	Rp29,810,030	Rp14,688,861
Beban Gaji		Rp142,560,000	Rp213,580,800	Rp219,870,587
Beban BPJS		Rp12,441,600	Rp17,086,464	Rp17,599,058
Beban Pajak				
PPH 21 Perorangan (5%)				Rp58,818
PPH Badan 23 (2%)		Rp3,727,045	Rp7,327,125	Rp12,293,550
TOTAL PENGELUARAN KAS	Rp69,425,500	Rp181,162,405	Rp283,514,088	Rp291,154,500
SALDO KAS AKHIR	Rp30,574,500	Rp42,759,345	Rp125,601,491	Rp449,124,498

Sumber: PT Utama Event Solution, tahun 2022

6.5 Neraca Keuangan

Neraca keuangan memperlihatkan ringkasan dari posisi keuangan perusahaan per 31 Desember mulai dari tahun 2022 sampai dengan tahun 2025 terkait total aktiva yang terdiri dari kas, peralatan dan penyusutan dengan total kewajiban yaitu laba perusahaan ditambah dengan ekuitas atau modal akhir 31 Desember.

Gambaran neraca keuangan PT Utama Event Solution dapat dilihat pada

Tabel 6.7 di bawah ini:

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

Tabel 6.7

Neraca Keuangan PT Utama Event Solution

KETERANGAN	TAHUN			
	2022	2023	2024	2025
AKTIVA				
Aktiva Lancar				
Kas	Rp30,574,500	Rp42,759,345	Rp125,601,491	Rp449,124,498
Total Aktiva Lancar	Rp30,574,500	Rp42,759,345	Rp125,601,491	Rp449,124,498
Aktiva Tetap				
Peralatan Kantor			Rp14,004,000	Rp 14,004,000
Akum. Penyusutan Peralatan Kantor			Rp1,616,625	Rp 3,233,250
Total Aktiva Tetap			Rp12,387,375	Rp 10,770,750
JUMLAH AKTIVA	Rp30,574,500	Rp42,759,345	Rp137,988,866	Rp459,895,248
PASIVA				
Kewajiban Lancar				
Hutang				
Total Kewajiban				
Ekuitas				
Modal	Rp100,000,000	Rp30,574,500	Rp42,759,345	Rp137,988,866
Laba/Rugi	-Rp69,425,500	Rp12,184,845	Rp95,229,521	Rp321,906,382
Total Ekuitas	Rp30,574,500	Rp42,759,345	Rp137,988,866	Rp459,895,248
JUMLAH PASIVA	Rp30,574,500	Rp42,759,345	Rp137,988,866	Rp459,895,248

Sumber: PT Utama Event Solution, tahun 2022

6.6 Prakiraan Laba Rugi

Laporan laba rugi merupakan salah satu faktor yang menentukan kelayakan suatu bisnis atau usaha untuk dijalankan. Prakiraan laba rugi yang dimiliki oleh PT Utama Event Solution berisikan laporan tentang jumlah pendapatan penjualan yang diperoleh perusahaan dan jumlah pengeluaran perusahaan setiap tahunnya. Kemudian, pendapatan penjualan dikurangi dengan keseluruhan beban yang harus dikeluarkan oleh maka akan mendapatkan nilai uang yang disebut laba atau rugi.

Apabila hasil nilai yang muncul diakhir merupakan negatif, maka nilai tersebut merupakan nilai kerugian. Berdasarkan hasil laporan yang ada, usaha yang

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

direncanakan oleh perusahaan dapat dikatakan layak untuk dijalankan. Laporan Laba Rugi perusahaan dapat dilihat pada Tabel 6.8 di bawah ini:

