

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Analisis Manajemen Event MICE di PT. Werkudara Nirwana Sakti, peneliti memperoleh beragam informasi, untuk itu peneliti dapat menarik kesimpulan berupa:

1. *Meeting*

Dalam pelaksanaannya, *meeting* dibedakan menjadi *half day* dan *full day meeting*. *Arrangement* sebuah *meeting* dapat berbeda dari *meeting-meeting* lain. Hal ini dapat didasari dari profile klien, keinginan klien, jenis acara, jumlah peserta, prosesnya (*virtual/offline*), dan hal lainnya.

Dalam pelaksanaannya, jarang terjadi kendala yang beresiko. Dalam *meeting*, hal yang biasanya terjadi adalah molornya *rundown* yang diakibatkan dari pengisi acara atau tamu penting yang datang terlambat ketika akan mengisi acara. Untuk itu, mau tidak mau EO dan seluruh pengisi event yang bersangkutan harus tetap menunggu tamu VIP/VVIP datang untuk melanjutkan acaranya.

2. *Incentive*

Dalam pelaksanaan sebuah *incentive*, Werkudara tidak hanya menjual paket yang berupa *ready to sell*, namun bias juga berdasarkan *request*. Profile klien menjadi salah satu faktor dalam penjualan,

apakah itu konsumen baru atau *repeater*. *Incentive* dibuat berdasarkan tujuan perusahaan klien inginnya seperti apa. Sebagai EO, Werkudara akan membuat konsep dan tema yang sesuai tujuan tersebut. *Incentive* juga didasari dari siapa kliennya, tujuannya apa, dan mau kemana. Untuk itu EO akan menyiapkan materi dan opsi pilihan yang akan dipilih klien nantinya. *Arrangement* dalam *incentive* biasanya lebih kompleks, yang meliputi akomodasi, transportasi, *meals*, *venue*, *gimmick*, souvenir, teknis, dan alat-alat lainnya. Dalam pelaksanaannya pun biasanya lebih kompleks dari *event* lain, karena teknisnya yang terbilang *movement*. Hal-hal yang biasa menjadi kendala dalam sebuah *incentive* biasanya terjadi miskomunikasi dalam koordinasi, ketepatan *rundown* yang tidak sesuai biasanya karena cuaca (hujan/badai), dan kesiapan teknis.

3. *Conference dan Exhibition*

Dalam pelaksanaan konferensi dan pameran persiapannya tidak jauh berbeda dengan *meeting* dan *event* lainnya. Hal yang membedakan adalah jenis konferensinya sendiri dan apa kebutuhan pamerannya. Biasanya pameran menjadi satu dalam sebuah konferensi. *Arrangement* sebuah konferensi bisa dinilai dari skalanya apakah itu akan menjadi kompleks atau tidak. Untuk konferensi internasional yang melibatkan banyak ruang dan peserta biasanya akan lebih kompleks dari konferensi biasa, ini bisa dilihat dari siapa narasumbernya, appa yang akan di*handle*, dan hal lainnya.

Dalam pelaksanaannya pun biasanya akan melibatkan banyak orang yang akan membantu dalam sebuah *event*. Dalam merekrut seorang *runner* atau *freelancer event* juga biasanya didasari dari *knowledge, skills*, dan pengalaman. Adapun kendala yang biasa terjadi dalam sebuah konferensi adalah masih ditemukannya miskomunikasi dalam koordinasi.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Analisis Manajemen Event MICE di PT. Werkudara Nirwana Sakti, peneliti mengamati bahwa masih terdapat beberapa kekurangan dalam menyiapkan sebuah *event*. Maka dari itu peneliti memberikan saran agar kedepannya lebih baik lagi dari sebelumnya, yaitu:

1. Perbaiki lagi hubungan antara pihak internal dengan eksternal. Khususnya sering terjadi miskomunikasi antara EO dengan Runner atau EO dengan vendor. Ini bisa diupayakan dengan komunikasi secara berkala untuk menghindari adanya miss komunikasi, dan memastikan apakah informasi yang diterima sudah bisa dimengerti atau belum.
2. Dalam mengikuti sebuah *event* yang berbeda dengan project manajer yang berbeda, peneliti merasakan bahwa pengalaman jam terbang jelas menjadi faktor bagaimana seorang PM dalam *handle event*. Untuk itu, bagi PM yang baru memulai dalam *handle event*, pahamiilah dengan teliti mengenai *checklist* dan *timeline event*, karena

checklist dan *timeline* itu merupakan kunci keberhasilan dari *event* itu sendiri, agar meminimalisir kesalahan yang akan terjadi nantinya.

3. Disarankan agar perusahaan harus mampu mempertahankan atau bahkan meningkatkan citra yang terbentuk untuk para konsumen dalam memilih produk. Misalnya dengan memberikan kesadaran kepada konsumen atau mencari tahu harapan-harapan konsumen terhadap produk. Karena perlu disadari bahwa mempertahankan konsumen jauh lebih baik dan menguntungkan jika dibandingkan mencari konsumen baru.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU/MODUL

- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). Metodologi penelitian kualitatif. CV Jejak (Jejak Publisher).
- Heryanti Utami, S. S. T., & Par, M. M. (2021). MANAJEMEN EVENT DAN PROYEK: Antara Konsep dan Praktiknya. UNJ PRESS.
- Kusuma, R. (2019). Chusnu Syarifa Diah. 2016. Modul Manajemen Event. Universitas Negeri Yogyakarta. Diakses, 26.
- Santosa, & Hermawan, H. (2020). Metodologi Riset Kuantitatif: Riset Bidang Kepariwisata.
- Sarosa, S. (2021). Analisis Data Penelitian Kualitatif. Pt Kanisius.
- Suyuthi, N. F., Lie, D., Nainggolan, N. T., Kadar, M. G., Purba, S., Butarbutar, M., ... & Mustar, M. (2020). Dasar-Dasar Manajemen: Teori, Tujuan dan Fungsi. Yayasan Kita Menulis.
- Syarweni, N. (2021). Buku_Anggaran MICE_Narulita.
- Wijaya, S. (2021). Manajemen Event: Konsep dan Aplikasi-Rajawali Pers. PT. RajaGrafindo Persada.
- Zaitun, M. M., & Ramli, M. (2022). Buku Ajar Dasar-Dasar MICE. CV Jejak (Jejak Publisher).

JURNAL

- Ariawijaya, K., & Nugrahani, R. U. (2020). Analisis Manajemen Event Indie Bash Oleh Event Organizer Optimus Di Bandung Tahun 2019. eProceedings of Management, 7(3).
- Asrifah, R. (2016). KEGIATAN WISATA MICE (meeting, incentive, convention, exhibition) DAN PERAN DINAS PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN DALAM MENINGKATKAN WISATA MICE DI KOTA YOGYAKARTA. E-Societas, 5(2).
- Hariani, F. O. (2021). Analisis Management Event Wedding Organizer Di Daerah Khusus Ibu Kota Jakarta. Prosiding Pendidikan Teknik Boga Busana, 16(1).

Indrajaya, T. (2015). Potensi Industri MICE (Meeting, Incentive, Conference And Exhibition) di Kota Tangerang Selatan, Provinsi Banten. *Jurnal Ilmiah WIDYA*, 3(2), 81-83.

Nadzir, M. M. (2016). Analisis Usaha Event Organizer MICE (Meeting, Incentive, Conference, Exhibition) Melalui Kanvas Model Bisnis dan Peta Empati: Studi Kasus Event Organizer di Yogyakarta dan Surakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 7(2), 170-193.

PRAKARSA, G. P., & SUKARDANI, P. S. (2019). ANALISIS MANAJEMEN EVENT DEVELOPMENTAL BASKETBALL DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PENGUNJUNG. *Commercium*, 2(1).

Suryaningtyas, A., & Akbar, D. (2022, December). Potensi Industri MICE (Meeting, Incentive, Conference, Exhibition) di Kabupaten Barito Utara. In *Seminar Nasional Riset Terapan* (Vol. 11, No. 01, pp. 173-180).

Uljanatunnisa, U., Handayani, L., & Alisyah, V. (2020). ANALISIS MANAJEMEN EVENT (Studi Kasus Program CSR Wirausaha Muda Mandiri 2019). *Expose: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 95-112.

Wahidmurni, W. (2017). Pemaparan metode penelitian kualitatif.

SKRIPSI

Dshauma, J. L. (2018). Analisis Manajemen Event Pariwisata Olahraga Bromo Marathon (Studi Kasus Pada Daerah Tujuan Wisata Bromo Tengger Semeru) (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).

Hutami, R. R. (2012). Analisis Manajemen Event Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Klaten, Jawa Tengah (Studi Kasus PRS tahun 2010-2011).

Kusuma, A. E. (2016). Analisis Manajemen Event Festival Masyarakat Pesisir Dinas Pemuda Olah Raga dan Pariwisata Kota Serang dalam Meningkatkan Wisatawan.

