



KUNCI SUKSES *EVENT* BERBASIS TAHAPAN MODEL “GOLDBLATT”: STUDI KUALITATIF EVENT ICTM 2020

Auliana Ramadhan ¹, Sudarno ²

¹ Jurusan Administrasi Niaga – Politeknik Negeri Jakarta, auliana.ramadhan.an17@mhs.w.pnj.ac.id

² Jurusan Administrasi Niaga – Politeknik Negeri Jakarta, sudarno@bisnis.pnj.ac.id

ABSTRACT

The selection and determination of work stages in planning an event greatly affects the success of an event. In this study, researchers were directly involved in planning the Indonesia Corporate Travel & MICE (ICTM) 2020 event organized by the Ministry of Tourism in collaboration with PT Biztrip Teknologi Multimedia Solusi in five different cities, namely Bali, Malang, Jakarta, Yogyakarta, and Bogor in 2016. 2020. The method used is descriptive qualitative data analysis, where the researcher acts as the main tool in collecting various documentation results and direct observations during the researcher conducting field work practices at the Ministry of Tourism and Creative Economy. The data collection method in this study was carried out directly, namely, by observing and actively participating in the implementation of ICTM 2020 by observing and recording all ICTM activities starting from pre, during and post events. From the data obtained, there are advantages and disadvantages that have an impact on not maximal work effectiveness and overall performance; however, the stages of work that have been carried out have shown positive results in increasing the number of stakeholders attending, thereby creating higher awareness. This research is not only useful for project planners in handling an event in order to select and determine effective work stages, but the implications can also be used as a reference for planning and implementing activities in other MICE sectors.

Keywords: *Event, Stages, Success Key*

ABSTRAK

Pemilihan dan penetapan tahapan kerja dalam merencanakan sebuah event sangat mempengaruhi kesuksesan sebuah event. Dalam penelitian ini, peneliti terlibat langsung dalam merencanakan event Indonesia Corporate Travel & MICE (ICTM) 2020 yang diselenggarakan oleh Kementerian Pariwisata yang berkolaborasi dengan PT Biztrip Teknologi Multimedia Solusi di lima kota yang berbeda, yaitu Bali, Malang, Jakarta, Yogyakarta, dan Bogor pada Tahun 2020. Metode yang digunakan adalah analisa data deskriptif kualitatif, dimana Peneliti berperan sebagai alat utama dalam pengumpulan berbagai hasil dokumentasi dan pengamatan langsung selama Peneliti melakukan kegiatan praktik kerja lapangan di Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Metode pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan secara langsung, yaitu, dengan observasi dan melakukan partisipasi aktif dalam pelaksanaan ICTM 2020 dengan cara observasi dan mencatat seluruh kegiatan ICTM mulai dari pre, during dan post event. Dari data yang diperoleh terdapat kelebihan dan kekurangan yang berdampak pada tidak maksimalnya efektivitas kerja dan kinerja secara keseluruhan. Namun tahapan-tahapan kerja yang sudah dilakukan menunjukkan hasil yang positif dalam meningkatkan angka stakeholders yang hadir, sehingga menciptakan awareness yang lebih tinggi. Penelitian ini tidak hanya bermanfaat untuk para perencana sebuah project di dalam menangani sebuah event guna memilih dan menetapkan tahapan-tahapan kerja yang efektif, namun implikasinya dapat digunakan juga sebagai acuan untuk perencanaan dan pelaksanaan kegiatan-kegiatan pada sektor MICE lainnya.

Kata Kunci: *Event, Kunci Sukses, Tahapan*



PENDAHULUAN

Event merupakan salah satu pemanfaatan sumber daya alam dan buatan yang dapat menjadi sebuah peluang bisnis dan ekonomi yang bisa menambah devisa atau bahkan menarik pengunjung baik dari dalam maupun dari luar negeri, mampu menyerap tenaga kerja, mendorong perkembangan investasi, dapat menumbuhkan pariwisata dan meningkatkan rasa bangga terhadap bangsa sehingga akan tumbuh masyarakat yang lebih peduli terhadap suatu bangsa.

Namun, dengan adanya wabah COVID-19 yang telah menghancurkan berbagai aspek kehidupan di dunia. Aspek pariwisata dan MICE pun tidak luput terkena pengaruh akibat wabah ini. Imbas dari pemberlakuan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) adalah dilarang berkumpulnya kegiatan lebih dari 5 orang. Tentunya, hal ini memicu berbagai permasalahan yang terjadi dalam setiap event di berbagai bagian kota.