Tabel 6.8
Prakiraan Laba Rugi PT Utama Event Solution

KETERANGAN	TAHUN			
	2022	2023	2024	2025
Pendapatan Penjualan		Rp193,347,250	Rp366,356,235	Rp614,677,508
Beban Pokok Penjualan		Rp7,925,000	Rp15,709,670	Rp26,643,626
Laba Kotor	Rp0	Rp185,422,250	Rp350,646,565	Rp588,033,881
Beban Operasional				
Beban Pendirian Perusahaan	Rp6,000,000			
Beban Promosi		Rp11,310,000	Rp4,511,400	Rp3,055,392
Beban Listrik dan Air			Rp3,182,700	Rp3,278,181
Beban Internet dan Telepon			Rp2,864,430	Rp2,950,363
Beban Pemeliharaan AC			Rp824,000	Rp848,720
Beban Sewa Virtual Office	Rp468,000	Rp1,928,160	Rp1,986,005	Rp2,045,585
Beban Pembuatan Web Aplikasi	Rp62,000,000			
Beban Percetakan	Rp957,500			
Beban Perlengkapan		Rp1,270,600	Rp2,437,495	Rp2,510,620
Beban Gaji		Rp142,560,000	Rp213,580,800	Rp219,870,587
Beban THR				
Beban BPJS		Rp12,441,600	Rp17,086,464	Rp17,599,058
Total Beban Operasional	Rp69,425,500	Rp169,510,360	Rp246,473,294	Rp252,158,506
Beban Penyusutan				
Penyusutan Peralatan			Rp1,616,625	Rp1,616,625
Total Penyusutan			Rp1,616,625	Rp1,616,625
Total Pengeluaran	Rp69,425,500	Rp169,510,360	Rp248,089,919	Rp253,775,131
Penghasilan Sebelum Pajak	-Rp69,425,500	Rp15,911,890	Rp102,556,646	Rp334,258,751
PPH 21 Perorangan (5%)				Rp58,818
PPH 23 Badan (2%)		Rp3,727,045	Rp7,327,125	Rp12,293,550
Laba Bersih Setelah Pajak	-Rp69,425,500	Rp12,184,845	Rp95,229,521	Rp321,906,382

Sumber: PT Utama Event Solution, tahun 2022

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

6.7 Prakiraan Perubahan Modal

Laporan perubahan modal merupakan gambaran dari peningkatan atau penurunan aktiva bersih atau kekayaan sebuah perusahaan. Laporan perubahan modal ini dijadikan sebagai acuan untuk mengetahui posisi modal akhir yang digunakan PT *Hutama Event Solution*. Laporan perubahan modal perusahaan dapat dilihat pada Tabel 6.9 di bawah ini:

Tabel 6.9

Prakiraan Perubahan Modal PT *Hutama Event Solution*

KETERANGAN	TAHUN			
	2022	2023	2024	2025
Modal Awal per Januari	Rp100,000,000	Rp30,574,500	Rp42,759,345	Rp137,988,866
Laba/Rugi Bersih	-Rp69,425,500	Rp12,184,845	Rp95,229,521	Rp321,906,382
Modal Akhir per Desember	Rp30,574,500	Rp42,759,345	Rp137,988,866	Rp459,895,248

Sumber: PT *Hutama Event Solution*, tahun 2022

6.8 Analisis *Payback Period*

Payback Period adalah suatu periode yang diperlukan untuk dapat menutup kembali pengeluaran investasi dengan menggunakan aliran kas bersih. Pengembalian di suatu periode yang akan datang ini diartikan sebagai laba bersih perusahaan pada periode tersebut ditambah penyusutan peralatan. PT *Hutama Event Solution* melakukan analisis *Payback Period* dengan tujuan untuk mengukur waktu yang diperlukan untuk modal investasi kembali, tercatat mulai dari tahun ke-0 dimana modal investasi dikeluarkan (*outlays*).

Analisis *payback period* dilakukan dengan cara menghitung arus kas bersih yang dihasilkan dari penjualan pendapatan setelah pajak dan penyusutan tiap tahunnya dengan menggunakan rumus: Perhitungan *payback period* perusahaan dapat dilihat pada Tabel 6.10 di bawah ini:



Hak Cipta :

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

Tabel 6.10

Analisis *Payback Period* PT Utama Event Solution

Perhitungan Arus Kas Bersih				
Arus Kas Bersih Tahun	=	Laba Setelah Pajak	+	Penyusutan (Proceed)
2022	=	-Rp69,425,500	+	-Rp69,425,500
2023	=	Rp12,184,845	+	Rp12,184,845
2024	=	Rp95,229,521	+	Rp1,616,625 Rp96,846,146
2025	=	Rp321,906,382	+	Rp1,616,625 Rp323,523,007

Payback Period		
Tahun	Arus Kas Bersih (Proceed)	Akumulasi Kas Masuk (Initial Rate)
Tahun 0 (Outlays)		-Rp100,000,000
Tahun 1 (2022)	-Rp69,425,500	-Rp169,425,500
Tahun 2 (2023)	Rp12,184,845	-Rp157,240,655
Tahun 3 (2024)	Rp96,846,146	-Rp60,394,509
Tahun 4 (2025)	Rp323,523,007	Rp263,128,498

