

**PERANCANGAN BISNIS LUXSPACE: PLATFORM DIGITAL
AUGMENTED REALITY EVENT ORGANIZER**



SKRIPSI

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT UNTUK MEMPEROLEH GELAR
SARJANA STRATA SATU DALAM INFORMATIKA**

Disusun oleh:

Defany Khoirunnisa

NIM. 21106050014

**PROGRAM STUDI INFORMATIKA
FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2025

HALAMAN PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 540971 Fax. (0274) 519739 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1632/Un.02/DST/PP.00.9/08/2025

Tugas Akhir dengan judul : PERANCANGAN BISNIS LUXSPACE: PLATFORM DIGITAL AUGMENTED REALITY EVENT ORGANIZER

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : DEFANY KHOIRUNNISA
Nomor Induk Mahasiswa : 21106050014
Telah diujikan pada : Selasa, 29 Juli 2025
Nilai ujian Tugas Akhir : A

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Sains dan Teknologi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Dr. Ir. Sumarsono, S.T., M.Kom.
SIGNED

Valid ID: 6892e641aba2b



Penguji I

Muhammad Mustakim, S.T. M.T.
SIGNED

Valid ID: 6891cc2e54ece



Penguji II

Dwi Otik Kurniawati, M.Eng.
SIGNED

Valid ID: 689163d75c601



Yogyakarta, 29 Juli 2025
UIN Sunan Kalijaga

Dekan Fakultas Sains dan Teknologi

Prof. Dr. Dra. Hj. Khurul Wardati, M.Si.
SIGNED

Valid ID: 6894270e9bb3c

PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Defany Khoirunnisa
NIM : 21106050014
Program Studi : Informatika
Fakultas : Sains dan Teknologi
Dosen Pembimbing : Dr. Ir. Sumarsono, S.T., M.Kom.

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir saya yang berjudul “Perancangan Bisnis Luxspace: Platform Digital Augmented Reality Event Organizer” merupakan hasil karya saya sendiri, tidak terdapat pada karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di perguruan tinggi mana pun, dan sepanjang pengetahuan saya, tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Berdasarkan pernyataan tersebut, Tugas Akhir ini saya ajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana bidang Informatika pada Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Yogyakarta, 22 Juli 2025

Yang menyatakan,



Defany Khoirunnisa

NIM. 21106050014

SURAT PERSETUJUAN TUGAS AKHIR



Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga



FM-UINSK-BM-05-03/R0

SURAT PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Hal : Surat Persetujuan Tugas Akhir

Lamp : -

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Sains dan Teknologi

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk, mengoreksi, serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa Tugas Akhir saudara:

Nama : Defany Khoirunnisa

NIM : 21106050014

Judul Tugas Akhir : Perancangan Bisnis Luxspace: Platform Digital
Augmented Reality Event Organizer

sudah dapat diajukan kembali kepada Program Studi Informatika, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) dalam Program Studi Informatika.

Dengan ini kami berharap agar Tugas Akhir tersebut dapat segera di-munaqasyahkan. Atas perhatiannya, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 23 Juli 2025

Pembimbing,

Dr. Ir. Sumarsono, S.T., M.Kom.

NIP. 19710209 200501 1 003

LEMBAR PEDOMAN PENGGUNAAN TUGAS AKHIR

Tugas akhir ini tidak dipublikasikan, tetapi tersedia di perpustakaan dalam lingkungan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, diperkenankan dipakai sebagai referensi kepustakaan, tetapi pengutipan harus seizin penyusun, dan harus menyebutkan sumbernya sesuai dengan kebiasaan ilmiah. Dokumen Tugas Akhir ini merupakan hak milik UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.



KATA PENGANTAR

Alhamdulillahillahirabbil ‘alamin, puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, Tuhan Semesta Alam atas limpahan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“PERANCANGAN BISNIS LUXSPACE: PLATFORM DIGITAL AUGMENTED REALITY EVENT ORGANIZER”** dengan lancar dan tepat waktu. Shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada junjungan Nabi Muhammad SAW, suri teladan umat sepanjang zaman, beserta keluarga, sahabat, dan para pengikutnya hingga akhir zaman. Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Informatika, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari perjuangan, baik dari segi waktu, tenaga, maupun pikiran. Setiap tantangan yang datang mengajarkan arti konsistensi, ketekunan, dan kesabaran. Dalam sunyi malam dan riuh siang, skripsi ini ditulis dengan penuh keyakinan bahwa setiap proses, seberat apa pun, akan berbuah hasil. Meski tidak luput dari kekurangan, karya ini menjadi jejak dari perjalanan panjang penuh doa dan usaha.

Dalam kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada berbagai pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, serta semangat selama proses penyusunan skripsi ini berlangsung. Ucapan terima kasih secara khusus penulis tujukan kepada:

1. Papa saya, Syar'in Toib dan Mama saya, Endang Susilawati terima kasih yang sedalam-dalamnya atas kasih dan kebaikan yang selalu hadir tanpa diminta, doa yang tak pernah putus, serta pengorbanan yang tak terbalas. Setiap langkah yang berhasil Fany raih tak lepas dari cinta, dan dukungan dari Papa dan Mama. Terima kasih atas semua kebaikan yang Papa Mama berikan ke Fany. Skripsi ini Fany persembahkan sepenuh hati sebagai wujud cinta terdalam dan rasa

syukur yang tak terhingga, untuk dua nama yang selalu menjadi alasan Fany melangkah lebih jauh: Papa dan Mama.