Pada masa PSBB, pemerintah menutup semua area destinasi wisata untuk mengurangi angka penyebaran COVID-19. Segala aktivitas dan acara-acara profit dan non-profit yang mengumpulkan orang banyak diberhentikan sementara waktu. Keputusan ini mengakibatkan kerugian yang tidak sedikit untuk semua wilayah di Indonesia. Ada banyak kegiatan MICE dan special event yang diberhentikan atau diundur sampai waktu yang belum ditentukan.

Saat ini, memasuki tahap transisi pasca pandemi COVID-19 tengah dijalankan. Presiden Indonesia, Bapak Joko Widodo,

meminta semua pihak untuk membangun tatanan baru (new normal) dengan pendekatan “extra-ordinary” di berbagai bidang industri termasuk industri pariwisata dan ekonomi kreatif. Oleh karena itu, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif merencanakan strategi bagaimana menghadapi pandemi yang belum pasti waktu berakhirnya.

Protokol kesehatan yang telah ditetapkan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dengan bantuan Kementerian Kesehatan menjadi salah satu upaya untuk bangkit dan bertahan sesuai dengan keadaan yang terjadi saat ini. Agar tidak terlalu lama tenggelam dalam keterpurukan ini, sudah seharusnya pihak stakeholders menerapkan protokol kesehatan tersebut di setiap penyelenggaraan event. Berbagai persiapan tengah dilakukan, termasuk menarik kembali minat para stakeholders untuk mulai melakukan kembali kegiatan MICE dan berpartisipasi melalui penyelenggaraan trading event.

Melihat keadaan tersebut, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia atau Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia dengan dibawah naungan Direktorat Wisata Pertemuan, Insentif, Konvensi, dan Pameran bekerjasama dengan PT Biztrips Teknologi Multimedia Solusi untuk menyelenggarakan event Indonesia Corporate Travel and MICE (ICTM) 2020 untuk para buyers dan sellers dari berbagai perusahaan industri MICE di Indonesia. Kegiatan ini merupakan kerjasama dalam mengembangkan MICE di Indonesia melalui kegiatan public-

private partnership dan mengarah ke business to business event. Perancangan program dari pelaksanaan Indonesia Corporate Travel and MICE 2020 dimulai dari pre, during, dan post event.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan secara deskriptif kualitatif. Jenis studi deskriptif adalah suatu metode yang meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang memaparkan situasi atau peristiwa. Penelitian deskriptif hanya memaparkan suatu situasi atau peristiwa. Penelitian ini tidak mencari suatu hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi (Ardianto, 2011: 49).

Peneliti berperan sebagai alat utama dalam pengumpulan data langsung dari hasil wawancara, pengamatan atau gambar di Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif sejak 02 November 2020 hingga 07 Januari 2021. Peneliti akan menerangkan dan menjabarkan hasil pengumpulan data terhadap tahapan pelaksanaan event Indonesia Corporate Travel and MICE 2020 oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.

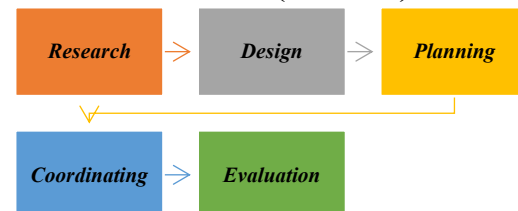
Variabel yang diteliti merupakan kegiatan pelaksanaan dan kaitannya dalam memperoleh tingkat kepercayaan perusahaan untuk turut mengikuti rangkaian acara. Kegiatan yang dimaksud merupakan kegiatan mengelola dan mengawasi jalannya keberlangsungan acara mulai dari pre, during, dan post event Indonesia Corporate Travel and MICE 2020 oleh tim Subdirektorat Promosi dan Pendukung MICE

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, dengan menggunakan Microsoft Office dan Microsoft Excel untuk membuat, mengolah, dan mengumpulkan data selama pembuatan program acara ICTM 2020.

TEMUAN DAN PEMBAHASAN

Temuan

Gambar 1. Tahapan Perencanaan dan Pelaksanaan Event Menurut Goldblatt (2014: 45)



Sumber : Tahapan Goldblatt (2014: 45)

Pelaksanaan Indonesia Corporate Travel and MICE (ICTM) 2020 di lima kota yang berbeda, yaitu Bali, Malang, Jakarta, Yogyakarta, dan Bogor. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif bekerjasama dengan PT Biztrip Teknologi Multimedia Solusi sebagai inisiator terselenggaranya ICTM 2020 ini.

Berikut tahapan dalam pelaksanaan dan perencanaan event menurut Joe Goldblatt (2014: 45).