Perhitungan Rinci Payback Period				
PP= $N + (a-b) / (c-b) \times 1 \text{ Tahun}$				
	n+	(a-b)	/	(c-b) x 1 Tahun
PP=	3 +	Rp3,153,854		Rp226,676,861
		3.013913436	x	1 Tahun
		0.01391343595	x	12 Bulan
		0.1669612314	x	30 Hari
Maka, modal investasi akan kembali pada 3 Tahun 5 Hari				

Sumber: PT Utama Event Solution, tahun 2022

6.9 Analisis *Net Present Value*

Net Present Value atau NPV mengestimasi nilai sekarang pada sebuah proyek, asset ataupun investasi yang berdasarkan pada arus kas yang akan keluar akan disesuaikan dengan suku bunga dan harga pembelian awal. PT Utama Event Solution melakukan analisis *Net Present Value* dengan tujuan untuk menghitung arus kas yang diperkirakan pada masa yang akan datang dan telah melalui proses perhitungan diskonto pada masa saat itu.



Hak Cipta :

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

PT Utama Event Solution menggunakan tingkat suku bunga 6% dari Bank Mandiri sebelum pandemi dengan perhitungan sebagai berikut:

Tabel 6.11

Analisis *Net Present Value* PT Utama Event Solution

$Fv = 1/(1+i)^n$	$i = \text{Suku Bunga (6\%=0,06)}$ $n = \text{Tahun, n (pangkat)}$
Tahun 1	0.943396226
Tahun 2	0.889996440
Tahun 3	0.839619283
Tahun 4	0.792093663

Tahun	Diskonto		Arus Kas Bersih	Present Value
Initial Investment				
1 (2022)	0.943396226		-Rp69,425,500	-Rp 65,495,755
2 (2023)	0.889996440	x	Rp12,184,845	Rp 11,495,137
3 (2024)	0.839619283	x	Rp95,229,521	Rp 84,753,935
4 (2025)	0.792093663	x	Rp321,906,382	Rp 270,278,806
PV dari Arus Kas Bersih				Rp 301,032,123
Modal				Rp100,000,000
Net Present Value = PV Proceed - PV Outlays				Rp 201,032,123
NPV= Rp 201,032,123				
NPV>0, Perusahaan Layak Dijalankan				

Sumber: PT Utama Event Solution, tahun 2022

Dari analisa diatas, terlihat hasil perhitungan kas selama lima tahun mendatang dengan nilai *Net Present Value* mencapai Rp 201,032,123 dimana nilai tersebut menunjukkan nilai positif karena NPV lebih besar dari nol, sehingga nilai investasi pada PT Utama Event Solution dapat dikatakan layak.



Hak Cipta :

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



Hak Cipta :

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

6.10 Internal Rate of Return

Internal Rate of Return (IRR) merupakan sebuah indikator tingkat efisiensi dari sebuah investasi. IRR adalah metode untuk menghitung tingkat bunga (*discount rate*) yang membuat nilai sekarang dari seluruh perkiraan arus kas masuk sama dengan nilai sekarang dari ekspektasi arus kas keluar (Hazen, 2009).

Maksudnya, IRR merupakan tingkat bunga yang menyamakan nilai sekarang (*present value*) dengan nilai investasi suatu usaha. Dengan kata lain, IRR adalah tingkat bunga yang menghasilkan $NPV = 0$. Untuk menghitung *Internal Rate of Return* diperlukan data *Net Present Value (NPV)* positif dan data NPV Negatif. Berikut adalah rumus yang digunakan perusahaan dalam menghitung *Internal Rate of Return (IRR)*:

$$IRR = R_k + \frac{NPV R_k}{PV R_k - PV R_b} \times (R_b - R_k)$$

Keterangan:

IRR: *Initial Rate of Return*

R_k: Tingkat suku bunga terendah

R_b: Tingkat suku bunga tertinggi

NPV R_k: *Net Present Value* tingkat suku bunga terendah

PV R_k: *Present Value* tingkat suku bunga tertinggi

PV R_b: *Present Value* tingkat suku bunga terendah

Dalam menghitung IRR, perusahaan menetapkan suku bunga terendah 6% dan suku bunga tertinggi 49%. Perhitungan IRR perusahaan dapat dilihat pada Tabel 6.12 di bawah ini:

Tabel 6.12

Analisis *Internal Rate of Return* PT Utama Event Solution

Tingkat Bunga	PV of Proceed	-	PV of Outlays	=	NPV
6%	Rp 301,032,123	-	Rp100,000,000	=	Rp 201,032,123
49%	Rp 99,587,234	-	Rp100,000,000	=	-Rp 412,766

