

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KELAYAKAN
BISNIS *EVENT* EQUESTRIAN PADA ARAGON MERDEKA
MASTER 2025 DI THE HUB INDONESIA**

**Disusun Sebagai Persyaratan Untuk Memperoleh Gela Sarjana Bisnis Digital
Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta**



Intelligentia - Dignitas

Disusun oleh:

Dorojatun Zaidan Latasa Muhammad

1710622002

**PROGRAM STUDI S1 BISNIS DIGITAL
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
TAHUN 2026**

**FACTORS INFLUENCING THE BUSINESS FEASIBILITY OF
EQUESTRIAN EVENTS A CASE STUDY OF ARAGON
MERDEKA MASTER 2025 AT THE HUB INDONESIA**

**Submitted for the Degree of Bachelor of Digital Business
Faculty of Economics and Business, Universitas Negeri Jakarta**



Intelligentia - Dignitas

Prepared by:

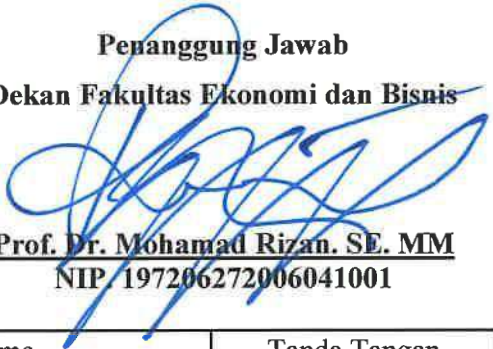
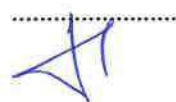
Dorojatun Zaidan Latasa Muhammad

1710622002

**BACHELOR OF DIGITAL BUSINESS
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

2026

Lembar Pengesahan Skripsi

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI			
Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  Prof. Dr. Mohamad Rizan. SE. MM NIP. 197206272006041001			
No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Dr. Munawaroh, M.Si NIP. 197503302008122002 (Ketua Sidang)		
2	Fauzan Fadlullah, S.Ak., M.Kom NIP. 199705232024061001 (Penguji 1)		
3	Ringga Sentagi Asa, S.Pd., M.Kom NIP 198904142024061001 (Penguji 2)		
4	Dr. Ryna Parlyna, M.B.A. NIP. 1977011120081220003 (Pembimbing 1)		
5	Sabo Hermawan, S.Kom., M.Si. NIP. 199102272024061001 (Pembimbing 2)		
Nama : Dorojatun Zaidan Latasa Muhammad No. Registrasi : 1710622002 Program Studi : S1 Bisnis Digital Tanggal Lulus : 20 Januari 2026			

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12
- dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
PERPUSTAKAAN DAN KEARSIPAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220

Telepon/Faksimili: 021-4894221

Laman: lib.unj.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Dorijatun Zaidan Latasa Muhammad
NIM : 1710622002
Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis / S1 Bisnis Digital
Alamat email : dorijatunzaidan@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan dan Kearsipan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Disertasi ☐ Lain-lain (.....)

yang berjudul :

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KELAYAKAN BISNIS *EVENT*
EQUESTRIAN PADA ARAGON MERDEKA MASTER 2025 DI THE HUB INDONESIA**

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan dan Kearsipan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 20 Januari 2026

Penulis

(Dorijatun Zaidan Latasa Muhammad)

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan daftar Pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta

Jakarta, 19 Januari 2026



Dorojatun Zaidan L.M.

1710622002

ABSTRAK

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kelayakan Bisnis Event Equestrian pada Aragon Merdeka Master 2025 di The Hub Indonesia

Penelitian ini memfokuskan analisis pada fenomena bisnis digital dalam industri *sport tourism* pasca pandemi, bukan evaluasi operasional *event*. Studi kasus Aragon Merdeka Master (AMM) 2025 di The Hub Indonesia ditempatkan sebagai konteks instrumental untuk memahami pergeseran fundamental dari ekonomi jasa menuju *Experience Economy*. Meskipun mencatat rekor partisipasi 1.751 entri, *event* ini menghadapi tantangan operasional signifikan berupa durasi kompetisi hingga pukul 03.00 WIB. Penelitian ini bertujuan menganalisis bagaimana *Event Experience Quality*, *Experiential Value*, dan *Willingness to Pay* berinteraksi dalam menentukan *Business Feasibility* di tengah dinamika antara tuntutan visual digital dan risiko etika *animal welfare*. Menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, data dikumpulkan melalui observasi jejak digital, studi arsip, dan wawancara mendalam, kemudian dianalisis menggunakan *Reflexive Thematic Analysis*. Landasan teoretis penelitian mengacu pada kerangka *Experiential Marketing* (Schmitt, 1999) dan *Experience Economy* (Pine & Gilmore, 1999). Hasil penelitian mengungkap fenomena *Phygital Gap*, di mana inovasi visual *night session* berhasil menciptakan citra kemegahan digital yang mengimbangi tantangan manajemen fisik di lapangan (P1). Ditemukan anomali perilaku konsumen digital di mana friksi operasional tidak menurunkan WTP (P2), karena peserta melakukan mekanisme kompensasi nilai dengan memprioritaskan validasi sosial di atas kenyamanan fisik (P3). Namun, disimpulkan bahwa model bisnis ini memiliki kelayakan yang rentan. Keuntungan finansial dari intensifikasi kapasitas (P4) menghadapi tantangan risiko reputasi dan potensi peninjauan *Social License to Operate* akibat isu kesejahteraan hewan (P5). Penelitian ini menyarankan transisi strategis dari model bisnis berbasis volume ke model berbasis nilai untuk keberlanjutan jangka panjang.