1. *Research*

Penelitian yang dilakukan dengan baik akan mengurangi risiko kegagalan dalam pelaksanaan penelitian yang dilakukan untuk menentukan kebutuhan, keinginan, dan ekspektasi khalayak sasaran. Penelitian yang dilakukan harus dilakukan dengan teliti dan komprehensif.



Riset merupakan langkah awal dalam memulai perencanaan sebuah event. Riset Indonesia Corporate Travel and MICE dimulai dengan kebutuhan stakeholders dalam mempromosikan produk yang dimiliki pada masa pandemi Covid-19. Stakeholders beranggapan bahwa mereka sangat membutuhkan media seperti event, untuk mempertemukan mereka dengan para client.

2. Design

Dengan berkaca pada berbagai event terdahulu mengenai konsep dan penyelenggaraan acara, sebuah event dapat diselenggarakan dengan ide dan design yang lebih baru dan berbeda. Hal ini dilakukan untuk menemukan ide baru untuk memperkuat konsep acara yang diusulkan. Tahapan desain dapat diaplikasikan melalui brainstorming dan mind mapping.

Dalam proses ini, lahirlah konsep program dari ICTM 2020. Adapun Rencana Program yang telah disepakati, yaitu:

- a. Buyers Meet Sellers
- b. Talkshow
- c. Buyer Exchange Forum
- d. Seller workshop
- e. Post Tour

3. Planning

Tahap planning dilakukan setelah riset dan desain dilakukan. Kegiatan perencanaan memerlukan waktu paling panjang dalam seluruh tahap. Banyak hal yang harus dipertimbangkan pada saat perencanaan sehingga susunan perencanaan sering kali mengalami perubahan, penambahan, atau pengurangan sesuai kondisi.

Adapun beberapa perencanaan yang telah dikerjakan:

- a. Berkolaborasi dengan MNC Group sebagai media partner

MNC Group dipilih sebagai official media partner selama rangkaian ICTM 2020 berlangsung di lima kota. Berikut ini daftar media partner yang turut diundang untuk menjadi official media partner, yaitu RCTI, MNC TV, GTV, iNews, Okezone.com, iNews.id, Sindonews.com, Koran Sindo, dan MNC 104,6 FM Trijaya Radio.

- b. Melakukan pembagian job description melalui dokumen KAK (Kerangka Acuan Kerja) dan PKS (Perjanjian Kerja Sama).

Berikut merupakan ruang lingkup kerjasama yang terjalin:

- 1) Kemenparekraf RI

Bertanggung jawab dengan memberikan dukungan terhadap penyelenggaraan kegiatan dengan penyedia pihak ketiga yang dilakukan melalui proses lelang, yang meliputi, fasilitasi ground handling buyers, mengundang sellers, hingga penyelenggaraan forum.

- 2) PT Biztrip Teknologi Multimedia Solusi

Sebagai penggagas acara ICTM 2020 dan bertanggung jawab dalam menyusun dan melaksanakan rangkaian dan isi kegiatan ICTM 2020. Memenuhi target hosted buyers, hosted media, dan sellers untuk berpartisipasi dalam setiap jadwal acara ICTM 2020.

3) MNC Media

Bertanggung jawab melakukan peliputan, produksi, dan publikasi sebelum, selama, dan sesudah kegiatan ICTM 2020 berlangsung bersama dengan afiliasinya.

c. Persiapan bidding PCO di masing-masing kota

Karena project ICTM 2020 membutuhkan dana lebih dari Rp200.000.000,00, sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif harus melewati proses bidding terlebih dahulu.

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif juga memiliki kualifikasi tersendiri untuk penilaian bidding PCO. Penilaian terbesar diberikan kepada PCO yang berhasil memenuhi semua kualifikasi yang telah ditentukan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Contohnya, kualifikasi venue, anggaran, dan anggota PCO yang bebas dari COVID-19.

Setelah melakukan bidding PCO di masing-masing kota penyelenggaraan ICTM 2020, terdapat tiga PCO yang terpilih menjadi pengelola ICTM 2020. Salah satunya adalah PT Janu Dwi Putra untuk penyelenggaraan di Kota Bogor dan Jakarta.