$Fv = 1/(1+i)^n$	$i = \text{Suku Bunga (49\%=0,49)}$ $n = \text{Tahun, } n \text{ (pangkat)}$
Tahun 1	0.671
Tahun 2	0.450
Tahun 3	0.302
Tahun 4	0.203

Tahun	Diskonto		Arus Kas Bersih	Present Value
Initial Investment				
1 (2022)	0.671	x	-Rp69,425,500	-Rp 46,594,295
2 (2023)	0.450	x	Rp12,184,845	Rp 5,488,422
3 (2024)	0.302	x	Rp95,229,521	Rp 28,788,086
4 (2025)	0.203	x	Rp321,906,382	Rp 65,310,726
PV dari Arus Kas Bersih				Rp 99,587,234
Modal				Rp100,000,000
Net Present Value = PV Proceed - PV Outlays				-Rp 412,766

IRR=	RK	+	NPV RK PV RK - PV RB	x	(RB-RK)
IRR=	6%	+	Rp 201,032,123	x	43%
			Rp 201,444,888		
IRR=	0.06	+	0.9979509742	x	0.41
IRR=	0.06	+	0.4091598994		
IRR=	0.4691598994				
IRR=	46.92%				

Sumber: PT Utama Event Solution, tahun 2022

6.11 Return of Investment

Metode *Return on Investment* digunakan untuk menghitung keuntungan dengan membagi antara laba bersih dengan nilai investasi. Rasio ini digunakan



Hak Cipta :

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

untuk menghitung besaran kembalinya dana investasi terhadap untung yang diterima dalam bentuk persentase. Berikut rumus yang digunakan oleh perusahaan:

$$\text{ROI} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$$

Hasil perhitungan *Return on Investment* (ROI) yang didapatkan perusahaan dapat dilihat pada Tabel 6.13 di bawah ini:

Tabel 6.13
Return on Investment PT Utama Event Solution

TAHUN	LABA BERSIH	TOTAL AKTIVA	ROI
2022	-Rp69,425,500	Rp30,574,500	-227%
2023	Rp12,184,845	Rp42,759,345	28%
2024	Rp95,229,521	Rp137,988,866	69%
2025	Rp321,906,382	Rp459,895,248	70%

Sumber: PT Utama Event Solution, tahun 2022

Dari hasil cara menghitung ROI di atas terlihat bahwa hasil persentase mencapai angka 28% di tahun 2023, yaitu setara dengan Rp 42,759,345. Selanjutnya di tahun 2024 meningkat menjadi 69% atau setara dengan Rp 137,988,866 dan di tahun 2025 ROI yang dihasilkan sebesar 70% atau setara dengan Rp 459,895,248.

6.12 Profitability Index

Profitability Index adalah metode penilaian investasi yang dilakukan dengan membandingkan nilai arus kas masa mendatang dengan nilai pengeluaran investasi masa sekarang. Dengan kata lain, PI adalah perbandingan *present value*



Hak Cipta :

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

(PV) kas masuk dengan PV kas keluar. *Profitability Index* dihitung dengan mencari nilai *Present Value* perkiraan arus kas yang akan diterima dari investasi. Kemudian akan dibandingkan dengan jumlah nilai investasi proyek tersebut.

Berikut perhitungan *Profitability Index* PT Utama Event Solution dapat dilihat pada tabel 6.14.

Tabel 6.14
Profitability Index PT Utama Event Solution

Profitability Index					
Tahun	Diskonto		Proceed		PV Proceed
1 (2022)	0.943396226		-Rp69,425,500		-Rp 65,495,755
2 (2023)	0.889996440	x	Rp12,184,845	=	Rp 10,844,469
3 (2024)	0.839619283	X	Rp96,846,146	=	Rp 81,313,892
4 (2025)	0.792093663	X	Rp323,523,007	=	Rp 256,260,524
Total Present Value dari Proceed					Rp 282,923,130
PV Outlays					Rp100,000,000

Profitability Index	=	$\frac{\text{PV Proceed}}{\text{PV Outlays}}$
	=	$\frac{\text{Rp 282,923,130}}{\text{Rp100,000,000}}$
	=	2.829231295

Sumber: PT Utama Event Solution, tahun 2022

Dalam tabel terlihat bahwa nilai *Profitability Index* PT Utama Event Solution sebesar 2,8. Hal tersebut menandakan bahwa investasi yang ditanamkan pada PT Utama Event Solution menguntungkan.



Hak Cipta :

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