2. Abang saya, Wirson dan Ngah saya, Silfia Mona Aryani terima kasih Fany ucapkan dari lubuk hati terdalam, atas kasih dan kebaikan yang senantiasa Abang dan Ngah berikan ke Fany. Dalam setiap langkah yang Fany tempuh, dukungan kalian selalu hadir, meski tak selalu terucap, namun senantiasa terasa hangat. Segala kebaikan yang kalian tanam dalam hidup Fany, selamanya akan terkenang, dan semoga Allah membalas semua kebaikan itu. Terima kasih telah menjadi cahaya dalam perjalanan ini, cahaya yang tak pernah padam, bahkan di saat segalanya terasa gelap.
3. Kakak saya, Erlinda Yulia dan Mas Aris Tri Oktavianto terima kasih yang tulus Fany sampaikan atas segala perhatian, semangat, dan motivasi yang tak pernah putus kalian berikan. Di tengah lelah dan ragu, suara kalian menjadi pengingat yang menenangkan, bahwa langkah ini harus terus dilanjutkan. Terima kasih telah hadir sebagai penyemangat Fany selama menulis skripsi ini, yang hingga akhirnya skripsi ini terselesaikan.
4. Adik saya, Destria Zahra (Ashey) yang selalu menjadi teman setia di tengah fase lelah dan jenuh saat menyusun skripsi ini. Terima kasih Kakak ucapkan atas semua dukungan yang Ade berikan demi Kakak kembali semangat lagi ngerjain skripsi.
5. Bapak Dr. Ir. Sumarsono, S.T., M.Kom., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan waktu, arahan, serta bimbingan selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas ilmu, masukan, dan motivasi yang Bapak berikan, yang sangat membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.
6. Bapak Eko Hadi Gunawan, M.Eng., selaku dosen yang telah memberikan waktu, arahan, serta bimbingan selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas ilmu, masukan, dan motivasi yang Bapak berikan, yang sangat membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.
7. Seluruh dosen di Program Studi Informatika, Fakultas Sains dan Teknologi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, yang telah memberikan ilmu, bimbingan, dan dukungan selama masa perkuliahan penulis.

8. Sahabat Lintas Strata, Bu Guru Rahmawati, S.Pd., Kak Nur Hamidah Ramadani, S.Si., Mba Doktor Alfi Kamaliah, S.Ag., M.A., terutama Bu Guru Rahma, terima kasih sudah menjadi teman setia dalam proses penyusunan tugas akhir ini. Terima kasih atas kebersamaan, dukungan, dan semangat dari kalian untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Semoga kita semua dimudahkan dalam menyelesaikan perjuangan akademik masing-masing menuju gelar Sarjana, Magister, dan Doktor sebagaimana yang kita cita-citakan bersama.
9. Teman-teman grup Asdos, Zamzam, dan Raisa. Juga Barudak Basa-basi Sorowajan, Fariz dan Koko Ghosit yang selalu membantu, menyemangati, dan mengajak penulis untuk segera menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih sudah menjadi teman dan bagian penting yang membantu penulis bertahan dan akhirnya menyelesaikan tugas akhir ini.
10. Semua teman-teman Informatika 2021 yang tak dapat disebutkan satu per satu. Terima kasih atas motivasi, bantuan, dan kebersamaan selama masa-masa perkuliahan.
11. Ucapan terima kasih yang tulus penulis sampaikan kepada semua pihak yang telah berkontribusi, mendukung, dan mendoakan keberhasilan penulis.

Yogyakarta, 22 Juli 2025

Penulis

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Defany Khoirunnisa

NIM. 21106050014

HALAMAN MOTTO

“Kuasai dunia dengan ilmu, jalannya adalah belajar, senjatanya
adalah menulis, kekuatannya berasal dari membaca. Maka
Iqra’, Bacalah!”

Dr. Fahrudin Faiz

“Apapun yang menjadi takdirmu, ia akan mencari
jalannya sendiri untuk menemukan mu”

Ali Bin Abi Thalib



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR.....	iii
SURAT PERSETUJUAN TUGAS AKHIR	iv
LEMBAR PEDOMAN PENGGUNAAN TUGAS AKHIR.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
HALAMAN MOTTO	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xv
INTISARI	xvii
ABSTRACT	xviii
BAB I	
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Batasan Masalah.....	3
1.4 Tujuan Rancangan Bisnis	4
1.5 Manfaat Rancangan Bisnis.....	4
BAB II	
KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI	5
2.1 Tinjauan Pustaka.....	5
2.2 Landasan Teori	8
2.2.1 Platform Digital.....	8
2.2.2 Desain Interior.....	10
2.2.3 Unified Modelling Language (UML)	11
2.2.4 Desain Analisis Proses Bisnis BPMN.....	12
2.2.5 <i>Fishbone</i> Diagram.....	14
2.2.6 Teknologi Augmented Reality (AR)	14
2.2.7 Event Organizer	15
2.2.8 Analisis Kelayakan Bisnis	16
2.2.9 Net Present Value (NPV)	18
2.2.10 Payback Period (PP).....	19

2.2.11	Break Even Point (BEP).....	19
2.2.12	Internal Rate Return (IRR).....	20
BAB III		
ANALISIS DAN PERANCANGAN BISNIS.....		21
3.1	Gambaran Umum Bisnis	21
3.1.1	Deskripsi Perusahaan	22
3.1.2	Visi dan Misi	23
3.1.3	Produk dan Layanan.....	24
3.1.4	Prospek Jangka Panjang	26
3.2	Analisis Kelayakan Bisnis	28
3.2.1	Analisis Industri Menggunakan SWOT	28
3.2.2	Ukuran Industri	30
3.2.3	Pertumbuhan Industri	33
3.2.4	Tren Industri	35
3.2.5	Faktor Kunci Keberhasilan	37
3.3	Perencanaan Bisnis	43
3.3.1	Rencana Pemasaran.....	43
3.3.2	Rencana Operasi.....	45
3.3.2.1	Pendekatan Umum Operasional.....	46
3.3.2.2	Fasilitas dan Peralatan.....	47
3.3.3	Struktur Organisasi.....	48
3.3.4	Jadwal Keseluruhan	50
3.4	Proyeksi Keuangan dan Rencana Pendanaan Bisnis.....	53
3.4.1	Model Pendapatan.....	53
3.4.2	Biaya Tetap dan Variabel.....	55
3.4.3	Proyeksi Penjualan.....	56
3.4.4	Sumber Dana.....	70
3.4.5	Penggunaan Dana.....	70
3.4.6	Laporan Laba Rugi.....	73
BAB IV		
HASIL DAN PEMBAHASAN		75
4.1	Rencana Desain dan Pengembangan Sistem	75
4.1.1	Infrastruktur Sistem.....	76
4.1.2	Penyimpanan Data	77
4.1.3	Perancangan Sistem	78

