



## ANALISIS PRODUK *EVENT* TECHMINAR: *A NEW TOMORROW DESTINATION, STAYCATION OR VACATION*

Fauzia Isti Hanum<sup>1</sup>, Djuni Akbar<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Jurusan Administrasi Niaga \_ Politeknik Negeri Jakarta, [fauzia.isti.an17@mhs.w.pnj.ac.id](mailto:fauzia.isti.an17@mhs.w.pnj.ac.id)

<sup>2</sup> Jurusan Administrasi Niaga \_ Politeknik Negeri Jakarta, [djuni.akbar@bisnis.pnj.ac.id](mailto:djuni.akbar@bisnis.pnj.ac.id)

### ABSTRACT

*The impact of the Covid-19 Pandemic, which is spread almost evenly in all parts of the world, has brought activities stopped. From the enactment of Large-Scale Social Restrictions (PSBB) during the corona virus pandemic or Covid-19, it gave birth to new habits that are expected to continue when entering a New Normal era. One of them is a Webinar (Web-Based Seminar) which is present as a solution in the midst of social restrictions. Kreen Indonesia also created their own webinar, which is called Techminar (Technologi Webinar). The theme in Techminar that will be discussed is tourism, this theme becomes very interesting during the Covid-19 pandemic, where tourism is one of the most affected sectors. This study aims to determine the analysis of Techminar event products as Indonesian Kreen products and to know the benefits obtained from analyzing the Techminar event products. The research method used is qualitative, research based on a collection of theories and direct observation at the time of the event. The data analysis method used is data reduction, data presentation, and conclusion. The results of this study indicate that the Techminar event product analysis uses product levels which include core products, facilitating products, supporting products, and augmented products.*

**Keywords:** Webinar, Tourism, Product Level, Brand

### ABSTRAK

Dampak Pandemi Covid-19 yang penyebarannya hampir merata dibelahan dunia membuat aktivitas terhenti. Dari mulai diberlakukannya Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) selama pandemi virus corona atau Covid-19, melahirkan kebiasaan-kebiasaan baru yang diperkirakan berlanjut saat memasuki tatanan kenormalan baru atau *New Normal*. Salah satunya, Webinar (*Web-Based Seminar*) atau seminar berbasis web yang hadir sebagai salah satu solusi ditengah pembatasan sosial. Kreen Indonesia juga membuat webinarnya sendiri, yang bernama Techminar (*Technologi Webinar*). Tema pada Techminar yang akan dibahas pada penelitian ini yaitu pariwisata, tema ini menjadi sangat menarik pada masa pandemi Covid-19, di mana pariwisata menjadi salah satu sektor yang sangat terimbas. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui analisa produk event Techminar sebagai produk Kreen Indonesia dan mengetahui manfaat yang diperoleh dari menganalisa produk event Techminar. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif, penelitian berdasarkan kumpulan teori dan pengamatan secara langsung pada saat event dilaksanakan. Metode analisa data yang digunakan adalah dengan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa analisa produk event Techminar menggunakan tingkatan produk yang meliputi *core product, facilitating product, supporting product, dan augmented product*.

**Kata Kunci:** Brand, Tingkatan produk, Pariwisata, Webinar

### PENDAHULUAN

Dampak Pandemi Covid-19 yang penyebarannya hampir merata dibelahan dunia membuat aktivitas tetap di rumah saja dan berkarya di tengah corona. Termasuk di Indonesia, pemerintah menghimbau perusahaan mengizinkan karyawan bekerja dari rumah (WFH). Hal ini dimungkinkan untuk satu atau dua

pekan pertama, beraktivitas di rumah bisa menyenangkan. Namun, memasuki 2 pekan dan pekan-pekan selanjutnya diberlakukan WFH, tentunya kita akan merasakan kebosanan dan membuat kita seakan mati kutu karena hanya melakukan rutinitas itu-itu saja di tempat yang sama.



Dalam hal ini, popularitas webinar menjadi semakin melonjak dalam kurun waktu dua hingga tiga bulan terakhir ini. Hampir setiap hari, berbagai informasi mengenai jadwal webinar, baik yang gratis maupun berbayar, dengan berbagai topik dan narasumber yang menarik. Sehingga pada saat ini, persaingan didunia usaha juga semakin ketat dan kompleks. Banyak perusahaan yang berlomba untuk mendapatkan posisi dalam persaingan bisnis dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan. Dalam menghadapi persaingan tersebut, perusahaan harus memiliki keahlian yang baik dan peka terhadap persaingan yang terjadi agar mampu mengantisipasi dan memenangkan persaingan usaha.

PT Keren Entertainment Indonesia menggelar event Techminar: A New Tomorrow Destination, Staycation or Vacation karena pasar domestik menjadi andalan dan tumpuan kebangkitan pariwisata pasca pandemi, serta untuk mengetahui perkembangan pariwisata. Techminar: A New Tomorrow Destination, Staycation or Vacation dibuat dengan tujuan memberikan informasi seputar liburan seperti apa yang dianggap paling aman di era new normal, dan juga memberikan insight kepada masyarakat mengenai staycation, serta agar masyarakat mengenal konsep staycation sebagai ide liburan masa depan di era new normal.

Pandemi Covid-19 mengubah semua hal, termasuk trend dalam berwisata dan tema pariwisata menjadi sangat menarik pada masa pandemi Covid-19, di mana pariwisata menjadi salah satu sektor yang sangat terimbas. Dalam diskusi eksternal "Optimism or Pessimism" oleh divisi

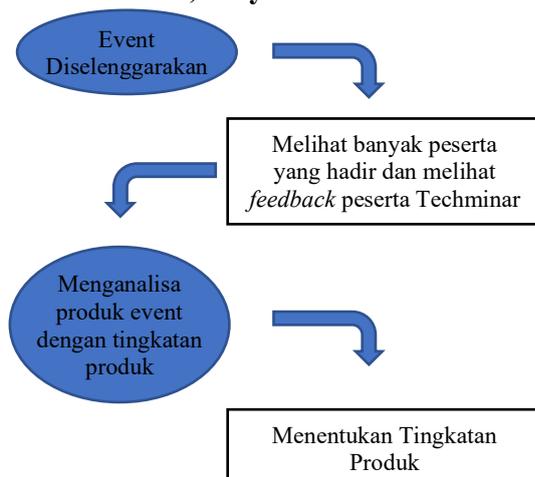
Pengkajian Isu Global Indonesia, 13 juta masyarakat Indonesia saat ini bekerja pada sektor pariwisata, baik pada sektor destinasi, MICE, perhotelan, maupun travel. Angka ini adalah angka terkecil, dimana misalnya 1 orang menanggung 4 anggota keluarga maka sektor ini menjadi harapan bagi 50 jutaan masyarakat Indonesia.

Penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif yaitu peneliti melakukan pengamatan langsung lalu melakukan analisis deskriptif kualitatif yang sesuai dengan hasil pengamatan serta peneliti menggunakan pendekatan studi kasus tunggal karena variabel permasalahan sudah ditentukan terlebih dahulu yaitu menganalisis produk event Techminar: A New Tomorrow Destination, Staycation or Vacation menggunakan tingkatan produk yang digunakan untuk membagi (klasifikasi) suatu produk event berdasarkan manfaatnya. Penelitian diadakan pada bulan November 2020. Data penelitian berasal dari data primer dan sekunder. Data primer diperoleh secara langsung melalui informan yang ditentukan berdasarkan penyelenggara event melalui wawancara dengan penyelenggara event Techminar: A New Tomorrow Destination, Staycation or Vacation, sedangkan data sekunder berasal dari dokumen, catatan-catatan arsip, lampiran data disertai hasil penelitian yang relevan untuk dijadikan sebagai data penunjang penelitian. Validitas data dilakukan dengan triangulasi sumber dan metode. Triangulasi sumber dengan melakukan wawancara ke perwakilan penyelenggara event, para peserta Techminar yang terlibat. Metode pengumpulan data yang

digunakan oleh peneliti yaitu menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Data dikategorikan absah apabila terdapat kesesuaian informasi antara subjek penelitian yang satu dengan subjek penelitian yang lain dan kesesuaian informasi antara hasil wawancara, observasi, dan juga dokumentasi.

Pada analisa event Techminar: A New Tomorrow Destination, Staycation or Vacation dijelaskan pada flowchart 1 sebagai berikut.

**Gambar 1. Proses Kerja dalam Menganalisis Produk Event Techminar: A New Tomorrow Destination, Staycation or Vacation**



Sumber: Data diolah penulis

Berdasarkan flowchart tersebut menjelaskan bahwa dalam menganalisis event Techminar, peneliti melakukan observasi dengan mengikuti event, melihat banyaknya peserta yang hadir, melihat atmosphere dalam event tersebut, serta melihat feedback dari peserta Techminar setelah event diselenggarakan. Peneliti juga menentukan tingkatan produk yang digunakan untuk menganalisis event

Techminar dan menganalisis event tersebut.

*Techminar: A New Tomorrow Destination, Staycation or Vacation* diselenggarakan pada 15 September 2020 oleh PT Keren Entertainment Indonesia. Sesuai dengan namanya “Techminar (Teknologi seminar)” atau sering disebut webinar event ini berbasis web melalui Zoom. Techminar ini dilaksanakan dengan tujuan memberikan informasi seputar liburan seperti apa yang dianggap paling aman di era new normal, dan juga memberikan insight kepada masyarakat mengenai staycation.

*Techminar: A New Tomorrow Destination, Staycation or Vacation* mengalami peningkatan pada jumlah peserta Techminar sebelumnya sebanyak 35%. Peserta Techminar kebanyakan berasal dari universitas – universitas yang ada di DKI Jakarta, siswa Sekolah Menengah Atas, komunitas – komunitas travel, dan masyarakat berumur 22 – 35 tahun.

Analisis produk event Techminar: A New Tomorrow Destination, Staycation or Vacation menggunakan tingkatan produk yang digunakan untuk membagi (klasifikasi) suatu produk event berdasarkan manfaatnya. Hal ini bertujuan untuk memudahkan marketing dalam menyusun strategi marketing yang tepat. Ada 4 tingkatan produk dalam yang digunakan untuk analisis ini, yaitu core product, facilitating product, supporting product, dan augmented product.

## PEMBAHASAN

Core product merupakan hal penting yang harus ada dalam sebuah produk yang dibuat, core product dalam



Techminar A New Tomorrow Destination, Staycation or Vacation sudah memenuhi customer expected atau harapan dari peserta Techminar yaitu dapat mengikuti seminar yang gratis dengan topik yang menarik yaitu pariwisata mengenai bagaimana cara menikmati wisata “staycation” yang belum dipahami banyak masyarakat dan calon peserta pun mendapatkan informasi mengenai liburan yang aman di era new normal dan masyarakat juga mendapatkan insight baru bagaimana refreshing lewat ide liburan yang tak memakan banyak budget dan waktu perencanaan seperti vacation.

Dalam event Techminar: A New Tomorrow Destination, Staycation or Vacation ini, facilitating product yang diperoleh oleh peserta Techminar sangat banyak, seperti pembicara yang hadir sangat berpengalaman dibidang pariwisata, dan juga beberapa pembicara yang hadir dari pemerintahan yang akan membahas mengenai pariwisata di Indonesia. Para pembicara yang hadir, yaitu Agus Rochiyardi (Direktur Pemasaran Pariwisata Badan Otorita Pariwisata Borobudur), Drs. Vinsensius Jemandu, GDM, MBA (Direktur Pemasaran Pariwisata Regional 1, Indonesia Asean Australia NZ dan Oceania, Kemenparekraf RI), Siti Chotijah S.IP, MA (Ketua Umum Komunitas Generasi Pesona Indonesia Nasional), Muhammad Arief Rahman (Managing Director Whatravel), Ulfa Dzakiyyah Al-Istiqomah (Duta Wisata Indonesia Intelegensia 2016), Shana Fatima (Direktur Utama Bidang Otorita Pariwisata Labuan Bajo Flores), Sonti Pangaribuan (Kepala Bidang Pemasaran

dan Atraksi Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi DKI Jakarta), dan Irene Natalia Komala (Travel Blogger).

Hal lain yang diperoleh oleh peserta Techminar yaitu, sertifikat, materi pembicara, dan juga video pada saat Techminar dilaksanakan. Materi yang dibahas oleh para pembicara mengenai “Era Baru Berwisata” yang dipaparkan oleh Ibu Sonti Pangaribuan, “Pariwisata Jakarta Selama Covid-19” yang dipaparkan oleh Siti Chotijah, dan materi lain yang dipaparkan, seperti kebijakan pemerintah dan tantangan industri, protokol umum CHS pada destinasi wisata, tantangan industri pariwisata pada masa new normal. Kedalaman materi pun sangat menyeluruh mengenai liburan yang aman di era new normal. Materi dan video yang diberikan kepada peserta Techminar sangat bermanfaat karena dapat dilihat kembali dan videonya bisa diputar berulang-ulang kali.

Supporting Product merupakan tambahan produk yang ditawarkan kepada peserta Techminar untuk menambahkan nilai yang berkesan kepada peserta Techminar, bukan hanya core product saja yang diharapkan tetapi juga untuk menjadi pembeda dengan seminar-seminar yang lain. Pembeda yang ada dalam dalam Techminar ini hanya namanya saja “Techminar” karena PT Keren Entertainment Indonesia sedang menaikkan nama perusahaannya atau investasi image kepada masyarakat mengenai Techminar. Pada tanggal yang sama dengan diselenggarakannya Techminar: A New Tomorrow Destination, Staycation or Vacation ada beberapa webinar yang diadakan



perusahaan lain dengan topik yang hampir mirip dan manfaat yang didapat untuk pesertanya pun sama dengan yang didapat jika mengikuti Techminar. Maka dari itu untuk supporting product yang lain tidak ada, karena Techminar ini seperti seminar pada umumnya yang gagal dalam mencari pembeda dalam event yang dilaksanakan selain dari nama event itu sendiri.

Techminar ini pun kalah jumlah peserta dengan webinar lain dikarenakan target peserta yang kurang jelas. Untuk promosi yang dilakukan tim marketing pun sudah maksimal karena melalui beberapa platform, seperti facebook, instagram, twitter, serta tim marketing juga melakukan boom posting dengan membuat akun khusus disetiap sosial media kemudian memposting semua informasi mengenai Techminar secara rutin di jam-jam tertentu setiap harinya sehingga visibilitas Techminar akan semakin tinggi. Kendala lain yang membuat Techminar kalah kuantitas peserta dengan webinar lain yaitu Techminar yang diadakan 2 kali dalam seminggu sehingga tim marketing kesulitan untuk mencari peserta dan waktu yang sedikit sehingga promosi yang dilakukan menjadi kurang maksimal dan efektif.

Dalam buku Principle of Marketing, 15th edition, terdapat 5 elemen yang menjadi kunci untuk membentuk Augmented Product dalam event Techminar: A New Tomorrow Destination, Staycation or Vacation, yaitu accessibility, atmosphere, customer interaction with the service organization, customer participation, and customers interaction with each other. Di zaman

yang modern ini, tentu semua orang tidak akan lepas dari teknologi, apapun kegiatannya pasti setidaknya menggunakan satu teknologi, apalagi di masa pandemi, semua orang dipaksa untuk beraktifitas di rumah dan semuanya dilakukan secara online. Semua orang pun sudah sangat mudah mengakses internet dan melakukan aktifitasnya secara online karena banyak masyarakat yang memasang WiFi, dan juga terdapat bantuan internet dari pemerintah untuk mahasiswa. Event Techminar ini dilakukan menggunakan platform Zoom yang sangat tidak asing karena sering digunakan masyarakat, sehingga sangat accessible dan cara pemakaian zoom pun mudah sehingga peserta Techminar tidak kesulitan untuk mengikuti Techminar tersebut. Jika ada calon peserta yang kesulitan untuk registrasi dan masuk ke link Zoom, akan dibantu oleh pihak PT Keren Entertainment Indonesia yang memiliki jobdesk khusus menangani calon peserta Techminar.

Pada saat Techminar berlangsung, terdapat sesi tanya jawab yang dilakukan oleh peserta Techminar dengan paara pembicara, adanya sesi tersebut membuat terjadinya interaksi antara peserta Techminar dengan pembicara, dan juga adanya interaksi peserta Techminar dengan moderator. Interaksi lain yang terjadi yaitu interaksi peserta Techminar dengan peserta yang lainnya melalui chat box yang ada dalam Zoom, disana para peserta bisa mendapat relasi baru dengan berinteraksi.

Peserta Techminar sebagai Karyawan, maksudnya yaitu jika event Techminar berjalan dengan baik, dari awal registrasi yang dilakukan oleh calon peserta



Techminar sampai selesainya Techminar memberikan kesan yang baik dari peserta Techminar, misalnya karyawan yang membantu registrasi ramah, materi yang diberikan sangat bermanfaat, pemberian materi yang diberikan pembicara jelas, pengaplikasian Zoom yang dijalankan oleh administrator dari perusahaan tidak ada kendala, sampai pada pemberian sertifikat dan materi pun tidak ada masalah. Hal-hal tersebut membuat kesan event Techminar menjadi bagus bagi peserta Techminar. Jika kesan yang didapat oleh peserta Techminar baik, maka peserta Techminar pun dapat memberikan feedback yang baik untuk perusahaan, juga dapat meningkatkan kuantitas peserta Techminar di event Techminar selanjutnya karena merasa banyak manfaat yang didapat.

Dari 4 elemen yang sudah dijelaskan, maka dapat dijelaskan untuk elemen yang terakhir, yaitu atmosphere. Elemen ini merupakan elemen penting dalam pelayanan sebuah event sebagai produk, elemen ini yang membuat calon peserta Techminar memilih untuk mengikuti Techminar ini. Calon peserta Techminar mengikuti Techminar ini karena topik yang akan dibahas oleh para pembicara mengenai liburan yang aman di era new normal, pembicara yang berpengalaman dibidangnya, bagaimana suasana pada saat Techminar berlangsung, seperti sinyal yang stabil, kamera dari moderator dan pembicara terlihat jelas, pengoperasian zoom oleh yang berpengalaman sehingga tidak terjadi masalah dan juga feedback dari Techminar sebelumnya berkesan bagus sehingga calon peserta mendaftarkan diri untuk mengikuti Techminar ini, dan

aksesibilitasnya mudah melalui aplikasi Zoom yang sangat tidak asing dikalangan masyarakat.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan, maka secara keseluruhan dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Analisis produk event Techminar: A New Tomorrow Destination, Staycation or Vacation, menggunakan tingkatan produk yang meliputi core product, facilitating product, supporting product, dan augmented product.
2. Dari analisis produk yang dilakukan, PT Keren Entertainment Indonesia telah berhasil membuat event Techminar dengan topik yang diinginkan oleh banyak orang, fasilitas-fasilitas yang didapat peserta Techminar pun sama seperti event webinar lain. Tetapi, PT Keren Entertainment Indonesia gagal dalam mencari pembeda atau diferensiasi produk dalam supporting product event Techminar yang dibuat dikarenakan kurangnya sosialisasi mengenai Techminar dan promosi yang kurang efektif.
3. PT Keren Entertainment Indonesia membuat sendiri produknya, perusahaan ini membuat produk event seminar berbasis online yang biasanya disebut webinar, tetapi brand dari perusahaan ini disebut "Techminar". Fungsinya yaitu menjadi pembeda tetapi masih kurang terlihat perbedaannya antara produk event yang mereka buat dengan event yang sejenis, mempromosikan produk itu sendiri, untuk membangun citra yang



baik, memberikan keyakinan kepada calon peserta, dan sebagai pengendali pasar.

4. Manfaat untuk peserta yang mengikuti event Techminar: A New Tomorrow Destination, Staycation or Vacation, yaitu mendapatkan informasi baru mengenai liburan yang aman di era new normal, mendapatkan peserta event Techminar lebih banyak, melihat persaingan, mengurangi risiko, dan membuat rencana untuk event Techminar selanjutnya.

#### SARAN

Ada beberapa saran yang ingin penulis berikan kepada pihak penyelenggara sebagai acuan agar penyelenggaraan event selanjutnya dapat berjalan dengan baik, antara lain:

1. Penyelenggara harus mengetahui dengan jelas segmen pasar yang dituju, targeting dan positioningnya karena pihak penyelenggara hanya mementingkan kuantitas tidak memikirkan kualitas dari produk yang dibuat. Dengan mengetahui STP nya akan lebih mudah untuk mencari calon peserta Techminar.
2. Diharapkan pada penyelenggaraan event Techminar selanjutnya pihak

penyelenggara dapat memberikan sesuatu yang lebih membedakan webinar ini dengan webinar lain, dan menghadirkan pembicara yang banyak dikenal dan memiliki pengaruh besar ditengah masyarakat, kalau bisa pembicara dari luar negeri, hal ini akan sangat membuat event yang diselenggarakan menjadi berhasil dan dapat menarik peserta event Techminar lebih banyak.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Fenich, George. 2016. Meeting, Expositions, Events, and Conventions: An Introduction to the Industry. Australia: Pearson Prentice Hall
- Kotler, Philip, Gerry Armstrong. 2014. Principle of Marketing, 15th edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc
- Kotler, Philip, John, James, and Seyhmus. 2017. Marketing for Hospitality and Tourism, 7th edition. Pearson Education Limited England
- Pendit, Nyoman. S. 1999. Ilmu Pariwisata. Jakarta: Akademi Pariwisata Trisakti
- Wayteg, Tom. 2013. Kamus Internet. Surabaya: Liris