Kata Kunci: *Sport Tourism*, *Experience Economy*, *Experiential Marketing*, *Business Feasibility*, *Animal Welfare*.

ABSTRACT

Factors Influencing the Business Feasibility of Equestrian Event a Case Study of Aragon Merdeka Master 2025 at The Hub Indonesia

This research focuses the analysis on the digital business phenomenon within the post-pandemic sport tourism industry, rather than an operational evaluation of the event. The Aragon Merdeka Master (AMM) 2025 case study at The Hub Indonesia is positioned as an instrumental context to understand the fundamental shift from the service economy to the Experience Economy. Despite recording a record participation of 1,751 entries, this event faced significant operational challenges in the form of competition duration extending until 03:00 WIB. This study aims to analyze how Event Experience Quality, Experiential Value, and Willingness to Pay interact in determining Business Feasibility amidst the dynamics between digital visual demands and animal welfare ethical risks. Using a qualitative approach with a case study method, data were collected through digital footprint observation, archival study, and in-depth interviews, then analyzed using Reflexive Thematic Analysis. The theoretical foundation of the research refers to the frameworks of Experiential Marketing (Schmitt, 1999) and Experience Economy (Pine & Gilmore, 1999). The research results reveal the Phygital Gap phenomenon, where the visual innovation of the night session successfully created a digital image of grandeur that compensates for physical management constraints in the field (P1). A digital consumer behavior anomaly was found where operational friction did not decrease WTP (P2), because participants engaged in a value compensation mechanism by prioritizing social validation over physical comfort (P3). However, it is concluded that this business model has fragile feasibility. Financial profits from capacity intensification (P4) face reputational risk challenges and the potential review of the Social License to Operate due to animal welfare issues (P5). This study suggests a strategic transition from a volume-based business model to a value-based model for long-term sustainability.

Keywords: Sport Tourism, Experience Economy, Experiential Marketing, Business Feasibility, Animal Welfare.

KATA PENGANTAR

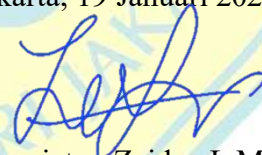
Puji syukur ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, hidayah, dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul **Faktor Faktor yang Mempengaruhi Kelayakan Bisnis Event Equestrian pada Aragon Merdeka Master 2025 di The Hub Indonesia**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Bisnis Digital pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta. Penelitian ini mengangkat fenomena menarik dalam industri *sport tourism* pasca pandemi, di mana terjadi ketegangan antara tuntutan visual digital dan realitas operasional fisik. Penulis menyadari bahwa proses penyusunan skripsi ini tidak lepas dari tantangan, namun berkat dukungan, bimbingan, dan doa dari berbagai pihak, karya tulis ini dapat diselesaikan dengan baik. Pada kesempatan ini, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Kedua Orang Tua tercinta, yang senantiasa memberikan doa tak putus, dukungan moral, serta materiil yang tak terhingga. Terima kasih telah menjadi sumber motivasi terbesar penulis untuk menyelesaikan pendidikan ini.
2. Prof. Dr. Mohamad Rizan, SE., MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta.
3. Dr. Ryna Parlyna, M.B.A., selaku Koordinator Program Studi Bisnis Digital sekaligus Dosen Pembimbing I, yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan arahan strategis, bimbingan yang detail, serta motivasi kepada penulis selama proses penelitian berlangsung.
4. Sabo Hermawan, S.Kom., M.Si., selaku Dosen Pembimbing II, atas segala masukan teknis, diskusi kritis, dan kesabarannya dalam membimbing penulis menajamkan analisis data dan metodologi penelitian.
5. Seluruh Dosen Program Studi Bisnis Digital FEB UNJ, yang telah membagikan ilmu pengetahuan dan wawasan yang sangat berharga selama masa perkuliahan.

