

BAB I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Profesi pelaku usaha jasa manajemen acara atau event organizer (EO) merupakan jenis usaha yang terhitung baru. Menurut Setiawan dalam Ramdhani, Sapitri & Rizkyansyah (2018) Event organizer adalah perusahaan jasa yang ditugaskan oleh klien untuk menyelenggarakan serangkaian acara mulai dari perancangan konsep, perencanaan, persiapan, pelaksanaan, dan penyelesaian, membantu klien mencapai tujuannya. *Event Organizer* (EO) sebagai jenis usaha di dunia usaha pertunjukkan yang memerlukan sumber daya manusia yang ahli di bagian ini. Dimana usaha *event organizer* memerlukan orang yang berani, inovatif dengan beberapa ide berkilau hingga bisa memberikan kualitas jasa yang berpengaruh ke konsumen setia. (Peter, 2022).

Struktur organisasi event organizer sebagai sebuah perusahaan tidak jauh berbeda dengan struktur perusahaan lainnya, yaitu direktur dan manajer yang memimpin departemen seperti pemasaran, administrasi, keuangan, operasi, dan produksi. Struktur event organizer sedikit berbeda karena menyesuaikan dengan kebutuhan proyek yang ditangani. Contoh bagian yang biasanya disertakan dalam proyek acara meliputi: *Project Manager, Field Officer, Talent Officer, Show Manager, Art Director, Stage Manager, Soundman, Lighting man, Security, Runner, Client Service, Multimedia Team, Documentation Team, Public Relation*, dan lainnya. Bila ada aspek manajemen acara yang tidak berfungsi dengan baik, manajemen acara juga akan terpengaruh. (Tumewu, Lumanauw, & Ogi, 2014)

Sejak perusahaan mengembangkan acara seperti pameran dagang dan pameran untuk memamerkan produk mereka, banyak perusahaan telah mendedikasikan departemen untuk menyelenggarakan acara internal.

Namun sejak awal krisis ekonomi pada tahun 1990 dan 2000, divisi ini mulai berfungsi pada waktu-waktu tertentu, sehingga perusahaan menutupnya. Setelah itu, perusahaan telah bekerja sama dengan penyelenggara eksternal untuk merencanakan acara internal. (Noor, 2017) Melihat gaya hidup masyarakat yang ingin segala sesuatunya serba cepat instan dan tidak ingin dipusingkan dengan urusan yang ribet, maka peluang bisnis *event organizer* tentu sangat besar. Sebagian acara besar masih melibatkan penyelenggara dari daerah luar, dan ini menjadi peluang yang harus diperhatikan oleh masyarakat setempat. (Syaikhon, 2013).

Berbeda dengan dulu, persaingan yang ketat antar *event organizer* dimana untuk memenangkan suatu proyek, setiap *event organizer* berlomba-lomba dengan cara banting harga (Kampusi, 2018). Dulu harga yang paling diperhatikan, dan masalah konsep nomor belakang. Hingga kalkulasi sampai jatuh dibawah hitungan rasional, yang mengakibatkan pengerjaan proyek dan hasilnya tidak maksimal. Namun mengikuti semakin berkembangnya industri

event sehingga terjadi beberapa perubahan positif, salah satunya persaingan *event organizer* yang semakin sehat. *Event Organizer* sekarang bersaing dalam *pitching* secara konsep, konsep yang paling baik lah yang dipilih sehingga kemungkinan terjadi masalah dimana *event organizer* banting-banting harga seperti dulu sangat kecil (Gultom, March 03, 2018).

Definisi *pitching* menurut Pinuzzi et al. (2015, p. 3) dalam jurnal Vanessa Kartika Aryanti, Christina L. Rudatin (2022) adalah, *Pitch, like its supergenre proposal, is a "bridge" genre or boundary object that connects two different entities. Its central argument defines common interests that serve as the basis for the exchange of resources, services, expertise, access, etc.* Artinya, *pitch* atau proposal merupakan penghubung yang menghubungkan dua entitas berbeda. Argumen yang menyatakan kepentingan bersama yang berfungsi sebagai dasar untuk pertukaran sumber daya, layanan, keahlian, akses, dll. Dalam proses mengikuti *pitching*, *Event Organizer* akan mempersiapkan dokumen pendukung seperti proposal konsep, teknis, dan anggaran biaya.

Pitching (presentasi proyek) atau *bidding* dilakukan ketika permintaan penawaran atau presentasi dilakukan oleh klien/investor atau *event organizer* kepada suatu instansi penyelenggara, menyeleksi beberapa lamaran dan memutuskan siapa serta memutuskan peluang mana yang akan dilewati. Untuk melakukan *pitching* diperlukan strategi yang tepat dalam pengembangan ide dan konsep untuk membuat klien tertarik dan percaya kepada konsep yang dipresentasikan serta dibutuhkan strategi *performance* dalam penyampaian *pitching* sehingga bisa untuk membawa audiens ke dalam atmosfer kreatifitas yang diciptakan yang melebihi dari apa yang orang lain tampilkan, dan hasilnya kompetensi itu akan menjadi milik *event organizer* tersebut. (Fahri Ubay, 2016) Semakin tepat konsep *event* dan *pitch deck* cocok dengan kebutuhan, perspektif, dan keinginan mereka, maka akan semakin besar peluang untuk menjadi pemenang dalam *pitchng project*.

Berdasarkan penjabaran di atas, peneliti ingin untuk menganalisis proses-proses *event organizer* ketika merencanakan acara, termasuk proses-proses yang mengontrol perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, terhadap keberhasilan *pitching* proyek. Peneliti akan melakukan penelitian yang diberi judul “**Analisis Proses Perencanaan Event Terhadap Keberhasilan Pitching Project**”.

1.2 Perumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang di atas, maka perumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

Apakah proses perencanaan acara berpengaruh pada keberhasilan *pitching* proyek?

1.3 Tujuan Tugas Akhir

Sesuai dengan rumusan masalah yang dikembangkan, tujuan dari penelitian yaitu:

1. Untuk mendeskripsikan apakah proses perencanaan *event* berpengaruh secara signifikan untuk keberhasilan *project pitching*.
2. Untuk mengetahui apa saja faktor/kunci keberhasilan dalam kegiatan *pitching project*.

1.4 Kontribusi Tugas Akhir

1. Secara Akademis.
 - a). Bagi Pembaca
Sebagai referensi dan dapat menjadi dukungan di lapangan terkait teori-teori pengaruh proses perencanaan *event* terhadap keberhasilan *project pitching* dalam pengembangan penelitian selanjutnya.
 - b). Bagi Penulis
Mengaplikasikan ilmu yang diperoleh di perguruan tinggi, penelitian ini dapat menjadi media pembelajaran secara nyata bagi penulis.
 - c). Bagi Perguruan Tinggi
Diharapkan mampu menjadi pembelajaran dalam bidang *Event* khususnya bagian *pitching* sehingga dosen mampu untuk lebih kreatif dan inovatif, agar kualitas pembelajaran dan hasil pelajaran dari mahasiswa meningkat.
2. Secara Praktis
 - a). Penelitian ini mampu bermanfaat kepada *Event Organizer* dan atau SDM dalam bidang event untuk mempersiapkan diri dalam mengikuti kegiatan *pitching project*.