Rosyida, S. (2016). Analisis Manajemen Event Gumelem Ethnic Carnival Tahun 2016 dalam Melestarikan Kebudayaan di Gumelem, Banjarnegara. Skripsi. Yogyakarta: Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Pengantar Izin Penelitian



YAYASAN PENDIDIKAN KARYA SEJAHTERA
**SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA
YOGYAKARTA**

Jl. Laksda Adisucipto Km.6 (Tempel, Caturtunggal, Depok, Sleman) Yogyakarta 55281
Telp / fax : (0274) 485115 - 489514 Website : www.ampta.ac.id Email : info@ampta.ac.id, ampta@yahoo.co.id

Nomor : 531/Q.AMPTA/III/2023

31 Maret 2023

Hal : Pengantar Penelitian

Kepada Yth.
Ibu Maria Dita Fivtiani (HRGA Coordinator)
Jl. Pandean Sari Blok IV No.10 A
Condongcatur Depok Sleman

Dengan Hormat,

Kami yang bertanda tangan dibawah ini Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta, menerangkan bahwa :

Nama : Siti Nina Handayani
NIM : 419100693
Prodi : Usaha Perjalanan Wisata (Diploma IV)
Tahun Akademik : 2022/2023
Alamat : Jl. Nologaten No.327 A Tempel Catuttunggal Depok Sleman
Nomor Telp : 082123801563

Mohon untuk diijinkan melaksanakan observasi guna Penyusunan Laporan Penelitian dengan Judul :

“ ANALISIS MANAGEMENT EVENT MICE DI PT. WERKUDARA NIRWANA SAKTI ”

Demikian permohonan kami, atas bantuan dan kerjasamanya diucapkan terimakasih.



Drs. Prihatno, MM

Tembusan :
- File

Lampiran 2 Surat Balasan Penelitian



Werkudara Group
Jl. Pandean Sari Blok IV No. 10A Condongcatur, Depok, Sleman, Yogyakarta 55283, Indonesia
Tel: +62 2742832999 , H/P : +62 274-4362-747
Email:
info@werkudara.com

23 Mei 2023
Ketua
Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA
Yogyakarta

Dengan hormat, menindaklanjuti surat dari Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta dengan nomor 531/Q.AMPTA/III/2023 perihal permohonan pelaksanaan observasi guna penyusunan laporan penelitian yang berjudul "Analisis Management Event MICE di PT Werkudara Nirwana Sakti. Bersama ini kami informasikan bahwa Werkudara Group menerima permohonan observasi tersebut untuk mahasiswa atas nama:

No	NIM	Nama Mahasiswa	No HP
1	419100693	Siti Nina Handayani	082123801563

Di Kantor kami Werkudara Group Jl. Pandean Sari No.10A, Candok, Condongcatur, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55283, dengan ketentuan:

- Mahasiswa yang melakukan penelitian, dapat mengikuti aturan yang berlaku di perusahaan berkaitan dengan *copyright*. Tidak diperkenankan untuk menggandakan dan menyebarkan segala sesuatu yang bersifat hak cipta.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.


HR Werkudara Group,



pt. werkudara nirwana sakti
Maria Dita Fivtari

EVENT | TRAVEL | WELLNESS | CREATIVE

 Jl. Pandean Sari Blok IV No. 10A Condongcatur
Yogyakarta 55283, Indonesia

 62 274 2832999
62 274 2932555

 info@werkudara.com
werkudara.com

Lampiran 3 Transkrip Hasil Wawancara

Narasumber 1

Nama : Irvani Putri

Jabatan : Manajer Travel Event Planner (TEP)

Berikut beberapa pertanyaan yang akan peneliti ajukan:

1. Perencanaan (*Planning*)

a. Apa yang saudara lakukan saat mempersiapkan *event*?

Jawaban : Yang pertama adalah *handover* informasi, sebagai seorang *tour event planner dealing business* itu kan dilakukan dari klien ke kita. Jadi yang tau informasinya kan TEP. *Cheklis* dan *Quotation* itu sudah ada, tapi yang lebih tahu *detail lead* nya klien, *que-que* tertentu, kan TEP. Jadi sebenarnya penting untuk kita melakukan *handover* informasi. Karena ketika sudah *deal* kita akan melakukan tanda tangan dokumentasi, lalu ada surat konfirmasi, dan juga proses *handover* informasi sebelum *meeting* RAB. Kenapa sih kita perlu melakukan *handover* informasi sebelum *meeting* RAB? Karena takutnya dari informasi-informasi yang aku sampaikan akan ada potensi untuk *addcost* atau menambah biaya di luar *checklist*. Jadi *at least*, kalau semisalnya aku sudah *handover* duluan, SO juga bisa bilang “oh iya van ini masih oke, van ini bakal nambah deh, coba kamu ingetin dulu ke klien nya atau gimana” nah, jadi kita udah bisa ngedeteksi *additional cost* itu dari awal. kemudian kita akan membuat *group (engage)* dengan klien. Fungsinya adalah untuk memperkenalkan tim operasional kita ke klien, tim yang akan *incharge* siapa, terus juga kita akan ngadain yang namanya *kick off meeting*. *Kick off meeting* itu sebenarnya sama kaya *handover* informasi internal, cuma kalo yang ini lebih ke eksternal. Jadi nanti harapannya disini tuh, aku kan udah dapet info analisa dari tim ku gimana, nah nanti dari tim klien itu akan ngasih *brief* tambahan, terus juga sebenarnya ekspektasi mereka tuh yang kaya gimana sih, terus mereka juga akan kenalan dengan tim kita, nah nanti tim SO disini juga udah mulai nunjukin *timeline/time frame* untuk kerjanya

seperti apa, mulai dari urusan kontrak, kapan mereka akan *purpose design*, kapan mereka akan melakukan *production*, kapan mereka akan GR, nah ini nanti akan dipresentasikan saat *kick off meeting*. Nah abis ini, kita akan koordinasi di *group* secara internal, lalu ada meeting RAB. Nah dari TEP sendiri biasanya kita akan ditanyain soal *term* pembiayaan klien, kontakannya sama siapa, nah untuk masalah ini biasanya TEP juga *handover* informasi dengan tim *accounting*. Jadi nanti pembayarannya ke siapa, penagihannya seperti apa, apakah lewat sistem atau lewat invoice biasa aja. Itu aja sih, paling kalo TEP kita titik beratnya di monitoring sih, karena kita yang tau patokan kualitas, dan kita harus bener-bener tau standar kualitasnya werkudara itu kaya gimana, kita juga harus tau *procedure*, *at same point* kita ngerasa itu kurang pas ya kita harus negur tim kita juga. Karena bisa dibilang TEP itu adalah jembatan. Jembatan antara perusahaan dengan klien.. Kenapa sih gitu? karena yang dari awal kenalan dengan klien kan TEP, terus kita juga interpretasi perusahaan, kita megang kepentingan client tapi kita juga megang kepentingan internal di mana kita harus *achieve margin*, di mana kita harus *safe* secara operasional, di mana kita harus ngeplottingin tim ku itu bisa ngga sih.

b. Berapa kali saudara meeting dengan internal dan klien?

Jawaban : Jadi sebenarnya kalo di werkudara tuh mungkin prosesnya bisa kita sebut sebagai *inquiry handling* atau *lead handling*. *Lead* itu sendiri kan bisnis yang berpotensi akan menjadi sebuah *project*, jadi misalnya aku dapet *brief* dari klien itu namanya *lead*. Nah ketika aku dapet *brief*, hal yang pertama aku lakuin adalah bikin *form inquiry* dari werkudara. Nah jadi dari *form inquiry* itu kan kita udah ada formatnya, nah nanti disitu kita nulisin kebutuhan detailnya apa, hal-hal yang diminta klien *arrangement*nya seperti apa, nah disitu pun kita harus bisa ngolah, karena kita menjadi *brief* pertama kita juga bisa ngasih *suggestion* ke klien, nah disini aku bisa nulis itu di *form inquiry*. Nah dari *form inquiry* ini bakal aku kirim email ke PD, SO, dan BAS. Proses selanjutnya adalah PD mengolah *inquiry* itu, nah *inquiry* sendiri kalau di werkudara itu