4.2 Desain Antarmuka Pengguna	80
4.2.1 Tampilan <i>Welcome Screen</i> LuxSpace.....	81
4.2.2 Tampilan Pelanggan	81
4.2.3 Tampilan Mitra <i>Event Organizer</i>	98
4.3 Analisis Kelayakan Finansial	110
4.3.1 Break Even Point (BEP).....	110
4.3.2 Payback Period (PP).....	110
4.3.3 Net Present Value (NPV)	111
4.3.4 Internal Rate Return	112
4.3.5 Hasil Penilaian	113
4.4 Hasil Pengujian Sistem.....	114
4.4.1 Wawancara Pengguna (<i>User Interview</i>).....	114
4.4.2 Pengujian Prototype Aplikasi	123
BAB V	
KESIMPULAN.....	130
5.1 Kesimpulan.....	130
5.2 Saran	131
DAFTAR PUSTAKA.....	133

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Logo LuxSpace	22
Gambar 3. 2 Kalender Event Tahunan Yogyakarta Tahun 2025	30
Gambar 3. 3 Cuplikan Kalender Event Bulan Juni 2025	31
Gambar 3. 4 Pasar AR Global berdasarkan Komponen, 2020–2030 (dalam Miliar USD)	34
Gambar 3. 5 Diagram Fishbone Faktor Kunci Keberhasilan Bisnis Luxspace.....	38
Gambar 3. 6 Struktur Perusahaan Aplikasi LuxSpace	49
Gambar 4. 1 Alur Sistem Penyimpanan Data LuxSpace.....	77
Gambar 4. 2 Use Case Diagram Aplikasi LuxSpace.....	79
Gambar 4. 3 Diagram BPMN Aplikasi LuxSpace	80
Gambar 4. 4 Halaman Welcome Screen.....	81
Gambar 4. 5 menampilkan antarmuka halaman login pelanggan	82
Gambar 4. 6 menampilkan antarmuka halaman registrasi pelanggan.....	82
Gambar 4. 7 menampilkan halaman profil pelanggan versi reguler	83
Gambar 4. 8 Halaman profil pelanggan premium.....	84
Gambar 4. 9 Halaman Beranda	85
Gambar 4. 10 Halaman profil EO premium.....	87
Gambar 4. 11 Galeri dokumentasi dengan fitur Scan AR.....	88
Gambar 4. 12 Halaman simulasi visual dekorasi acara dengan fitur Augmented Reality	89
Gambar 4. 13 Halaman kota tempat berlangsungnya acara.....	90
Gambar 4. 14 menampilkan antarmuka filter layanan	90
Gambar 4. 15 menampilkan antarmuka pilih tanggal acara.....	91
Gambar 4. 16 Menu tambahan khusus pesanan	92
Gambar 4. 17 Menu pengisian data pemesanan.....	92
Gambar 4. 18 Menu tanggal konsultasi	93
Gambar 4. 19 Menu pemilihan jadwal konsul versi premium.....	94
Gambar 4. 20 Menu pembayaran	95
Gambar 4. 21 Menu review pemesanan layanan	95
Gambar 4. 22 Antarmuka pembayaran berhasil.....	96
Gambar 4. 23 Menu riwayat pesanan dan beri ulasan	97
Gambar 4. 24 Menu Rating dan Review	97
Gambar 4. 25 Halaman Daftar Mitra EO	98
Gambar 4. 26 Daftar Mitra EO dengan memasukkan nomor hp	99
Gambar 4. 27 Halaman pilih kota operasional.....	99
Gambar 4. 28 Halaman pilih spesialisasi mitra.....	100
Gambar 4. 29 halaman upload berkas mitra.....	100
Gambar 4. 30 Halaman Verifikasi Mitra EO.....	101

Gambar 4. 31 Halaman notifikasi penerimaan mitra EO.....	102
Gambar 4. 32 Halaman profil Mitra EO reguler.....	103
Gambar 4. 33 Halaman profil Mitra EO premium.....	103
Gambar 4. 34 Halaman Beranda Toko mitra di platform LuxSpace.....	104
Gambar 4. 35 Halaman menambahkan portofolio layanan dan Desain AR	106
Gambar 4. 36 Halaman edit portofolio layanan.....	106
Gambar 4. 37 Halaman Konfirmasi Pesanan	107
Gambar 4. 38 Halaman Riwayat Transaksi Pelanggan	108
Gambar 4. 39 Status pesanan yang selesai dan masuk ke halaman penghasilan mitra	109
Gambar 4. 40 Ulasan pelanggan yang dapat ditanggapi oleh mitra.....	109
Gambar 4. 41 Profil Nisa'aza Syar'i WO	117
Gambar 4. 42 Profil PlayOn Sportainment EO	118
Gambar 4. 43 Profil INDONEO.COM	118
Gambar 4. 44 Profil Shiva Bridal WO	121
Gambar 4. 45 dokumentasi pengujian prototype kepada pengguna	125
Gambar 4. 46 Dokumentasi pengujian prototype kepada Mitra EO di Yogyakarta	127
Gambar 4. 47 Dokumentasi penjelasan prototype kepada Mitra EO di Lombok	127
Gambar 4. 48 Dokumentasi bersama Mitra EO di Lombok	128