PCO nantinya akan bertugas sebagai ground handling, yaitu hanya sebagai tim yang melaksanakan semua hal yang sudah direncanakan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dan juga PT Biztrip Teknologi Multimedia Solusi.

d. Pembuatan kualifikasi venue dari kota yang terpilih, yaitu:

- 1) Terletak di tengah kota penyelenggara.
- 2) Hotel atau resort berbintang 5.
- 3) Memiliki ballroom yang berkapasitas minimal 300 orang untuk menampung 90 peserta.
- 4) Memiliki 40 kamar hotel executive suite untuk menampung 30 buyers dan 10 orang Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.
- 5) Dekat dengan rumah sakit yang memiliki tenaga medis stand by 24 jam dan kantor kepolisian.
- 6) Hotel atau resort tersebut tidak dijadikan sebagai tempat karantina pasien COVID-19.
- 7) Hotel atau resort yang sudah menjalankan protokol kesehatan atau CHSE yang telah ditetapkan pemerintah.

e. Pembuatan kualifikasi *buyers* dan *sellers*

Selain sebagai official media partner, MNC Group juga bertanggung jawab untuk proses handling buyers, karena target dari 30 buyers adalah anak-anak perusahaan dari MNC Group. Namun, seiring berjalannya waktu, ternyata banyak perusahaan yang ingin mengikuti ICTM 2020. Oleh karena itu, pendaftaran dibuka untuk perusahaan lainnya diluar MNC Group. Untuk buyers sendiri semua pembiayaan difasilitasi oleh Kemenparekraf, mulai dari transportasi pulang-pergi, hotel, registration fee, bahkan SWAB Antigen.

Perusahaan buyers yang terpilih harus berdasarkan kualifikasi yang telah ditentukan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Adapun kualifikasi dan penilaian terbesarnya ialah harus perusahaan yang banyak melakukan kegiatan MICE terutama di dalam negeri dan yang dicalonkan pergi untuk mewakili perusahaan adalah orang yang mempunyai wewenang untuk mengambil keputusan. Perusahaan buyers juga harus melampirkan portofolio tentang profil penyelenggaraan MICE yang telah diselenggarakan oleh perusahaannya.

Sedangkan yang bertanggungjawab untuk memenuhi target sellers, ialah PT Biztrip Teknologi Multimedia Solusi. Proses pencarian sellers berdasarkan tempat penyelenggaraan ICTM 2020. Misal, Kota Bogor, perusahaan sellers yang boleh mendaftar ialah perusahaan hotel/resort/entertainment yang hanya berasal dari Kota Bogor. Persyaratan lainnya ialah perwakilan dari perusahaan sellers harus membawa hasil tes rapid yang masih berlaku pada hari H pelaksanaan ICTM 2020.

Setelah semua perusahaan buyers dan sellers terpilih sesuai dengan target, daftar nama perusahaan tersebut akan dicek dan disetujui terlebih dahulu oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.

4. Coordinating

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dan PCO harus mengelola sumber daya secara efektif dan efisien. Sumber daya tersebut meliputi kemampuan administrasi, koordinasi, marketing, dan risk management.

Pentingnya rapat koordinasi sebelum event berlangsung dengan PCO, PT Biztrip, dan MNC Group, karena untuk memastikan semuanya berjalan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan. Rapat koordinasi dilaksanakan setiap seminggu sekali hingga dua minggu sekali bergantung dengan kepentingan yang harus dibahas oleh ketiga pihak.

Sebelum memulai main event, terdapat pre-event, yaitu dengan mengadakan press conference yang diselenggarakan pada tanggal 1 September 2020 di Hotel Grand Hyatt, Jakarta. Press Conference bertujuan untuk memperkenalkan dan mempromosikan program ICTM 2020 kepada khalayak umum melalui media yang hadir. Media yang turut hadir sebanyak 47 media yang berasal dari radio, TV, wartawan tulis, dan wartawan foto. Kemudian dilanjutkan dengan kegiatan During Event ICTM 2020, yaitu:

- a. Briefing PCO dan media
- b. Pemberian opening speech pada saat pembukaan oleh Ibu Masruroh, S.Sos., MAB selaku Direktur Wisata Pertemuan, Insentif, Konvensi, dan Pameran Kemenparekraf RI.
- c. Monitoring mekanisme keseluruhan acara, karena Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif berperan sebagai lembaga pendukung dan sponsor penyelenggaraan ICTM 2020, selama ICTM 2020 di Bogor berlangsung, pihak Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif hanya bersifat sebagai steering committee yang memantau berjalannya event. Segala kekurangan dan kelebihan akan dilihat dan dibahas pada saat rapat evaluasi setelah event selesai diselenggarakan.

- d. Seating arrangement, terutama untuk tamu VIP Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dan Dinas Pariwisata dan Budaya Bogor.
- e. Pemberian closing speech dari Ibu Dra. Titik Wahyuni, MM., selaku kepala subdirektorat Promosi dan Pendukung Wisata Pertemuan, Insentif, Konvensi, dan Pameran.