digolongkan jadi tiga sesuai dengan prioritas. *Tier* satu/A, B, dan C itu didasarkan berdasar *revenue* nya. Tier A itu diatas 500jt, *tier B range* nya 200-250jt, dan *tier C* dibawah 200jt. Nah kenapa sih kita kelompokkan seperti itu? karena biar kita tahu nih prioritasnya yang mana nih yang akan kita kerjain lebih dulu, mana nih yang akan kita kerjain serius, kita kasih *design*, kita kasih ide yang keren, karena sebenarnya kan banyak nih ikan-ikan kecil yang nanya ke werkudara dan kalau kita ngurusin ikan-ikan kecil, kita ngga punya waktu kan. Nah *thats why* kita prioritaskan. Nah kalo kita dapet klien yang *tier A* atau B biasanya kita perlu ngobrol atau *brainstorming*. *Brainstorming* sendiri biasanya *moment* di mana kita butuh masukan dari departemen lain, atau kita yang akan *brief* departemen lain untuk mengerjakan *inquiry* ini. Biasanya yang aku lakukan adalah mengirim *form inquiry* tadi dan *clue*, seperti kurang lebihnya aku mau ngepurpose seperti ini, jadi aku bakal ngundang departemen lain untuk *brainstorming* dengan membawa materi yang relevan dengan departemen masing-masing. Misal dari ACS ngasih referensi *design* dengan tema yang ingin aku angkat, dari SO juga punya gambaran buat vendor-vendor yang mau diambil, *at least* mereka udah *research* dulu nih, misal kalo di Bali dia mau pake phenom atau balidekor aja, dan dari tim PD juga mereka udah nyiapin konten acaranya seperti apa, jadi nanti ketika kita ketemu bareng, aku akan menyampaikan *brief* dari klien, nah dari situ kita akan lebih efisien untuk saling nanyain ide masing-masing dari department yang akan kita satuin, yang nantinya akan aku kirim ulang. *At least* kan disitu kita udah sama sama *at the same page* ya, nah nanti dari team PD akan bikin proposal sama *draft checklist quotation*, *draft checklist quotation* ini akan dibuat SO sebagai *draft costing*, nah nanti kalau *costing* nya sudah balik itu akan dikerjain PD dan dikirimin ke TEP jadi *draft quotation*. Dari situ kita juga ngga akan langsung ngeiyain serta merta apa yang ditulisin PD. Karena PD kan ngga tahu harga pasaran, ngga tau juga *budget* klien berapa dan segala macamnya, maka dari itu kita perlu retouch. Nah lalu proposal, di proposal itu sendiri juga yang lebih tahu soal estetika client

kan TEP, atau masing-masing TEP kan punya standar sendiri untuk merubah atau menambah PPT, nah disini fungsinya kita untuk *checking* dan *perfecting*. Abis ini kita baru *approval* untuk marginnya, karena yang namanya jualan kan kita butuh untung. Lalu abis ini baru submit proposal. Dari TEP pasti selalu *encourage* klien untuk ngadain satu sesi persentasi, kenapa sih sesi persentasi itu penting? karena saat kita persentasi, disitulah saat di mana mereka jatuh cinta sama kita. Mereka bakal tau gimana cara aku ngomong, cara mereka ngeliat PPT, dan idealnya biasanya aku ngelakuin dua sampai tiga *meeting* sebelum *deal*, tapi itu biasanya kalo sama klien *corporate* atau NGO. Tapi kalo untuk klien *government* bisa lebih banyak lagi. Jadi itu balik lagi ke siapa kliennya sih. Sedangkan untuk tim internal biasanya dua kali *meeting* sih kalo ada revisi dan lain sebagainya.

- c. Apa yang saudara lakukan jika ada perubahan (*request*) dari klien terkait *event* yang akan dilangsungkan?

Jawaban : Hal yang pertama pasti *checking* sih, aku perlu *checking* dulu nih, *checking* itu ke *checklist* sendiri, ke tim ku, dan ke klien. Kalo *checking* ke diri sendiri itu yang pertama sama ngga dengan yang aku janjikan dengan isi *quotation* ku itu masih possible atau ngga aku lakuin atau negoin ke tim ku, terus aku juga suka nanya ke group semisal ‘guys kalo gini bisa ngga ya?’ jadi aku sudah mengantongi jawaban, bisa atau ngga, dan opsi. Karena kalau aku ditanya balik sama klien aku bisa jawabnya. Lalu kalo semisal klien minta perubahan, ya aku tanya ke tim ku, tim ku bisa ngeiyain atau ngga, walaupun iya konsekuensinya seperti apa, misalnya ada *addcost* ya aku bisa mengonfirmasikan itu ke klien, tapi yang jelas kalo ada *addcost* ya aku perlu ngeUp harga, karena mau gimapun kita tetap cari untung. Misal, ‘mba kalo ada perubahan kaya gini, ya harganya segini’ atau ‘mba kalo ada perubahan kaya gini, konsekuensinya kaya gini’ karena biasanya mereka itu minta tapi mereka sendiri juga ngga tau apa yang mereka minta gitu, jadi kita harus rasional. Makanya selain *offering*, kita juga sambil ngasih *suggestion*.

d. Apakah saudara melakukan survey dengan klien?

Jawaban : Ngga tentu, karena tergantung *projectnya*. Pun misalnya ada *survey* itu idealnya ada tim TEP dan SO. Karena kalo TEP kan sifatnya lebih ke nemenin klien, sedangkan SO ya sewajarnya gimana mereka kerja. Tapi kalo di werkudara sebelum kita *survey* sama klien, kita tuh udah *survey* duluan. Jadi misalnya nih hari ini kita sama klien, nah kemarin itu kita udah *survey* duluan di tempat yang sama itupun kalo kita belum tau medannya, atau ada perubahan di medan tersebut, jadi semisal klien ngajak *survey* ke tempat itu kita udah tau duluan, dan udah bisa ngasi *offer* dan *suggestion* yang lain. Jadi fungsinya TEP ikut *survey* itu untuk nyocokin dengan keadaan yang dari SO, cocok atau ngga, kira-kira klien mau atau ngga, kalo misalnya klien ngga mau ya kita yang ngasih tau misalnya 'bu ternyata setelah di *survey* ternyata ngga oke' atau lainnya.

2. Pengaturan (*Organizing*)

a. Bagaimana cara saudara berkomunikasi dengan team internal?

Jawaban : Lewat *handover meeting*. Tapi kalo TEP biasanya ngomunikasiinnya ke SO, karena sebenarnya kalo secara hirarki itu menjadi tanggung jawab SO, karena secara garis besar leadernya itu SO. *That's why* TEP itu ngobrolnya sama SO dulu baru nanti SO akan mengolah *brief* itu ke tim tim yang lain. Karena saat hari H yang nge**rief** itu SO. Dan sekarang kalo di werkudara itu ada yang namanya *form handover project*. Jadi komunikasinya bisa *by lisan* ataupun *by form* itu.

b. Bagaimana cara saudara berkomunikasi dengan klien?

Jawaban : Yaa dari *kick off meeting*. Jadi sebenarnya kalo udah *kick off meeting* tu, *projectnya* udah punya SO karena dia yang nge**lead**. Jadi pas udah *kick off meeting* tuh kita cuma jadi pengantar aja atau lebih ke *conclusionnya* aja. Tapi kalo sifatnya itu untuk *handover* informasi atau *brief* itu momentnya pas *kick off meeting* atau pas biasanya PM, atau pas *check point meeting*. Jadi kalo semisal *projectnya* besar dan jangka waktunya cukup panjang dalam pengerjaannya, kita biasanya seminggu sekali ada *meeting* dengan klien. Nah pas saat itu biasanya kita ada *update*

informasi, misalnya ada *refresh information*, atau *update progress* dll. Tapi selain itu kita bisa *by wa* atau telpon dengan klien. Karena memang kita sedeket itu sama klien. Kaya klien ultah kita ngucapin, klien nikah kita dateng.

- c. Bagaimana sikap saudara dalam menyikapi klien jika ada kesalahan baik dari pihak internal atau luar?

Jawaban : Kalo untuk *complain handling* itu lebih ke *objective* ya, tapi yang jelas kita juga punya kepentingan untuk solidaritas, karena kan ngga mungkin kita nyalahin tim kita. Yang kedua adalah mendengarkan. Masalahnya apa, salahnya dimana, lalu *checking* ke internal, ‘ini bener begini apa ngga’ gimana caranya kita ngedengerin mereka dulu, soalnya at some point ya client itu butuh didengerin. Karena semua orang itu perlu merasa tervalidasi. Karena validasi itu penting, jadi misal ada orang marah atau *complain* dengerin aja dulu, walaupun valid atau ngga yauda dengerin dulu. Di werkudara sendiri juga kita punya SOP, dan ngga pernah kita diajarin untuk jawab ‘ngga tau’ kita pasti jawab itu dengan ‘baik bapak/ibu kita coba cari dulu’ atau hal lainnya. Nah baru dari situ baru kita carikan solusinya. Jadi kalo kita dapet komplain sebetulnya kita harus langsung ada *action*. Terus kita juga harus ngecek akar masalahnya apa, karena untuk hal ini akan dibahas *after event* mau itu secara internal ataupun eksternal sama klien. Dan pun kalo semisalnya kita ada evaluasi sama klien, kita juga ngga langsung dijustifikasi gitu loh, dan mereka juga ngga langsung nyalahin kita.

- d. Bagaimana cara saudara dalam menjaga hubungan antar EO dan klien ketika event sedang berjalan?

Jawaban : Nomor satu ya komunikasi, kalo untuk yang kedua kan kalo *after event* kita ada *procedure* untuk bikin *thank you card*, karena itu kan hal wajib kalo di werkudara. Terus ada *share form evaluation project*, karena dari *thank you card* kan mereka pasti kasih *impression* ke kita, dari *form evaluation project* juga mereka akan kasih evaluasi ke kita. Kalo semisalnya ada nilai tiga, aku akan langsung tanya ke mereka kurangnya di

mana dan lainnya. Nah selain itu secara *daily* kita akan tetep *keep in touch* dengan *tele marketing*, *sales call*, atau ngirimin *special card* kalau misalnya mereka ada ulang tahun ataupun *special event*. Atau sesimple saling *follow instagram* dan *reply story*.

3. Pelaksanaan (*Actuating*)

a. Bagaimana cara saudara menghandle tamu VIP/VVIP?

Jawaban : Yang jelas harus diprioritaskan. Yang pertama itu adalah kita harus *out smart think everyone*, jadi kita harus lebih *prepare*, misal ‘tim kita ada tamu vip ya’ sesimple kita tahu tempat duduknya di mana dan lainnya, jadi semisalnya ada ajudannya yang nanya ke kita, ya kita bisa langsung ngasi tau arahannya, terus kita harus nempel atau ngekor mereka, *being helpful* juga, abis itu ngasih *suggestion* yang bisa dilakukan sebelum atau sesudah di lapangan.

b. Bagaimana cara saudara menyiapkan *waiting room* untuk tamu?

Jawaban : Yang jelas kita udah *handover* informasi ke tim kalo semisal ada tamu VIP, dan dalam penyiapannya juga pasti aku bakal ngecek untuk kebutuhan tamu, mulai dari kursi, *layout*, minum yang kurang, atau lainnya. Karena itu akan aku kirim ke klien untuk vip *room* misalnya kaya gini, gitu. Jadi lebih ke *controlling* aja.

c. Apa yang saudara lakukan jika satu atau dari sebagian tamu penting berhalangan hadir?

Jawaban : Ya cukup dikomunikasiin aja, dan diinfo ke klien dan tim. Jadi tetep ada *reportnya*. Karena kan kalo kita cerewet juga klien akan ngeh kalo ternyata kita itu ngecek.

4. Evaluasi

a. Evaluasi seperti apa yang saudara lakukan saat menyelesaikan *event*?

Jawaban : Kalau eksternal biasanya evaluasinya lebih cepet sih. Karena *after event* tuh biasanya klien suka ajak duduk dan langsung evaluasi. Terus ada juga klien yang ngajak evaluasi besoknya. Contohnya ada beberapa *event* yang evaluasinya dilakukaan *after event*. Karna selama *event* kita kan punya *report*, point-pointnya seperti apa, dan diurutkan

arrangement nya cocok ngga sama jualanku. Selain itu ya kita harus denger juga justifikasi dari tim internal. Jadi kita ngga bisa langsung menyalahkan tim internal ataupun mereka.

- b. Penerapan seperti apa yang diharapkan kedepannya setelah melakukan evaluasi?

Jawaban : Evaluasi yang konkrit itu sebetulnya ada yang nulis. Nah biasanya itu tuh dari *project* ya dari SO. Jadi pengennya ya itu terekap dengan baik. Karena biasanya kan MoM evaluasi itu aku kirim ke klien juga. Jadi tujuannya biar evaluasi nya juga dua arah. Cuma ya memang kemampuan menulis MoM juga perlu diperhatikan. Makanya sehabis *event* itu ya memang langsung diadain evaluasi. Jadi masalah itu ga larut. Dan itu juga ada kemungkinan klien ngajak ketemu untuk evaluasi. Jadi selagi evaluasi dengan tim internal selesai, ya aku udah tau semisal klien nanya-nanya soal hal yang jadi masalah.

- c. Bagaimana cara saudara menyampaikan hasil evaluasi kepada klien?

Jawaban : Ya dikirim lewat MoM. Nah kadang biasanya kita udah evaluasi internal, terus pas evaluasi sama klien ya kita tuh udah ada datanya gitu loh, jadi kadang aku udah nyiapin PPT, kaya *troublenya* di mana. Nah aku itu udah nyiapin. *In case* kalo semisal klien ga bahas beberapa point yang aku tampilan di PPT ya aku ngga bahas itu. Misal aku nampilin point satu sampai lima, semisal klien cuma bahas tiga *point*, ya yaudah sisanya ngga aku bahas.

Narasumber 2

Nama : Adiel Priyarama

Jabatan : Head of Product Development

Berikut beberapa pertanyaan yang akan peneliti ajukan:

1. Perencanaan (*Planning*)

- a. Apa yang saudara lakukan saat mempersiapkan *event*?

Jawaban : Yang pertama adalah PD memastikan dari yang sudah *confirm* sesuai ngga sama yang kita tawarkan, kalo semisal ada yang ngga sesuai ya kita koordinasikan dengan tim operasional. Karna kalo produk itu lebih ngikutin apa yang diminta klien Karna tipe *event* itu ada yang diduplikasi dari *event* sebelumnya, jadi masih bisa kita *recreate*. Tapi kalo permintaannya khusus ya koordinasinya lebih banyak lagi baik ke TEP, SO, dan SS. Tapi biasanya lebih banyak koordinasi ke SO, karena setelah *checklist* keluar kan kita perlu mastiin secara *avaibilities*, teknis, kapasitas, jadwal, mungkin ada restriksi akses. Karena dari werkudara sendiri, kita kan punya klien lama dan baru. Kalo klien lama kita udah punya standar servicenya sendiri nih, kalo klien baru kan kita harus menyesuaikan lagi, apalagi kalo semisal klien dengan revenue besar, pasti untuk *serviceny* kita akan *all out banget* sesuai standart werkudara, misal nambah *signature service* kan.

- b. Berapa lama saudara dalam membuat proposal untuk ditawarkan ke klien?

Jawaban : Secara standarnya adalah 1x 24 jam setelah ada permintaan. Cuma kalo yang lebih dari itu juga ada tergantung dari kompleksitasnya. Misal kalo yang *revenue* nya besar, untuk pengerjaannya aja kan bisa lama, belum lagi *arrangementnya* yang kompleks. Kalo untuk *revenue* yang segitu-gitu aja ya kita bisa cepet.

- c. Berapa kali saudara melakukan *meeting* dengan *team* internal?

Jawaban : Minimal untuk *brainstorming* untuk tim internal biasanya adalah sekali. Nanti untuk *meeting* selanjutnya biasanya kalo ada

permintaan revisi dari klien atau mungkin soal konfirmasi. Kalo ke tim eksternal biasanya juga sekali saat ada *briefing*. Jadi semisal tim TEP ngundang untuk *briefing* ya PD ikut untuk itu.

- d. Apa yang saudara lakukan jika klien melakukan perubahan terkait *event* yang akan dilangsungkan?

Jawaban : Tetap menyesuaikan sih. Karena dari PD kan kita tetep ngepush ke TEP biar ngarahin klien nya juga, biar keinginan klien juga bisa dikerucutkan. Karena klien sendiri biasanya untuk keinginannya itu terlalu lebar, scoopnya terlalu luas, jadi itu jadi tugasnya TEP nanti. Termasuk destinasi yaa, misal untuk *incentive trip* nih klien tau ada opsi ke Jakarta, solo, bali, dll. Jadi nanti TEP yang bantu ngarahin untuk di mananya dan ngasih *suggestion* yang enak gimana.

- e. Apakah saudara melakukan survey (pasar dan produk)?

Jawaban : Iya, dan kita juga bisa aja *survey* bareng sama klien. Tujuannya juga biar kita punya *examp plan*. Kalo *survey* pasar kita lebih ke reset sih, untuk nelpon, tanya harga kita tuh udah bagus belum.

- f. Bagaimana cara saudara dalam mengembangkan sebuah produk agar dapat terjual namun tetap mengikuti trend?

Jawaban : Yang pasti sih banyak cari referensi dulu dan diskusi. Karena prinsipnya kita ngga pernah mengecilkan ide sekecil apapun, dan kita pasti melibatkan tim lain untuk sumbang ide. Kalau sudah ada, barulah kita minta *approval* ke BOD. Biasanya dari TEP kita dapat kisi-kisi nih, karena kan TEP lebih deket ya ke klien jadi mereka lebih tau sudut pandang klien soal produk dan sejenisnya. Bahkan kita pun bisa minta saran ke vendor.

2. Pengaturan (*Organizing*)

- a. Bagaimana cara saudara berkomunikasi dengan *team* internal?

Jawaban : Untuk komunikasi secara formal yang dilakukan sekarang adalah kita punya *group whatsapp*. Jadi segala info dan *updating* ya kita lakukan disini. Dan kita punya dua *group* sih, satu untuk internal satunya

lagi untuk yang ada BOD. Jadi BOD juga berhak tau *update* dan *report* hasil kinerja tim PD.

- b. Apakah produk yang dibuat merupakan salah satu bentuk komunikasi kepada konsumen?

Jawaban : Iya bisa. Cuma yang sekarang kita lakukan di internal adalah produk *launching*. Jadi disini nanti kita ada *brainstorming* dengan tim lain. Misal dari tim ACS video teasernya gimana, posternya gimana, dari tim SO untuk *costingnya* gimana. Jadi nanti PD tinggal menindaklanjuti dan diserahkan ke TEP untuk salesnya. Dari TEP baru nerima respon itu baik dari *email*, *sales call*, lagi komunikasi sama klien juga itu bisa di *sounding* sama klien.

- c. Bagaimana cara saudara memantau produk saat *event* berjalan?

Jawaban : Yang pertama adalah lewat tim *project* saat evaluasi. Karena dari proposal yang kita bikin tuh pengimplementasiannya gimana. Kalo semisal ada *bad or good point* ya kita bisa tau itu di mananya. Jadi nanti tim lapangan juga bisa ikut ngasih masukan. Jadi nanti dari apa yang kita kasih penawaran, di evaluasi ini terjawab.

3. Pelaksanaan (*Actuating*)

- a. Apa yang saudara lakukan jika saat di lapangan produk yang dikeluarkan tidak sesuai dengan pasar/klien itu sendiri?

Jawaban : Kalau semisal ngga sesuai ya kita perlu *adjusting* sih. Jadi saat *profiling* ke klien itu kita sebenarnya melihat dari kebutuhan klien. Jadi balik lagi ke TEP saat *handover* informasi, misal klien tuh butuh ini dan itu, jadi TEP nanti bisa ngasi *suggestion*. Nah baru nanti TEP nanya ke PD semisal di *event* ini kita pake produk ini, ini masih oke ngga, cocok atau ngga, lebih ke mastiin aja sih nantinya kalo di PD.

- b. Bagaimana saudara memperkenalkan produk baru kepada klien saat *running event*?

Jawaban : Kalo dari PD tetep TEP yang ngelakuin sih. Karena secara tugas itu PD ngga langsung komunikasi dengan klien. Dan walaupun PD

bisa melakukan itu, biasanya saat produk *launching* dengan klien, *incharge event*, atau saat *back up* TEP.

4. Evaluasi

- a. Evaluasi seperti apa yang saudara lakukan setelah *event*?

Jawaban : Kalau dari sisi produk sendiri, kita melihat dari apa yang kita tawarkan itu ada kendala apa ngga, ada *bad or good point* nya atau ngga, *compare* juga nih sama produk sebelumnya saat pengimplementasian. Karena kita juga kan punya kuesioner untuk di *share* ke klien sebagai *rating*.

- b. Penerapan seperti apa yang saudara lakukan untuk kedepannya setelah evaluasi *event* sudah berlangsung?

Jawaban : Dari *report* evaluasi sebenarnya kita ngidentifikasi sih untuk kekurangannya di mana, jadi harapannya ya kita memperbaiki itu dan malah menjadikan standar. Misalnya dalam proposal sebelumnya kita tidak mencatatakan mitigasi, yaudah habis itu kita bikin slide khusus soal mitigasi untuk dicantumkan di proposal.

Narasumber 3

Nama : Nofri Ardian Eka Sanjaya

Jabatan : Manajer Sales Operation

Berikut beberapa pertanyaan yang akan peneliti ajukan:

1. Perencanaan (*Planning*)

- a. Apa yang saudara lakukan saat mempersiapkan *event*?

Jawaban : Yang pertama adalah kita *reconfirm* dulu sama salesnya. Jadi yang di tanda tangan itemnya ada ini, barulah nanti ada yang namanya *handover* informasi dari sales. Nanti ada *special case* ngga, ada yang dijanjikan sama salesnya ngga, termasuk kondisi-kondisi yang dibahas sebelumnya, nah ini akan menjadi dasar aku dalam bikin RAB. Selagi aku nyiapin RAB, aku juga *ngeblock* vendor-vendor yang udah aku tanya-tanya saat *costing*. Nah di proses *ngelock* vendor itu biasanya ada re-negosiasi lagi, karena kan udah *confirm* nih dan aku biasanya nego lagi untuk harganya bisa di nego apa ngga dari harga yang mereka kasih. Nah nanti dari angka-angka yang udah aku dapet itu aku susun di rancangan anggaran. Saat rancangan anggaran selesai, ada dua proses internal nih. Yang pertama adalah ngajuin anggaran dan yang kedua *meeting* RAB lalu mulai dijadwalin bayarnya kapan, *delivery* nya kapan dan lainnya. Nah untuk eksternal aku biasanya nyiapin materi yang akan aku lakukan nanti saat *technical meeting* dengan klien. Entah itu *kick off* ataupun *check point meeting*. Saat persentasi aku akan ngejelasin gimana desainnya, flownya, *layoutnya* atau apa, nanti kan aku dapat *feedback* dari klien nih, ya itu akan aku proses, revisi sambil jalan, dan ini tergantung sih tapi biasanya h-3 atau h-2 aku akan *briefing* dan menyusun *man power* ke siapa aja untuk diteruskan ke HR untuk surat tugasnya. Dari plottingan *man power* itu nanti aku kasih *job desk* dan *timeline* kerjanya kaya apa. Abis itu selesai kita beralih ke logistik, ya kalo perlu logistik dari gudang kantor ya kita maintain *requestnya*, orderan kita *make sure* datangnya kapan, kalau ada barang pesenan yang

harus di QC ya kita QC dulu. Setelah logistic selesai ya kita berangkat untuk *loading* barang. Kalau *eventnya* di jogja ya biasanya kita h-1 untuk *loading*. Tapi kalo diluar kota ya biasanya h-3 atau h-2 karna ada loading, GR, dan running.

- b. Bagaimana cara saudara menghubungi vendor dan produksi yang berhubungan dengan *event*?

Jawaban : Yang pertama adalah perkenalan kalo sama vendor yang belum dikenal, ini kalo kita ngomongin produksi ya. Tapi kalo secara prosedur ya kita kenalan dulu, ngasih tau kegiatannya kaya apa soal *detail* informasi yang aku mau running, nah nanti setelah itu baru kita *share checklistnya*, *layoutnya*, *denahnya*, kapan kita bisa *loading*, dan juga dealing harga. Kan kalo misal GR nya h-2 ya biaya sewanya aku nambah sehari, kalo h-1 kan ngga. Atau misalnya saat loading aku harus nambah truk kecil disitu karena ngga bisa pakai truk besar, nah caranya adalah dengan *share checklist* dan *layout*. Nah nanti kalo dia udah ngeluarin angka, ya kita ada proses negosiasi, proses *paymentnya* kapan harus dibayar, proses produksinya dia udah jalan kapan, kan dia harus *update* ke aku. Misal untuk dekor panggung yang estimasinya satu minggu, ya aku harus nanya dia *update* proses pengerjaan di hari ketiga atau keempat udah sampai mana, ada kendala apa ngga. Nah sekarang kan ada zoom, jadi kalo semisal kita ngga bisa ketemu sama vendornya ya kita bisa pakai zoom. Disini bisa juga untuk *detail meeting* teknisnya ya, kaya misal jalur *loading*, butuh berapa meter untuk kabelnya, internet dari siapa, koneksinya gimana, dll. Jadi persentasi yang udah aku TM kan dengan klien, ya aku *share* juga ke vendor, biar mereka juga tahu gimana *feedbacknya* klien.

- c. Akomodasi (Transport, Hotel, Sarana dan Prasarana) seperti apa yang saudara pilih dalam mempersiapkan *event*?

Jawaban : Kalau akomodasi untuk klien biasanya ada tiga *type*. Yang pertama adalah *type* yang udah nyebut kualifikasi hotel duluan misal bintang lima kah, empat kah, daerah mana kah, dekat dengan ini kah,

atau gimana. Yang kedua adalah tipenya *government*, dia *based on* pagu (anggaran yang sudah ditetapkan oleh pemerintah) misal untuk *event* yang melibatkan eselon berapa hotelnya harus ini, nah itu beda lagi *treatmentnya*. Karena kontrak pemerintah dan *corporate* kan beda. Tapi ada juga yang *corporate* atau *government* itu udah punya kontrak sendiri sama hotel-hotel, jadi jarang kalo semisalnya *government* itu kita yang bayarin. Jadi kalo untuk *government* itu udah jelas hotelnya bakal di mana. Nah untuk tipe yang ketiga itu adalah kita yang nentuin. Ini kita yang *suggest* untuk menyesuaikan juga dengan program. Yang kedua adalah filterasi soal fasilitas, misal klien butuh apa nih dari hotel itu, nah ini akan jadi *second* opininya kita dalam menentukan hotel. Dari sisi jumlah orang, akses, dan kualitas. Karena misal, biarpun itu bintang lima tapi klien ganyaman karna interiornya jadul atau apa, ada juga klien yang lebih nyaman dengan hotel baru kaya *buildingnya* modern, bagus, ataupun ada yang suka *vintage* kaya tamu-tamu luar contohnya sheraton, hyatt. Kalo indonesia ya untuk *corporate* misalnya marriot. Kalo yang *culture* ya royal ambarrukmo misalnya. Jadi dari tipe itu semua kita harus tau dulu biar kita bisa nyesuain. Yang terakhir adalah kebutuhan *service*, nah ini biasanya jadi pertimbangan terakhir untuk standar *service* kita. Misal ada hotel yang orang-orangnya saklek, kaya kamu mau minta meja untuk registrasi dikasih pun susah, ada yang kamu mau minta apa aja pasti dikasih. Karena ini jadi salah satu faktor kelancaran kerja. Karna kalo kerja samanya enak ya kita bakal nyaman untuk kemudahan *handling project*. Kaya *service* kita kan biasanya ada masukin *turndown* sebelum tamu checkin, gimana *handling* kopernya, gimana akses registrasinya, gimana kunci kamar, gimana untuk *earlier* checkin, ya itu bakal dipengaruhi.