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Fitur LuxSpace dari Pengguna	24
Tabel 3. 2 Fitur LuxSpace dari Mitra EO.....	25
Tabel 3. 3 Prospek Jangka Panjang	26
Tabel 3. 4 Jumlah peristiwa nikah menurut lokasi	32
Tabel 3. 5 Posisi dan tanggung jawab anggota	49
Tabel 3. 6 Penjadwalan Proyek	51
Tabel 3. 7 Skema Model Pendapatan LuxSpace	54
Tabel 3. 8 Biaya Tetap	55
Tabel 3. 9 Biaya Variabel	56
Tabel 3. 10 Proyeksi Tahun Pertama	57
Tabel 3. 11 Proyeksi Pendapatan dari Potongan Biaya Layanan Transaksi yang Dibebankan Kepada Pengguna	57
Tabel 3. 12 Proyeksi Pendapatan dari Potongan Biaya Layanan Transaksi yang Dibebankan Kepada EO	58
Tabel 3. 13 Proyeksi Pendapatan dari Iklan yang disediakan dalam Platform	58
Tabel 3. 14 Proyeksi pendapatan dari langganan paket Premium, baik dari sisi pengguna maupun EO	58
Tabel 3. 15 Proyeksi pendapatan LuxSpace pada tahun pertama	59
Tabel 3. 16 Proyeksi tahun kedua	59
Tabel 3. 17 Proyeksi pendapatan dari potongan biaya layanan transaksi yang dibebankan kepada pengguna	60
Tabel 3. 18 Proyeksi pendapatan dari potongan biaya layanan transaksi yang dibebankan kepada EO.....	60
Tabel 3. 19 Proyeksi pendapatan dari iklan yang disediakan dalam platform	61
Tabel 3. 20 Proyeksi pendapatan dari langganan paket Premium, baik dari sisi pengguna maupun EO	61
Tabel 3. 21 Proyeksi pendapatan LuxSpace pada tahun kedua.....	61
Tabel 3. 22 Proyeksi tahun ketiga	62
Tabel 3. 23 Proyeksi pendapatan dari potongan biaya layanan transaksi yang dibebankan kepada pengguna	62
Tabel 3. 24 Proyeksi pendapatan dari potongan biaya layanan transaksi yang dibebankan kepada EO.....	63
Tabel 3. 25 Proyeksi pendapatan dari iklan yang disediakan dalam platform	63
Tabel 3. 26 Proyeksi pendapatan dari langganan paket Premium, baik dari sisi pengguna maupun EO	63
Tabel 3. 27 Proyeksi pendapatan LuxSpace pada tahun ketiga	64
Tabel 3. 28 Proyeksi tahun keempat	65

Tabel 3. 29 Proyeksi pendapatan dari potongan biaya layanan transaksi yang dibebankan kepada pengguna	65
Tabel 3. 30 Proyeksi pendapatan dari potongan biaya layanan transaksi yang dibebankan kepada EO.....	65
Tabel 3. 31 Proyeksi pendapatan dari iklan yang disediakan dalam platform	66
Tabel 3. 32 Proyeksi pendapatan dari langganan paket Premium, baik dari sisi pengguna maupun EO	66
Tabel 3. 33 Proyeksi pendapatan LuxSpace pada tahun keempat.....	67
Tabel 3. 34 Proyeksi tahun kelima	68
Tabel 3. 35 Proyeksi pendapatan dari potongan biaya layanan transaksi yang dibebankan kepada pengguna	68
Tabel 3. 36 Proyeksi pendapatan dari potongan biaya layanan transaksi yang dibebankan kepada EO.....	68
Tabel 3. 37 Proyeksi pendapatan dari iklan yang disediakan dalam platform	69
Tabel 3. 38 Proyeksi pendapatan dari langganan paket Premium, baik dari sisi pengguna maupun EO	69
Tabel 3. 39 Proyeksi pendapatan LuxSpace pada tahun kelima	69
Tabel 3. 40 Biaya Tetap.....	71
Tabel 3. 41 Biaya Variabel	71
Tabel 3. 42 Penggunaan dan selama 5 tahun.....	72
Tabel 3. 43 Laba Rugi Pertama.....	74
Tabel 4. 1 Perhitungan PV r1 dan r2	113
Tabel 4. 2 Hasil Penilaian Studi Kelayakan Bisnis	113

PERANCANGAN BISNIS LUXSPACE: PLATFORM DIGITAL AUGMENTED REALITY EVENT ORGANIZER

Defany Khoirunnisa

21106050014

INTISARI

Industri *event organizer* (EO) di Indonesia terus berkembang seiring meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap layanan penyelenggaraan acara yang praktis dan profesional. Namun, proses pemilihan penyedia jasa EO yang tepat masih menjadi tantangan karena keterbatasan informasi dan transparansi. LuxSpace hadir sebagai solusi inovatif melalui platform digital yang mengintegrasikan teknologi *Augmented Reality* (AR) untuk memvisualisasikan konsep acara secara interaktif. Penelitian ini mencakup perancangan model bisnis LuxSpace melalui pendekatan analisis SWOT, analisis industri, dan studi kelayakan finansial. Prototype aplikasi dikembangkan menggunakan Figma dan diuji langsung kepada calon pengguna serta mitra EO. Hasil pengujian menunjukkan bahwa fitur AR, direktori vendor, dan tampilan aplikasi mendapat respons positif. Dari sisi kelayakan finansial, perhitungan menunjukkan bahwa proyek ini layak dijalankan dengan nilai *Break Even Point* (BEP) sebesar Rp612.458.823, *Payback Period* 1 tahun 4 bulan, *Net Present Value* (NPV) Rp11.564.031.771, dan *Internal Rate of Return* (IRR) 60,90%. Dengan fokus awal di Yogyakarta, LuxSpace memiliki peluang ekspansi ke kota-kota potensial lainnya di Indonesia serta menjadi platform digital EO yang relevan dan kompetitif.

Kata Kunci: LuxSpace, *Event Organizer*, *Augmented Reality*, Perancangan Bisnis, Platform Digital.

BUSINESS DESIGN LUXSPACE: DIGITAL AUGMENTED REALITY EVENT ORGANIZER PLATFORM

Defany Khoirunnisa

21106050014

ABSTRACT

The event organizer (EO) industry in Indonesia continues to grow in line with the increasing public demand for practical and professional event management services. However, selecting the right EO service provider remains a challenge due to limited information and lack of service transparency. LuxSpace emerges as an innovative solution by offering a digital platform integrated with Augmented Reality (AR) technology to visualize event concepts more interactively. This study involves the design of the LuxSpace business model using SWOT analysis, industry analysis, and financial feasibility studies. The application prototype was developed using Figma and tested directly with potential users and EO partners. The testing results indicate that the AR feature, vendor directory, and overall interface received positive responses. From a financial perspective, the calculations show that the project is feasible, with a Break Even Point (BEP) of Rp612,458,823, a Payback Period of 1 year and 4 months, a Net Present Value (NPV) of Rp11,564,031,771, and an Internal Rate of Return (IRR) of 60.90%. Starting from Yogyakarta, LuxSpace has strong potential to expand into other promising cities in Indonesia and to become a relevant and competitive digital EO platform.

Keywords: *LuxSpace, Event Organizer, Augmented Reality, Business Planning, Digital Platform.*

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan industri *event* dan gaya hidup di Indonesia menunjukkan perkembangan yang signifikan. Berdasarkan riset dari Bisnis.com dan *Founder Backstagers* Indonesia, industri *event organizer* memiliki pertumbuhan sekitar 15% hingga 20% sejak tahun 2016 dengan nilai industri lebih dari Rp500 triliun. Dan saat ini sudah ada sekitar 4.000 pelaku usaha dengan serapan tenaga kerja formal sekitar 40.000 orang[1]. Industri ini tidak hanya berkembang dari sisi kuantitas acara, tetapi juga dari segi kualitas dan kebutuhan akan personalisasi serta eksklusivitas acara yang semakin meningkat. Menurut Harry D. Nugraha, Pendiri Indonesia Professional Organizer Summit (IPOS), pada tahun 2022, nilai bisnis event di Indonesia mencapai antara Rp34,5 triliun hingga Rp164,4 triliun, dengan jumlah event yang diselenggarakan mencapai 1.725 hingga 2.950 per tahun. Hal ini menunjukkan pertumbuhan signifikan dan konsisten dalam industri event di Indonesia, yang menjadi indikator meningkatnya permintaan terhadap layanan penyelenggaraan acara yang profesional dan inovatif[2].

Meningkatnya tingkat kepercayaan konsumen terhadap layanan penyelenggara acara, kini konsumen tidak lagi hanya mencari ruang yang fungsional, tetapi juga menginginkan tempat yang mampu merepresentasikan identitas acara secara estetis dan eksklusif. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen mengharapkan layanan yang efektif, profesional, dan mudah diakses kapanpun dan dimanapun untuk memenuhi kebutuhan acara secara menyeluruh. Kondisi ini menunjukkan bahwa prospek pertumbuhan bisnis penyelenggaraan acara di masa mendatang sangat menjanjikan. Salah satu keunggulan utama dari platform LuxSpace adalah penerapan teknologi Augmented Reality (AR) dalam fitur desain ruang. Dengan teknologi AR, pengguna dapat melihat pratinjau desain tata letak dan dekorasi ruang secara langsung melalui perangkat mereka sebelum menyewa, memberikan pengalaman interaktif dan imersif yang belum ditawarkan oleh

platform penyewaan ruang lainnya. Hal ini menjadi pembeda signifikan yang menjawab kebutuhan konsumen modern terhadap visualisasi dan perencanaan acara yang detail dan realistis.

Kota Yogyakarta, yang dikenal sebagai pusat budaya, pariwisata, dan pendidikan, menjadi salah satu lokasi strategis dengan potensi besar dalam penyelenggaraan berbagai acara, mulai dari pernikahan, *gala dinner*, seminar internasional, hingga peluncuran produk skala nasional. Keunggulan ini didukung oleh ketersediaan infrastruktur dan fasilitas yang memadai, termasuk hotel berbintang, pusat konvensi, serta aksesibilitas yang baik melalui berbagai moda transportasi. Menurut penelitian oleh Anisa Ulfa Arrayan (2015), ketersediaan fasilitas seperti ruang pertemuan dan ballroom di hampir seluruh hotel berbintang di Yogyakarta menjadi faktor utama dalam mendukung pertumbuhan wisata MICE (Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition) di kota ini. Lebih lanjut, studi oleh Heri Setyawan, Djuni Akbar, dan Christina L. Rudatin (2014) menunjukkan bahwa Yogyakarta memperoleh skor 3,34 dari skala 5 dalam pemetaan destinasi MICE di Indonesia, menempatkannya di atas kategori "cukup" dan menunjukkan potensi yang signifikan untuk pengembangan lebih lanjut. Hal ini mencerminkan bahwa meskipun Yogyakarta memiliki potensi besar, masih terdapat ruang untuk peningkatan dalam hal promosi, koordinasi antar-stakeholder, dan pengembangan fasilitas yang lebih modern dan berstandar internasional[3].

LuxSpace hadir sebagai respons terhadap kebutuhan tersebut, dengan dirancang sebagai platform digital yang mengintegrasikan layanan penyewaan dan desain ruang acara mewah dengan keunggulan fitur Augmented Reality. Rancangan ini difokuskan pada perancangan dan analisis kelayakan bisnis LuxSpace sebagai platform inovatif berbasis digital, yang tidak hanya menawarkan efisiensi dan fleksibilitas, tetapi juga meningkatkan daya saing industri event di Kota Yogyakarta. Platform ini diharapkan dapat menyediakan solusi yang inovatif dan efisien, sekaligus mendukung peningkatan kualitas layanan dalam penyelenggaraan acara mewah di Kota Yogyakarta. Inovasi yang ditawarkan LuxSpace juga berpotensi memberikan kontribusi terhadap perkembangan ekonomi lokal dan industri kreatif di wilayah tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, permasalahan yang dijadikan objek pada proyek ini adalah bagaimana merancang strategi pengembangan platform Luxspace dapat menjadi solusi efektif dalam mempertemukan pengguna dengan penyedia jasa layanan *Event Organizer* sehingga menciptakan peluang bisnis yang menguntungkan?

1.3 Batasan Masalah

Dalam Perancangan Bisnis LuxSpace terdapat beberapa batasan masalah yang akan dibahas agar pembahasan masalah dapat terarah dengan baik dan tidak menyimpang dari pokok permasalahan, maka permasalahan dibatasi sebagai berikut:

1. Perancangan bisnis ini berfokus pada aspek profitabilitas, kualitas layanan, serta manfaat dari keunggulan dan fitur eksklusif yang ditawarkan platform, dengan Rancangan yang menitikberatkan pada hubungan antara pengguna dan *event organizer* tanpa membahas secara rinci peran pihak ketiga seperti penyedia catering.
2. Batasan masalah mencakup analisis kelayakan finansial LuxSpace, termasuk estimasi biaya pengembangan, proyeksi pendapatan, serta analisis investasi yang diperlukan.
3. Pengembangan aplikasi ini dibatasi sebagai aplikasi mobile, tidak mencakup pengembangan untuk versi lain.
4. Pengujian yang dilakukan adalah pengujian prototipe dalam skala kecil untuk mendapatkan umpan balik terkait antarmuka pengguna (UI), pengalaman pengguna (UX), serta efektivitas fitur pemesanan ruang acara, dengan prototipe yang hanya mencakup beberapa fitur utama yang relevan guna menunjukkan nilai bisnis dan potensi inovasi LuxSpace.
5. Rancangan ini berfokus pada analisis kelayakan bisnis LuxSpace dengan implementasi awal di wilayah Kota Yogyakarta. Namun, proyeksi bisnis dan

rencana strategis jangka panjang turut mempertimbangkan potensi ekspansi ke wilayah lain di Indonesia.