6. Manajemen The Hub Indonesia dan Panitia Aragon Merdeka Master 2025, yang telah memberikan izin dan akses bagi penulis untuk melakukan observasi lapangan dan pengambilan data dalam lingkungan situasi sosial yang dinamis tersebut.
7. Para Informan Penelitian, terima kasih atas kesediaannya meluangkan waktu untuk berbagi perspektif, pengalaman, dan kejujuran yang menjadi data vital dalam penelitian ini.
8. Rekan-rekan seperjuangan Bisnis Digital Angkatan 2022, terima kasih atas diskusi, semangat, dan kebersamaan yang telah terjalin selama ini.
9. Keluarga besar BPRS ERA-FM UNJ, atas segala kebersamaan, dukungan, dan ruang nyaman yang diberikan kepada peneliti untuk menyelesaikan studi, segala ilmu dan pengalaman yang didapat di sini menjadi bekal berharga untuk perjalanan peneliti di masa depan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan di masa mendatang. Akhir kata, penulis berharap hasil penelitian mengenai dinamika *Experience Economy* dan *Experiential Marketing* ini dapat memberikan kontribusi bermanfaat, baik bagi pengembangan ilmu pengetahuan maupun bagi para praktisi industri *sport tourism* di Indonesia.

Jakarta, 19 Januari 2026



Dorajatun Zaidan L.M.

1710622002

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	10
1.3 Fokus Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.4.1 Manfaat Teoretis	11
1.4.2 Manfaat Praktis	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	12
2.1 Konsep yang Diteliti.....	12
2.1.1 <i>Experience Economy</i>	12
2.1.2 <i>Experiential Marketing</i>	13
2.1.3 <i>Business Feasibility</i>	15
2.1.4 <i>Event Experience Quality</i>	16
2.1.5 <i>Experiential Value</i>	18
2.1.6 <i>Willingness to Pay</i>	19

2.2 Penelitian Terdahulu	21
2.3 Proposisi Penelitian	29
BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian.....	33
3.1.1 Tempat Penelitian.....	33
3.1.2 Waktu Penelitian	34
3.2 Informan	35
3.2.1 Teknik Penentuan Informan.....	35
3.2.2 Kriteria Informan.....	36
3.2.3 Kategorisasi Informan	36
3.2.4 Ukuran Informan dan Penghentian Pengumpulan Data	38
3.3 Teknik Pengumpulan Data	38
3.3.1 <i>Digital Observation</i>	39
3.3.2 <i>Digital Archival Study</i>	39
3.3.3 Wawancara Mendalam	40
3.4 Keabsahan Data (<i>Trustworthiness</i>)	43
3.5 Teknik Analisis Data.....	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	48
4.1 Deskripsi Data.....	48
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	48
4.1.2 Profil Informan dan Validasi Data	50
4.2 Temuan Penelitian.....	51
4.2.1 Tema 1: The Visual Trap	54
4.2.2 Tema 2: The Currency of Prestige.....	56
4.2.3 Tema 3: Investment for Status	58

4.2.4 Tema 4: <i>The Silent Risk</i>	60
4.3 Pembahasan	60
4.3.1 The <i>Phygital</i> Gap.....	60
4.3.2 Kompensasi Nilai	61
4.3.3 Keberlanjutan Bisnis	62
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	64
5.1 Kesimpulan	64
5.2 Implikasi Penelitian.....	65
5.3 Keterbatasan Penelitian	66
5.4 Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA	I
LAMPIRAN	VI



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Proyeksi Nilai Pasar Sport Tourism Global	1
Gambar 1. 2 Global Sporting Events Market 2025-2029	2
Gambar 1. 3 Tingkat Customer Trust in Nielsen Advertising Study.....	3
Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian.....	30
Gambar 4. 1 Partisipasi Peserta AMM 2025	48
Gambar 4. 2 Laporan Penambahan 300 Kandang Darurat	49
Gambar 4. 3 Berita Akhir Waktu Pelaksanaan.....	49
Gambar 4. 4 Citra Panggung Eksklusif.....	50
Gambar 4. 5 Bukti Estetika Visual Mendominasi Risiko	54
Gambar 4. 6 Bukti Digital Kondisi Cuaca Buruk dan Narasi Heroik.....	55
Gambar 4. 7 Bukti Visualisasi Insentif Material dan Euforia Komunitas	56
Gambar 4. 8 Narasi Digital Romanticizing Pain	57
Gambar 4. 9 Bukti Framing Media Narasi Mencetak Sejarah	59



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel 3. 1 Matriks Kategori Informan dan Fokus Data Retrospektif	37
Tabel 3. 2 Pedoman Wawancara	40
Tabel 4. 1 Profil Informan Penelitian	50
Tabel 4. 2 Matriks Proses Kodifikasi Data	52



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Prototype Output Penelitian	VI
Lampiran 2 Tabel Olah Data	VIII
Lampiran 3 Bukti Digital	X
Lampiran 4 Surat Persetujuan Sidang Dosen Pembimbing	XIV
Lampiran 5 Surat Persetujuan Setelah Sidang	XV
Lampiran 6 Kartu Konsultasi Skripsi	XVI
Lampiran 7 Saran dan Perbaikan Skripsi	XVII
Lampiran 8 Hasil Uji Turnitin.....	XX