Untuk transport yang utama adalah untuk seri yang kita selalu pake adalah minimal 2019 keatas, namun kalo untuk vendor baru kita harus *survey* untuk cek unitnya ya. Harusnya sih 2-3 tahun yaa, misal di tahun 2023 ya harusnya kita pake mobil di tahun 2020, Cuma karena pandemi

kan jadinya jarang yang punya unit keluaran tahun segitu, makanya diambil minimal tahun 2019 keatas. Karena kita antisipasi dan pilih mesin yang masih bagus, mesinnya prima, dan *body*nya terawat. Baru sehabis itu kita cek untuk lebih detail kalo nyangkut vip, misal fisiknya harus bagus, harus kinclong, sarung jok gaboleh ada yang bolong, ac harus dingin, *wipernya* harus jalan, dll. Dan yang gaberhubungan dengan mesin mobil tuh kaya, mobil harus wangi, *drivernya* berseragam, *drivernya* gabau rokok, dll. Ini juga sama *treatment* nya ya kalo ke unit bis, paling cek *detail* untuk *sound*, mic, colokan usb, dll untuk *guidenya* nanti.

Nah ini harusnya sekarang untuk *transport*, hotel, dan *venue*, yang biasanya tempatnya asing dan kebutuhannya kompleks, nanti ada alokasi sendiri untuk survey. Misalkan kalo ada *event* di luar kota dan kita gadapetin orang sana untuk bantu *survey*, nanti akan ada anggaran untuk *project* gede yang nantinya kita akan *survey* mungkin bisa satu bulan sebelumnya biar kita ngga zonk disana. Nah nanti keperluannya disana itu kaya ngukur-ngukur produksi, ukurannya udah bener apa belum dengan panggung sekian, lampunya terang apa ngga, yang *outdoor* kaya gitu kita perlu tahu juga kontur tanahnya kaya gimana, bentuknya kaya apa, aksesnya gimana, itu kalo bisa dan ada dananya ya harus di *survey* supaya kita bisa dapet gambaran.

Untuk *venue* sendiri kaitannya lebih ke akses dan kapasitasnya, dan juga terkait jadwal. Karena kalo di *outdoor* itu kita perlu tahu apakah perlu pake tenda kah, apakah itu rawan bencana, kalo hujan jadi banjir ngga, tanahnya tanah lembek apa bukan, dan juga lokasi *event* yang kaya sosialisasi, kaya di desa mana misalnya, yang ngga konvensional, dll karena itu sarana prasarana nya pasti kurang dibanding hotel atau *ballroom*. Kalo di hotel kan sejelek-jeleknya kita meeting sama pengelola atau sales atau banquet, mereka pasti *share* dan kita akan dapet *feedback* yang komprehensif ya. Jadi untuk hotel, *venue*, *ballroom*, atau gedung-gedung yang disewakan pasti untuk info semacam ukuran atau *layout* itu

udah ada. Tinggal masalah pengukuran untuk *stage* dan produksi aja. Dan biasanya untuk tempat-tempat yang unik dan aneh kita harus survey karena prosedurnya aja kan kurang, misalnya kaya mangrove, pinggir pantai, tempat untuk *outbond*, dll. Sebetulnya kalo untuk inspeksi *survey* kita ada formnya, tapi kita udah tau apa aja yang mau dicek tinggal nanti cek aja sama kebutuhan *checklist*nya untuk *event* apa aja. Jadi based nya balik lagi ke *checklist* atau *layout*.

- d. Berapa kali saudara melaksanakan meeting (internal dan klien) untuk mempersiapkan *event*?

Jawaban : Minimal untuk internal itu sekali, idealnya dua kali dan tergantung juga tingkat kompleksitasnya ya. Yang pertama itu ya meeting soal *general* informasi, pembagian *jobdesk*, dan pertemuan kedua itu untuk *update*, yang nantinya setiap PIC akan update untuk kendala dan *issue-issuenya* sebelum running. Lalu *meeting* dengan klien. Sebenarnya tergantung tipe klien juga, ada klien yang tiap minggu minta *check point meeting* juga. Kalo dari kita ideal nya dua, satu untuk *kick off*, dan yang kedua *updating progress*. Nanti sepanjang *progress* itu juga kan kita ada koordinasi. Jadi kalo soal masalah-masalah sepele bisa di *update* di *group WA* atau *email* untuk yang cepatnya.

- e. Apakah saudara melakukan survey (sarana dan f&b) dalam mempersiapkan *event*?

Jawaban : *Survey* kalo untuk f&b biasanya untuk yang jauh-jauh hari kita udah *block* paxnya yang jumlahnya gede. Tapi kalo untuk yang VIP atau sekelas Menteri ya kita harus *survey* untuk *test food*. Karena biasanya kalo untuk tamu-tamu biasa kita lempar menu yang dari best rekomendasi enak dan dari restoran yang biasa kita pake juga. Cuma kalo ada beberapa resto atau hotel yang gabisa ngasi test food, biasanya dia akan ngasih *set up* penyajiannya kaya di *event-event* sebelumnya. Dan pastinya nanti kalo untuk *gala dinner* atau *reseption dinner* yang memang tempatnya mau diprosesikan akan ada makan malam ya kita

akan *survey* lebih ke *placement layoutnya*, tempat makan di mana, *buffet* di mana, akses keluar masuk orang di mana, dll.

- f. Apa yang saudara lakukan jika ada perubahan (*request*) dari klien terkait *event* yang akan dilangsungkan?

Jawaban : Ini *prefernya* ke kontrak dan *checklist* yang sudah disepakati ya. Nah nanti dari situ perubahannya karena apa dulu, kalo perubahannya karena yang kita *deliver* ga sesuai standarnya yang ada di *checklist*, ya mau ngga mau kita harus *deliver* itu. Misal kaya dia pesen kaos, bordirannya di kanan, tapi pas jadi bordirannya dikiri. Padahal yang dia *approval* itu yang sebelah kanan. Nah dari situ ya aku harus *request* tambahan karna aku ngga sesuai *delivernya*. Jadi aku harus menuhin itu bagaimanapun *timelinenya*. Nah kalo yang perubahan diluar itu, kita harus liat dulu itu menimbulkan biaya atau ngga? Yang kedua untuk waktunya dalam memenuhi permintaan itu cukup ngga? Yang ketiga adalah bisa ngga aku ngelakuin itu? kalo di *point* pertama misal ada *addcost* dan klien mau membayar itu ya sejauh mungkin akan dipenuhi, tapi balik lagi ke *point* kedua, waktunya cukup ngga? Dan yang ketiga aku bisa ngga lakuin itu? jadi tergantung kondisinya juga ya

- g. Persiapan logistik seperti apa yang saudara lakukan dalam mempersiapkan sebuah *event*?

Jawaban : Yang pertama adalah balik ke *checklist*, *layout*, dan juga *timeline*. Kalau semisal hal ini sudah ada diluar kepalamu ya oke aja, kamu udah tau mana aja titik yang krusial. Tapi kalo kamu belum bisa untuk membayangkan itu ya buat catatan untuk monitoring itu. karena saat kamu ketemu orang lapangan yang nanya perihal *layout* kamu udah bisa jawab itu, atau kamu perlu antisipasi karena *layout* yang kamu pegang dan yang ada di lapangan kan biasanya beda. Jadi itu digunain untuk penyesuaiannya untuk kondisional lapangan. *Timeline* ini sendiri bisa berupa pembagian orang kerja atau orang-orang itu harus *updatenya* kapan. Karena kita perlu *feedback* dan *update* ke klien. Apalagi kalo bahas soal *souvenir* dan *gimmick*, itu perlu pengawasan banget. Kapan

klien harus *approve* desainnya supaya kita bisa naik cetak produksi, QC barang, kalo modelan kaos ya kita perlu laundry dulu abis itu di *repackage*, itu kan proses yang kita perlu menghitung. Jadi kalo gapunya *timeline* ya berantakan nanti.

h. Bagaimana cara saudara berkomunikasi dengan team internal?

Jawaban : Yang pertama adalah bijaksana. Tapi yang utama adalah yang perlu disusun dikepala. Karena kita sebagai tim operasional yang akan ngatur semua *flow* pekerjaan orang-orang yang akan kita rekrut termasuk eskternal, *runner*, ataupun *tim show*. Ini semua sudah harus ada rencana kerjanya. Rencana kerja yang dimaksud adalah balik lagi informasi mengenai *checklist*, *layout*, dan *timeline* ini semua harus disampaikan dulu ke semua orang. Nanti baru kita kasih tau spesifikasi masing-masing untuk orang itu *jobdesk* nya apa. Dan nanti ketika kita ngasih *jobdesk*, ya kita jelasin dulu nanti orang itu ngapain, tanggung jawabnya apa, dan yang kita harapkan dari dia untuk outputnya. Nah nanti aku tinggal nunggu *deadline* dari masing-masing orang itu kapan akan *ngereport* dari hasil pekerjaannya. Ini kalo secara teknis yaa. Mulai dari *assessment*, logistik, dll. Nah kalo aspek non teknis ini kita butuh panduan. Misal kalo kita *hiring* orang yang belum pernah berpengalaman atau gimana. Kita perlu *briefing* mereka dulu kan? Nah diaspek ini adalah bagaimana caranya kita bisa bawa informasi ini ke semua tim untuk mereka mengerti tanpa mereka merasa disuruh. Jadi disini aku lebih *prefer* untuk komunikasi dua arah, jadi mereka juga bisa ngasih *suggestion*. Tapi disini ada dua kondisi ya, kalo semisal orang itu ngga berpengalaman ya aku harus punya *step by step* kaya robot supaya dia tinggal ngelakuin aja, beda sama orang yang sudah berpengalaman, kalo dia nyaman dengan caranya sendiri dan menurutku itu cukup, yaudah kamu jalanin itu dengan caramu. Tinggal nanti mereka ngasih *output* aja ke aku. Karena aku mau mereka semua ini nyaman dan merasa dilibatkan. Nah dan aku juga mau gimana cara *delivernya* ini secara

internal itu lebih ke satu arah yang bukan banyak diktatornya. Ini memang harus ada, karena bagaimanapun juga tetap butuh leader.

- i. Bagaimana cara saudara berkomunikasi dengan vendor yang membantu seluruh kegiatan *event*?

Jawaban : Balik lagi ke *checklist*, *layout*, dan *timeline*. Ini semua *based* aku buat komunikasi sama semua orang. Baik itu vendor, tim internal, ataupun external.

- j. Bagaimana cara saudara mengecek seluruh persiapan (akomodasi, *beverage*, produksi, logistik) ketika *event* sudah *running*?

Jawaban : Balik lagi ke *checklist*, *layout*, dan *timeline*. Ini semua *based* aku buat komunikasi sama semua orang. Baik itu vendor, tim internal, ataupun external.

- k. Apa yang saudara lakukan jika ada perubahan mendadak (diluar rencana) dari segi rangkaian acara?

Jawaban : Ya disesuaikan. Yang penting adalah mengkomunikasikan itu secepat mungkin, kuncinya disitu. Jangan ada *delay*. Karena semakin kamu *delay* informasi itu ya kamu bakal kehabisan waktu.

- l. Persiapan seperti apa yang saudara lakukan jika kondisi cuaca tidak menentu?

Jawaban : Simplenya adalah misal aku udah tau cuaca sedang musim hujan ya aku ngga akan *suggest* mereka untuk *event* di *outdoor*. Dan kalau pun mereka maksa untuk *event* di *outdoor* ya kita harus sampaikan soal kondisinya, misal kalo hujan dadakan ya kita ngga akan bisa pesen tenda dadakan, paling ngga kita nyiapin untuk rute *escapenya*. Tapi, itupun pasti ngga akan menyeluruh. Misal, oke kita mau *venue*nya *outdoor clean* dan bersih, tapi nanti kita siapin tenda dipinggir, jadi kalo semisal tiba-tiba hujan ya larinya ke tenda namun acara bakal ke pending. Atau *assessment*nya mereka butuh *outdoor* ya kita dari sisi peralatan akan *upgrade*, instalasi akan kita buat *safe*. Misal *flooring outdoor* akan kita bikin 10-20cm, jadi air hujan nanti tidak akan

menggenang. Atau kalo produksian biasanya kalo lagi musim hujan itu ada alat khusus, yang kalo hujan mereka punya standarnya sendiri mau pake alat kaya apa. Entah itu kelistrikan akan di *cover* atau dll. Yang penting adalah kita mengkomunikasikan itu ke klien dan ngasih *suggestion* ke klien soal kondisi cuaca. Entah itu kita buka ramalan BMKG, atau telepon pihak BMKG yang dekat dengan klien terkait.

2. Pengaturan (*Organizing*)

- a. Bagaimana cara saudara membagi *team* anda dengan baik untuk persiapan *event*?

Jawaban : Yang pertama adalah kita *breakdown* menurut kebutuhan *event* dulu. Yang pertama dari jumlah *pax*, karena kita punya *standart* satu orang bisa *handle* 25-35 orang. Jadi kalo misal ada *event* dengan 300pax ya kita akan terjun minimalnya 6 orang untuk *flow crowd-management* diluar orang yang kita *hire* nanti ya. Dan dari setiap *job desk* itu nanti akan ada PIC nya. Nah gimana cara aku buat putusan untuk bagi tim? Terkadang itu *challenge* ya, misal aku tau dia akan kesulitan ya aku paksain karna menurut ku dia harus *upgrade*. Dan kadang juga aku liat tingkat kesulitan *event* dan tingkat *urgently* nya ya, misal kalo *event* nya mepet ya aku butuh orang-orang kuat di sektor itu, aku udah tau siapa aja yang aku tempatin di sana. Karena aku harus metakan orang yang berfikir, ngeksesuksi, dan ngawasin. Kalau misal untuk sektor logistik ya aku butuh orang yang ngga perlu banyak mikir, tapi kan harus ngeksesuksi, tipe nya kan begitu. Kalau tipe mikir ya orang yang strategis, kaya acara dan produksi. Terus untuk orang *administrative* ya kaya orang hotel, *registration*, *booking* pesawat, *booking* hotel, dan orang-orang yang berkaitan dengan data.

Dan yang terakhir adalah kemampuan khusus untuk orang design.

- b. Bagaimana cara saudara mengawasi *team* dalam sebuah *event*?

Jawaban : Balik lagi ke *timeline*. Karna aku akan *follow up* untuk updating per tiap PIC. Beserta *checklist* yang harus dibawa kemana-mana yaa.

c. Keputusan seperti apa yang anda buat saat akan mengelompokkan *team* beserta tugasnya?

Jawaban : Berdasarkan kualifikasi kemampuan, tipe pekerjaan, sama kebutuhan *event*.

5. Pelaksanaan (*Actuating*)

a. Bagaimana ketepatan *rundown* dengan pengimplementasian saat *running event*?

Jawaban : Kalau ngomongin idealnya ya sesuai. Cuma kan kalo kondisi bisa jadi berubah ya. Contoh nih, misal untuk rute *trip*. Di satu hari kita punya tiga rute untuk destinasi, tapi di salah satu rute ini kita kena macet. Ya mau ngga mau kita komunikasikan itu ke client untuk ngasih tau kondisinya. Jadi semisal kita mau *change priority*nya ya kita cuma punya satu rute lagi sebelum nanti checkin biar ngga kemaleman, atau telat makan siang, atau apa gitu. Ini bisa aja berubah ya, tapi selama perubahan ini di *acc* oleh klien dan disampaikan dengan baik ya itu ngga akan jadi masalah. Klien akan apresiasi karena kita kasih *suggestion* dan kondisi terbaiknya gimana. Justru yang jelek itu ketika *rundown* terlalu saklek, karena *rundown* itu ngga sepenuhnya bener. Atau itu jadikan patokan/guideline/kesepakatan bersama, dan kondisi lapangan itu bisa kita sesuaikan. Yang penting adalah kedua belah pihaknya setuju. Misal lagi nih untuk acara *meeting*, acara mulai jam sembilan tapi VIP nya belum datang, ya kita ngga mungkin dong *running* acara tanpa mereka? Jadi balik lagi untuk disesuaikan.

b. Apa yang saudara lakukan jika waktu yang telah disusun ternyata molor?

Jawaban : Tetep disesuaikan. Yang penting itu dikomunikasikan dan disetujui kedua belah pihak. Makanya komunikasi sama klien itu harus intens. Nah ketika perubahannya dadakan, ya sebisa mungkin dicari solusi atau alternatifnya, jangan sampai ada *delay*. Karena semakin kamu *delay*, itu yang justru akan nambah masalah.

c. Apa yang saudara lakukan jika bagian dari operasional tidak sesuai saat di lapangan dengan saat *survey*?

Jawaban : Ini sebenarnya udah ada di rencana antisipasi, karena kita tahu ngga semuanya *akan ontrack*. Jadi kita udah ada *plan a* dan *b* yang sudah pasti tertulis. Namun kalo untuk *plan c* itu biasanya reaksional tergantung kondisi lapangan yang akan kita sesuaikan. Tapi *pointnya* lebih ke jam terbang ya, orang yang udah berpengalaman pasti udah tahu *senses* masalahnya atau *critical momentnya*. Misal *event* mu dua minggu lagi, dan kamu baru cari tahu soal ticket, ya kamu udah tahu kalo kamu itu ngga akan kebagian tiket. Dan *critical momentnya* soal tiket, jadi kalo orang yang udah tahu itu ada kemungkinan dia mesan h-1 bulan atau gimana. Jadi balik lagi ke *timeline* juga untuk terus *checkin progress*.

d. Bagaimana cara saudara untuk menghandle registrasi?