1.4 Tujuan Rancangan Bisnis

Tujuan rancangan bisnis ini adalah mengembangkan platform LuxSpace agar dapat menjadi solusi efektif dalam mempertemukan pengguna dengan penyedia jasa layanan *Event Organizer*, sehingga menciptakan peluang bisnis yang menguntungkan.

1.5 Manfaat Rancangan Bisnis

1. Aplikasi dirancang untuk menawarkan solusi efektif dalam menghubungkan pengguna dengan vendor secara optimal, sehingga memberikan kemudahan dalam mencari, memilih, dan memesan ruang acara sesuai kebutuhan. Dengan fitur personalisasi desain dan antarmuka yang ramah pengguna, konsumen dapat mengakses berbagai pilihan ruang yang memenuhi standar estetika dan fungsionalitas dengan lebih efisien.
2. Memberikan perspektif finansial terkait kelayakan bisnis LuxSpace, sebab didalam rancangan bisnis ini memberikan gambaran yang jelas mengenai nilai pasar dan potensi profitabilitas dari platform ini sehingga dapat menjadi bahan pertimbangan bagi investor atau mitra untuk berinvestasi dan berkolaborasi dalam pengembangan LuxSpace. Dengan analisis finansial yang komprehensif, investor dan mitra dapat menilai risiko serta peluang bisnis, sehingga mendukung strategi pertumbuhan yang berkelanjutan dan inovatif.
3. Rancangan bisnis LuxSpace bermanfaat bagi mahasiswa yang tertarik pada teknologi digital, manajemen bisnis, dan industri kreatif dengan menjadi referensi dalam pengembangan startup di sektor penyewaan dan desain ruang acara, sekaligus menumbuhkan jiwa kreatif dan semangat kewirausahaan dalam menghadapi perkembangan teknologi dan industri modern.

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan perancangan yang telah dilakukan, LuxSpace berhasil membangun prospek bisnis yang potensial sebagai solusi inovatif dalam mempertemukan pengguna dengan penyedia jasa layanan *Event Organizer* untuk berbagai macam acara di Yogyakarta. Dengan mengusung pendekatan digital berbasis teknologi *Augmented Reality* (AR), platform ini tidak hanya memfasilitasi pemesanan layanan, tetapi juga menghadirkan pengalaman visualisasi yang interaktif dan realistis bagi calon pelanggan dalam memvisualisasikan konsep acara mereka.

Dari sisi kelayakan finansial, hasil perhitungan menunjukkan bahwa proyek ini layak untuk dijalankan. Berdasarkan hasil analisis, diperoleh indikator finansial utama yang semuanya memenuhi standar kelayakan:

1. BEP menunjukkan bahwa penjualan tahunan lebih besar dari nilai BEP sebesar Rp612.458.823, yang berarti proyek mampu menutup seluruh biaya tetap dan variabel dengan pendapatan yang diperoleh. Hal ini menandakan kemampuan bisnis untuk mencapai titik impas secara sehat dalam siklus operasionalnya.
2. PP tercatat selama 1 tahun 4 bulan, yang jauh lebih cepat dari batas maksimum kelayakan yang ditetapkan, yaitu 5 tahun. Periode pengembalian investasi yang singkat ini menunjukkan tingkat efisiensi pengembalian modal yang tinggi.
3. NPV sebesar Rp11.564.031.771, yang berarti proyek menghasilkan nilai tambah bersih yang sangat positif setelah mempertimbangkan nilai waktu uang. NPV yang besar mengindikasikan bahwa investasi ini akan memberikan keuntungan bersih secara signifikan dalam jangka panjang.
4. IRR sebesar 60,90%, jauh melebihi tingkat diskonto yang diasumsikan (r), memperkuat keyakinan bahwa proyek ini menghasilkan pengembalian yang sangat tinggi dibandingkan biaya modal yang digunakan.

Dari aspek teknis, pengujian prototipe melalui simulasi langsung menggunakan Figma kepada pengguna dan mitra EO memberikan tanggapan positif. Baik pengguna maupun penyedia jasa EO menunjukkan ketertarikan dan antusiasme terhadap antarmuka aplikasi yang intuitif serta fitur-fitur unggulan seperti fitur AR, direktori mitra lengkap, dan sistem pemesanan terintegrasi. Meski demikian, terdapat sejumlah masukan yang akan menjadi pertimbangan untuk pengembangan ke versi berikutnya.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa LuxSpace merupakan platform digital yang prospektif, tidak hanya dari segi inovasi teknologi dan keunggulan produk, tetapi juga memiliki daya tarik pasar dan potensi keuntungan yang tinggi. Strategi bisnis yang dirancang dalam penelitian ini diharapkan mampu mendorong pengembangan ekosistem layanan EO berbasis digital di Indonesia, dimulai dari implementasi di Kota Yogyakarta sebagai lokasi awal, sekaligus membuka peluang ekspansi ke berbagai wilayah lain di masa mendatang.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil perancangan bisnis LuxSpace, terdapat beberapa saran yang dapat dipertimbangkan untuk pengembangan ke depan:

1. Meskipun pengguna memberikan respons positif terhadap fitur AR, masih dibutuhkan edukasi intensif kepada masyarakat mengenai manfaat dan cara penggunaan teknologi ini. LuxSpace dapat menyediakan materi edukatif seperti video tutorial, demo interaktif, atau kolaborasi dengan influencer digital untuk meningkatkan pemahaman pengguna.
2. Hasil pengujian menunjukkan bahwa UI/UX aplikasi cukup intuitif. Namun, tetap diperlukan iterasi lanjutan berdasarkan feedback pengguna untuk menyempurnakan kenyamanan navigasi, terutama dalam proses filter vendor, pencarian lokasi acara, dan integrasi AR agar lebih responsif di berbagai perangkat.
3. Setelah tahap implementasi, LuxSpace perlu melakukan evaluasi rutin terhadap performa sistem serta kepuasan pengguna dan mitra. Penyesuaian strategi

bisnis serta pengembangan teknis yang berkelanjutan akan menjadi kunci agar platform tetap relevan dan kompetitif di pasar digital event organizer.

4. Untuk memperkuat daya tarik platform, LuxSpace perlu memperluas jaringan mitra EO/WO di luar Yogyakarta, terutama di kota-kota besar seperti Jakarta, Bandung, dan Bali. Selain itu, disarankan agar layanan pendukung seperti *Make Up Artist*, MC, fotografer, dan penyedia hiburan juga dapat diakses secara mandiri oleh pengguna, sehingga platform menjadi lebih fleksibel dan komprehensif sesuai kebutuhan berbagai skala acara.



DAFTAR PUSTAKA

- [1] M. Richard, "Industri Event Organizer Diproyeksi Tumbuh 20% Tahun Ini," *Bisnis.com*, 2019.
<https://ekonomi.bisnis.com/read/20190213/12/888451/industri-event-organizer-diproyeksi-tumbuh-20-tahun-ini> (accessed Apr. 24, 2025).
- [2] R. Kami, "Indonesia Memiliki Potensi Bisnis Event yang Menjanjikan," 2024.
<https://www.hariankami.com/kami-internasional/23612362606/indonesia-memiliki-potensi-bisnis-event-yang-menjanjikan> (accessed Apr. 29, 2025).
- [3] H. Setyawan, D. Akbar, and C. L. Rudatin, "Pengembangan Destinasi Mice Di Jakarta Dan Yogyakarta," *Ekon. Bisnis*, vol. 12, no. 1, pp. 37–44, 2014, doi: 10.32722/eb.v12i1.651.
- [4] A. Nugroho *et al.*, "Rancang Bangun Aplikasi Penyewaan Ruangan Untuk Penyelenggaraan Event Berbasis Web Dengan Menggunakan Model Prototype," pp. 1–6.
- [5] R. Priskila, "PERTEMUAN DI KOTA PALANGKA RAYA BERBASIS WEB Design Conference Hall Rental Information System Of Palangka Raya City Based Website," vol. 13, no. 01, pp. 99–106, 2024.
- [6] D. Handoko, "Rancang Bangun Sistem Booking Online Wedding Organizer Berbasis Mobile," pp. 193–202, 2024.
- [7] H. Hasyim, M. Sarjan, and Muammar, "Sistem Informasi Event Organizer Berbasis Android," *J. Pegguruang Conf. Ser.*, vol. 3, no. 1, pp. 407–410, 2021, doi: <https://dx.doi.org/10.35329/jp.v3i1.2681>.
- [8] B. D. Juniansyah, E. R. Susanto, and A. D. Wahyudi, "Pembuatan E-Commerce Pemesanan Jasa Event Organizer Untuk Zero Seven Entertainment," *J. Tekno Kompak*, vol. 14, no. 1, p. 41, 2020, doi: 10.33365/jtk.v14i1.499.

- [9] R. Abrar, “Definisi Platform Digital? Ini Jenis & Manfaat Yang Perlu Diketahui,” *Next Digital*, 2023. <https://nextdigital.co.id/definisi-platform-digital/#:~:text=interaksi dengan pengajar.,5.,penyimpanan dana dan pengelolaan keuangan.>
- [10] L. V. Hanif, “Platform Digital Adalah: Pengertian, Jenis, dan Manfaatnya,” *toffee.dev*, 2023. <https://toffee.dev.com/blog/business-and-marketing/platform-digital-adalah/>
- [11] B. University, “Desain Interior Menjawab Tantangan di Era Digital,” *BINUS University Bandung*, 2019. <https://binus.ac.id/bandung/2019/03/desain-interior-menjawab-tantangan-di-era-digital/>
- [12] Siska Narulita, Ahmad Nugroho, and M. Zakki Abdillah, “Diagram Unified Modelling Language (UML) untuk Perancangan Sistem Informasi Manajemen Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (SIMLITABMAS),” *Bridg. J. Publ. Sist. Inf. dan Telekomun.*, vol. 2, no. 3, pp. 244–256, 2024, doi: 10.62951/bridge.v2i3.174.
- [13] Y. Syafitri, “Pemodelan Perangkat Lunak Berbasis UML Untuk Pengembangan Sistem Pemasaran Akbar Entertainment Natar Lampung Selatan,” *Cendikia*, vol. 12, no. 1, pp. 31–39, 2016.
- [14] C. Novian, Y. M. Idah, and Z. Rifai, “Pemodelan Proses Bisnis Pengadaan Barang (Stok) Menggunakan Pendekatan Business Process Modelling Notation (Bpmn),” *J. Inf. Syst. Manag.*, vol. 3, no. 2, pp. 63–69, 2022, doi: 10.24076/joism.2022v3i2.600.
- [15] V. Paradigm, “Apa itu BPMN?,” 2023.
- [16] Y. Hisprastin and I. Musfiroh, “Ishikawa Diagram dan Failure Mode Effect Analysis (FMEA) sebagai Metode yang Sering Digunakan dalam Manajemen Risiko Mutu di Industri,” *Maj. Farmasetika*, vol. 6, no. 1, p. 1, 2020, doi: 10.24198/mfarmasetika.v6i1.27106.
- [17] I. Team, “Mengenal Fishbone Diagram: Pengertian, Manfaat, Tujuan dan

Contohnya,” *Indonesia Productivity and Quality Institute (IPQI)*, 2021.