5. *Evaluation*

Riset, tahap pertama terhubung dengan tahap terakhir, evaluasi. Pada fase ini, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, PT Biztrip, dan juga MNC Group dapat mengevaluasi ICTM 2020 tiap tahapan dari proses manajemen event untuk mendapatkan secara komprehensif dari semua tahap. Mulai dari mengumpulkan laporan notulensi, dokumentasi acara, hingga melakukan tes SWAB Anti-Gen untuk memastikan semua peserta yang hadir terbebas dari COVID-19 dan tidak membawa ke rumah masing-masing.

Rapat evaluasi dengan PCO, PT Biztrip, dan MNC Group menghasilkan dokumen berupa event report dan berita yang dibuat oleh para official media partner yang akan diolah untuk menjadi laporan pertanggung-jawaban kepada Direktorat MICE Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif setelah kegiatan selesai.

PEMBAHASAN

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif sebagai penyelenggara dinyatakan berhasil sebagai upayanya merancang langkah-langkah perencanaan dan pelaksanaan event Indonesia Corporate Travel and MICE 2020.

Dengan keberhasilan yang diperoleh atas hasil rancangan program event yang baru, tentunya tidak luput dari kelebihan dan kekurangan program baru yang telah dirancang. Secara terperinci, kelebihan dan kekurangan tersebut di antaranya adalah:

a. Kelebihan

- 1) Banyaknya partisipan stakeholders yang hadir
- 2) Pekerjaan yang berkaitan dengan pendudukan event dapat dijalankan dengan lebih efektif dan efisien

b. Kekurangan

- 1) Membutuhkan tenaga kerja lebih untuk menangani berbagai jenis variabel dalam kegiatan event
- 2) Membutuhkan kerja ekstra dari tim terkait, seperti tim program dan public relation, dalam menyelesaikan kegiatan program acara dan stakeholders yang datang

KESIMPULAN

Berdasarkan uraian dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif sebagai penyelenggara pameran Indonesia Corporate Travel and MICE 2020 berhasil dalam merancang dan melaksanakan program acara. Adapun tahapan dalam perencanaan dan pelaksanaan event Indonesia Corporate Travel and MICE 2020, yaitu kegiatan saat pra event, during event, dan post event dengan masing-masing sub kerja dengan tujuan tidak hanya meningkatkan angka stakeholders yang hadir tetapi juga menciptakan awareness dalam melaksanakan kegiatan MICE di tengah

pandemi dengan tetap memperhatikan protokol kesehatan.

SARAN

Saran yang bisa diberikan kepada Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, terutama subdirektorat Promosi dan Pendukung wisata MICE dalam mengadakan event Indonesia Corporate Travel and MICE 2020 adalah untuk kedepannya dapat memilih PCO yang sesuai dengan kualifikasi dan penawaran yang tertinggi, agar ICTM 2021 berjalan sesuai rencana dan time management-nya bisa lebih baik dari yang sebelumnya.

Kedepannya, Peneliti berharap semua event yang akan dilaksanakan jika masih dalam masa pandemi, supaya Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif menambah tenaga kesehatan yang hadir untuk lebih efektif dan efisien dalam hal test SWAB Anti- Gen ataupun PCR agar para peserta tidak berkerumun dan tetap mengikuti protokol kesehatan COVID-19.

DAFTAR PUSTAKA

Andreas, 2018. *“Pengaruh Event Marketing Terhadap Brand Image PT Sarana Usaha Sejahtera Insan*

Palapa”

(<http://digilib.polban.ac.id/files>

diakses pada 19 Desember 2020 Pukul 20.25 WIB)

Admin, 2017. *“Event Marketing”* (<https://bbs.binus.ac.id> Diakses pada 21 Desember 2020 Pukul 12.33 WIB)

Bisma, 2020. *“Pengertian Model Bisnis B2B, B2C, B2G”* (<https://www.masbisma.com/2020> diakses pada 23 Desember 2020 Pukul 20.15 WIB)

Goldblatt. 2014. *Special Events: Creating and Sustaining a New World for Celebration*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.

Hoyle, Leonard H. 2006. *Event Marketing*. Jakarta: Penerbit PPM.

Kesrul, M. 2004. *Meeting, Incentive, Trip Conference, Exhibition*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Kotler, Philip dan Kevin Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi Kedua belas*. Jakarta: PT Indeks.

Nugroho Ajie Hartono, Susanne Dida, Hanny Hafiar. 2017. *“Pelaksanaan Kegiatan Special Event Jakarta Goes Pink oleh Lovepink Indonesia”*. Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran.