

RINGKASAN EKSEKUTIF

Nusancara adalah bisnis yang dibangun dengan dasar optimisme terhadap kekayaan populasi dan keberagaman Indonesia yang tercerminkan dari banyaknya jumlah dan keberagaman komunitas. Keberagaman ini pun memiliki keterikatan yang kuat yang didasari oleh keterikatan antar visi, gagasan dan ide yang sama. Namun, tidak semua komunitas memiliki kapasitas dan kemampuan untuk berdiri sendiri. Sehingga hal ini menjadi peluang bagi para perusahaan atau *brand* untuk bekerja sama dengan komunitas untuk mencapai kepentingan bersama.

Setelah melakukan riset untuk proses validasi bisnis, Nusancara melihat adanya potensi yang dapat dijelajahi dengan *pains* dan *gains* yang dimiliki kedua belah pihak yang membutuhkan *brand* mereka untuk diaktifkan. Nusancara hadir sebagai *brand activator* yang mampu menaungi dan menjembatani kebutuhan kedua belah pihak yaitu komunitas dan *brand* yang memiliki visi atau ketertarikan yang sama dengan layanan *event* yang dapat bersifat *customizable*.

Nusancara melakukan *pivoting* menjadi perencanaan bisnis dikarenakan adanya kendala pandemi yang menghalangi pelaksanaan *event offline* dan menyebabkan ketidakpastian tinggi pada industri ini. Terlebih lagi *human capital* yang dimiliki anggota Nusancara belum cukup untuk mengeksekusi *event online* untuk mencapai tujuan bisnis.

Namun, industri ini memiliki prospek besar dengan pertumbuhan 25%, serta market value sebesar Rp500 triliun. Dengan strategi *market penetration* dan *database* yang kuat untuk dapat menjembatani *brand* dan komunitas lebih banyak lagi, prospek finansial yang dapat diraih Nusancara dengan analisis NPV mencapai sebesar Rp6,678,444, IRR sebesar 8%, ROI sebesar 266,8%, ROE sebesar 134,44%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa bisnis ini layak untuk dipertimbangkan dan dieksekusi.

Kata Kunci	:	<i>Event, Komunitas, Brand Activation, Brand Activator, Penyelenggaraan Acara</i>
Bidang Usaha	:	Layanan Jasa

EXECUTIVE SUMMARY

Nusancara is a newfound business with the founder's optimism towards Indonesia's massive population and diversity with many communities.

These diverse communities also have a strong foundation with aligned vision, principle and ideas. Nevertheless, not every community has the capacity and ability to stand independently. This is seen as the opportunity for brand to collaborate with communities for mutual interest.

Through the research and business validation process, Nusancara sees potential in exploring the pains and gains of these 2 stakeholders that need help in activating their brand. Nusancara is here to be the brand activator that is able to facilitate and bridge the mutual needs and interest of brand and communities through customized events.

Nusancara pivoted into a business plan due to the pandemic situation that causes uncertainties in this industry. Moreover, Nusancara's human capital is not sufficient enough to face the uncertainties and executing online events in order to achieve business objectives.

Nevertheless, this industry had a huge prospect with 25% industrial growth and market value up to Rp500 trillion. With market penetration strategies and strong database as enabler to bridges more communities and brands, Nusancara has a very attractive financial prospectus which is proven through a NPV of up to Rp6,678,444, IRR up to 8%, 266.8% on ROI, 134.44% ROE. Thus, concluding that this business is worth to be considered and executed.

Key Words	:	<i>Event, Community, Brand Activation, Brand Activator, Event Organizing</i>
Field of Business	:	<i>Service</i>