- [18] U. Palangka Raya and A. Septian Yudhistira, “Media Pembelajaran Mengenal Olahraga Bola dengan Menerapkan Augmented Reality (AR) Samuel Septa Munthe,” no. July, 2021, [Online]. Available: <https://www.researchgate.net/publication/352976752>
- [19] Senas, “Pemanfaatan Augmented Reality Sebagai Media Promosi Event Ktt G20 2022 Di Bali,” *ResearchGate*, no. December, pp. 0–10, 2022.
- [20] M. Martha, “Ingin Membuat Bisnis Event Organizer (EO)? Ini Langkah-Langkahnya!,” *Ruang Kerja*, 2024. [https://www.ruangkerja.id/blog/langkah-membuat-event-organizer-eo#:~:text=Apa Itu Event Organizer,lancar sesuai dengan harapan klien.](https://www.ruangkerja.id/blog/langkah-membuat-event-organizer-eo#:~:text=Apa%20itu%20Event%20Organizer,lancar%20sesuai%20dengan%20harapan%20klien.)
- [21] L. C. and B. Institute, “Event Organizer (EO) Adalah: Definisi, Jenis, & Kualifikasi,” 2023. <https://www.lspr.ac.id/jenis-kualifikasi-event-organizer/>
- [22] M. R. Rosyadi, “Studi Kelayakan Bisnis Pengembangan Usaha Kuliner Burjo Online,” 2011.
- [23] W. Contributors, “Analisis SWOT,” *Wikimedia Foundation*, 2025. https://id.wikipedia.org/wiki/Analisis_SWOT (accessed Jun. 17, 2025).
- [24] A. Fakhruddin, K. Yudhianto, and Y. S. Melly, *Perencanaan Bisnis*, Cetakan Pe. Yogyakarta, Indonesia: Deepublish (Grup Penerbitan CV BUDI UTAMA), 2022.
- [25] A. M. Sofwan, D. P. Putra, and L. Efendi, “Penerapan Metode Net Present Value (NPV) Pada Kelayakan Investasi Syariah Waralaba Mixue di Indonesia,” *Tsarwah*, vol. 8, no. 1, pp. 22–29, 2023, doi: 10.32678/tsarwah.v8i1.8679.
- [26] A. F. Nurfitriani and R. F. Suryawati, “Faktor-Faktor yang Memengaruhi Penerapan Payback Period sebagai Teknik Penganggaran Modal pada UMKM di Kota Bogor Annisa Fathia Nurfitriani Perencanaan dan

perhitungan modal ini terdapat pada aktivitas penganggaran modal . investasi dalam aktiva tetap unt,” *J. Manaj. dan Organ.*, vol. VIII, no. 2, pp. 89–102, 2017.

- [27] H. Maruta, “Analisis Break Even Point (Bep) Sebagai Dasar Perencanaan Laba Bagi Manajemen,” *J. Akuntansi Syariah*, pp. 9–28, 2018.
- [28] A. T. Herwandi, M. C. Darsono, and K. B. Sienatra, “Faktor kesuksesan event organizer musik dari sisi kepuasan pelanggan,” *J. EKUIVALENSI*, vol. 7, no. 1, pp. 18–37, 2021.
- [29] D. P. DIY, “Calendar of Event 2025: Dare to Explore, Thrive on Adventure,” *Visiting Jogja*, 2025. <https://visitingjogja.jogjaprov.go.id/webdinas/45877-calendar-of-event-2025-dare-to-explore-thrive-on-adventure/> (accessed Jun. 19, 2025).
- [30] E. (Redaksi), “Smesco Indonesia Tampilkan Wajah Baru, Perkuat Ekosistem Industri Event,” *EventNusantara.com*, 2025. <https://eventnusantara.com/smesco-indonesia-tampilkan-wajah-baru-perkuat-ekosistem-industri-event/> (accessed Jun. 19, 2025).
- [31] K. A. R. Indonesia, “Jumlah Peristiwa Nikah Menurut Lokasi Nikah,” *Direktorat Urusan Agama Islam dan Pembinaan Syariah, Kementerian Agama RI*, 2022. <https://satudata.kemenag.go.id/dataset/detail/jumlah-peristiwa-nikah-menurut-lokasi-nikah> (accessed Jun. 19, 2025).
- [32] P. J. Com, “Suka Duka Bisnis Wedding Organizer di Jogjakarta,” *Kumparan.com*, 2020. <https://kumparan.com/pandangan-jogja-com/suka-duka-bisnis-wedding-organizer-di-jogjakarta-1sle2gpqpU6/full> (accessed Jun. 19, 2025).
- [33] T. Permana, “Event Organizer sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Minat Pendengar Radio Unisi Yogyakarta,” *Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta*, 2015.
- [34] D. Wulandari, “Platform Eventori Tawarkan Solusi untuk Pelaku Industri

- Event Organizer,” *marcomm - News Trend*, 2020. <https://mix.co.id/marcomm/news-trend/platform-eventori-tawarkan-solusi-untuk-pelaku-industri-event-organizer/> (accessed Jun. 24, 2025).
- [35] A. P. J. I. I. (APJII), “APJII: Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang,” *apjii.or.id*, 2024. <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang> (accessed Jun. 19, 2025).
- [36] Inc., Grand View Research, “Augmented Reality Market,” *Grand View Research*, 2024. <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/augmented-reality-market> (accessed Jun. 19, 2025).
- [37] EventNusantara, “Industri Event 2024 Cetak Rp84,46 Triliun, Setelah Terpuruk Pasca Pandemi,” *PT Dynamo Media Network*, 2025. <https://eventnusantara.com/industri-event-2024-cetak-rp8446-triliun-setelah-terpuruk-pasca-pandemi/> (accessed Jun. 20, 2025).
- [38] Y. R. Amalia Nur Diana Dewi, “Analisis Key Success Factors sebagai Alat Mempertahankan Keunggulan Bersaing,” *J. Ilmu dan Ris. Akunt.*, vol. 5, no. 12, 2016.
- [39] E. Kadriyani, Mislinawati, and Aksarin, “Penerapan Biaya Diferensial Dalam Rangka Menerima Atau Menolak Pesanan Khusus Pada Kupu Brownies Atjeh, Banda Aceh,” *J. Ilm. Akunt.*, vol. 9, no. 2, pp. 114–128, 2022.
- [40] E. B. Wagiu, “Pemodelan Proses Bisnis Dengan Bpmn (Studi Kasus: Departemen Procurement Universitas Advent Indonesia),” *TeIka*, vol. 8, no. 2, pp. 39–44, 2018, doi: 10.36342/teika.v8i2.667.