

INTISARI

Perkembangan industri periklanan di Indonesia saat ini sudah mengalami berbagai macam perubahan. Penggunaan media luar ruang saat ini juga mengalami pergeseran dengan mulai maraknya penggunaan LED display. Mengantisipasi hal tersebut, PT Tjipto Pariwara Mandiri sebuah perusahaan periklanan khususnya media luar ruang berencana menambah produk baru media luar ruang digital yaitu LED display. Oleh karena itu, dibutuhkan perencanaan bisnis yang baik agar PT Tjipto Pariwara Mandiri dapat terus bersaing di industri periklanan.

Rencana bisnis ini dirancang menggunakan beberapa metode analisis data yaitu teori PESTEL, *Five Forces of Porter*, SWOT, peta empati, model bisnis kanvas dan rencana bisnis. Instrumen yang digunakan adalah wawancara untuk pengumpulan data lalu dianalisis untuk menentukan kelayakan dari segi bisnis. Wawancara dilakukan dengan pihak eksternal perusahaan yaitu perusahaan yang memiliki produk LED display dan juga pelanggan potensial serta pihak internal perusahaan.

Berdasarkan hasil analisis kelayakan, pembangunan LED display layak untuk dijalankan dengan modal awal sebesar Rp 779.092.000,-. Pada analisis perhitungan yang menggunakan analisis sensitivitas, rencana bisnis ini menunjukkan hasil yang positif. Pada skenario normal didapatkan NPV sebesar Rp 2.741.261.345,07 dengan IRR 95% dan *payback period* selama 2 tahun.

Kata Kunci; industri periklanan, teknologi, led display, PESTEL, model bisnis kanvas, analisis kelayakan bisnis

ABSTRACT

The development of the advertising industry in Indonesia today has undergone various changes. The use of outdoor media is currently also experiencing a shift with the widespread use of LED displays. Anticipating this, PT Tjipto Pariwara Mandiri, an advertising company, especially outdoor media, plans to add new digital outdoor media products, namely LED displays. Therefore, a good business plan is needed so that PT Tjipto Pariwara Mandiri can continue to compete in the advertising industry.

This business plan is designed using several data analysis methods, namely PESTEL theory, Five Forces of Porter, SWOT, empathy map, business model canvas and business plan. The instrument used is interviews for data collection and then analyzed to determine business feasibility. Interviews were conducted with external parties, namely companies that have LED display products as well as potential customers and internal parties of the company.

Based on the results of the feasibility analysis, the LED display construction is feasible to run with an initial capital of Rp. 779,092,000,-. In the calculation analysis that uses sensitivity analysis, this business plan shows positive results. In the normal scenario, the NPV is Rp. 2.741.261.345,07 with an IRR of 95% and a payback period of 2 years.

Keywords; advertising industry, technology, led display, PESTEL, business model canvas, business feasibility analysis