Jawaban : Balik lagi ke data sebagai *checklist* registrasi. Jadi kamu punya data peserta, kapan dia dateng, *flightnya* kapan, dll. Yang kedua adalah scenario registrasi, kalau di kita biasanya diurutkan *based on* nama yang sesuai abjad. Jadi nanti akan kita sesuaikan untuk *flow* registrasinya, misal kalo untuk dua orang registrasi handle ya akan kita buat dua atau empat jalur. Yang pasti adalah kita bikin jalur untuk *in* dan *out* nya dan ada akses keluar masuk yang ngga akan ganggu publik. *Next* adalah validasinya. Validasi itu kan segampang orang dateng terus tanda tangan kan itu tanda tangan kah, QR kah, atau apa, yang paling penting ada itu. karena nanti *outputnya* registrasi itu laporan/kehadiran, dan itu harus valid. Terus penataan data dan apabila ada perubahan. Terus soal *layoutnya*, gimana *placement* meja untuk registrasi, apakah cukup spacenya? Antriannya rapi ngga? Antriannya bakal lama ngga? dan lainnya.

e. Bagaimana cara saudara menghandle resgitrasi untuk tamu VIP/VVIP?

Jawaban : Yang pertama adalah ekspetasi VIP nya dulu. Kita harus punya bayangan dan cari tahu informasi itu lewat protokolnya kah, ajudannya kah, atau apa. Terus yang kedua fasilitas dan *servicenya*. Karena *treatmennya* pasti beda-beda. Ada tamu VIP yang suka dikawal, jalan sendirian, nyantai, atau gimana kan kita harus tau. Dimulai dari *seating arrangementnya*, entah itu *waiting room*, *placement seat* saat

meeting, jalur *escape* nya mereka, itu semua pasti dipikirin. Itu dimulai dari eselon, Menteri, atau presiden itu *treatmentnya* sama, yang ngebedain hanya di kompleksitasnya aja.

- f. Apa yang saudara lakukan jika satu dari bagian logistik tidak lengkap atau ada yang tertinggal?

Jawaban : Dicari solusi atau alternatifnya. Kalau semisal ada yang ketinggalan kalo bisa disusulkan, ya disusulkan, kalo perlu beli lagi ya beli lagi. Asal itu sesuai dengan apa yang diminta.

- g. Dalam skala *event* (kecil, sedang, dan besar) apakah saudara selalu merekrut *runner/freelancer* luar?

Jawaban : Tergantung. Bisa *hire* atau tidak. Karena tergantung juga ketersediaan tim internal. Yang kedua adalah *based on skills*. Contoh kaya orang yang berbicara bahasa asing, *enterpreteur*, atau lainnya.

3. Pelaksanaan (*Actuacting*)

- a. Apa yang saudara lakukan jika ada kesalahan saat *event* berlangsung baik itu dari pihak internal ataupun luar?

Jawaban : Kita cari dulu sumber masalahnya apa. Dengan waktu yang ada kita mau *recovery* itu mau gimana? Kita harus punya *best options* yang sesuai dengan kondisi saat itu. misalkan ada fail di satu aspek nih, klien marah-marah dan akhirnya complain, ya kita akan minta maaf dan cari solusinya. Bisa jadi nanti tagihannya ilang/kena pinalti itu untuk *worst case* nya ya atau kita kasih *compliment* sebagai permintaan maaf.

- b. Bagaimana cara saudara melakukan *controlling* saat *event* berlangsung?

Jawaban : Kalau sudah *running timeline* ku itu *rundown*. Dan *layout* ku adalah *placement* orang-orang yang kerja nanti. Kalau aku ada disitu ya aku akan ngawasin, tapi kalo aku ngga ada disitu ya mereka harus *update* ke aku.

- c. Bagaimana sikap anda jika klien membutuhkan sesuatu diluar perencanaan?

Jawaban : Disesuaikan, dan dilihat juga dari tingkat kebutuhannya kaya apa. Ini juga balik lagi ke kontrak sebelumnya. Misal ini berimbis

kena biaya loh, kamu mau ngga bayar? Kalau mau ya tanda tangan. Kalo yang ga berimbas biaya tetep kita akan alokasikan siapa yang bisa memenuhi kebutuhan itu.

4. Evaluasi

a. Evaluasi seperti apa yang saudara lakukan setelah *event* berlangsung?

Jawaban : Kondisional sih. Kadang kalo semisal ada *case* yang *urgently* tiba-tiba evaluasi ya ada. Misal kalo kita masih ada *event* di esok harinya, ya malemnya kita pasti evaluasi dengan klien ataupun vendor untuk jadiantisipasi esok hari supaya ngga kejadian lagi. Dan ini evaluasi langsung untuk *recovery*nya gimana. Ini adalah evaluasi respon cepat. Yang kedua adalah evaluasi *after event*. Kita akan meeting dengan vendor semisal vendor nya bermasalah, entah itu ketemu atau *by zoom*. Nah nanti selesai *project* kan ada kuesioner juga. Nanti itu akan kita rekap untuk laporan *report event*. Nah nanti di evaluasi *event* kita akan bahas semuanya disana. Nah kalo di internal SO kita ada *weekly meeting* yang di mana *learning by SO*. Jadi masing-masing tim akan cerita/sharing soal issue dan solusinya gimana supaya kita semua bisa belajar. Ini adalah evaluasi kecil untuk area SO, kalau evaluasi besar ya biasanya dilakukan dua atau tiga bulan sekali di mana diikuti oleh seluruh tim kantor dan kita akan bahas evaluasi banyak *event*.

b. Penerapan seperti apa yang diharapkan kedepannya setelah melakukan evaluasi?

Jawaban : Pastinya perbaikan supaya itu tidak terjadi lagi. Evaluasinya bisa jadi ada dua hal, evaluasi itu terjadi bisa karena kesalahan yang berulang, dan disini evaluasinya akan keras. Entah itu kita ganti SOP, rubah personal, atau *other punishment*nya kaya apa. Yang kedua adalah evaluasi yang lebih terkait ke masalah baru. Contoh nih waktu awal pandemi kita ada *event virtual*, kita ngga tahu kalo internetnya harus gini, atau kita butuh orang untuk itu, dll. Ini evaluasi yang karena kita emang ngga ada *knowledge* untuk ini.

Lampiran 4 Dokumentasi



Foto Dengan Para Narasumber



Foto Saat Event Berlangsung



Lampiran 5 Lembar Bimbingan

LEMBAR BIMBINGAN



NAMA PEMBIMBING: Drs. Budi Hermawan, M.M.

NAMA PEMERIKSA: Andra Murni, M. M

NAMA MAHASISWA: Siti Nina Handayani
 NO. MAHASISWA: 49100653
 JUDUL PENELITIAN: Analisis Manajemen Event MICE di
Tl. Werdama Nirwana Sahi

NO.	TANGGAL	UMUM BIMBINGAN	PABAR
	14/22	1. Tema MICE / 2. Konsep MICE / 3. Karakteristik MICE / 4. Istilah MICE	
	19/23	→ Latihan seminar	
	12/25	→ Latihan tennis	
	30/23	→ Seminar tentang MICE	
	27/23	→ Seminar tentang MICE	
	27/23	→ Seminar tentang MICE	
	02 16 Mar 23	1) Mengikuti seminar gunakan teknik yg benar, sehingga pembaca tidak bingung	

①



NAMA KELOMPOK: Sini Ninda Handayani
NO. MAHASISWA: 41900691
JURUSAN/FAKULTAS: Analisis Manajemen Bisnis
WAKTU: 100 menit

TUGAS PERTAMA: Wati ingin menjual produk...
TUGAS KEDUA: Ananda ingin...

NO.	TANGGAL	UNTAI BERKUNCI	PASIF
	18/2/23	Wati ingin menjual produk...	
		Wati ingin menjual produk...	
		Wati ingin menjual produk...	
		Wati ingin menjual produk...	
		Wati ingin menjual produk...	
		Wati ingin menjual produk...	
		Wati ingin menjual produk...	
		Wati ingin menjual produk...	
		Wati ingin menjual produk...	
		Wati ingin menjual produk...	

NO.	TANGGAL	UNTAI BERKUNCI	PASIF
	17/2/23	1) Cari penelitian terdahulu ttg MICE → bukan sekedar event! 2) MICE ada hubungannya dgn pariwisata	
	18/2/23	1) Apa alasan peneliti memilih lokasi?	



NAMA MAHASISWA : SITI NINA HANDAYANI
 NO. MAHASISWA : A13100143
 JUDUL PENELITIAN : Analisis Manajemen Event MICE di PT. Widyadarmas Niwama Lestari

NAMA PEMBIMBING I: Drs. Supri Hidayat, M.Pd.
 NAMA PEMBIMBING II: Anisya Rizki, S.H., M.H.

NO	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
	24/5/23	Supri Hidayat	[Signature]

NO	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
09	30 Mei'23	Hasil revisi dan uraian bimbingan 26 + 29 Mei'23 sdn dilaksakan	[Signature]
		Prinsip sdn diteliti	
		Kembali ke PP 1 dulu.	
		Skripsi diteliti dan siap v diujikan	[Signature]

6