

LAPORAN MAGANG KAMPUS MERDEKA
KEWIRAUSAHAAN
***EVENT* ORGANIZER PAKRESA GROUP**



LAPORAN KEGIATAN BELAJAR KAMPUS MERDEKA
Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Program Studi Strata 1 Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta

Disusun oleh:
PURNOMO AJI SAPUTRO 20.11.0075

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SURAKARTA
TAHUN 2023

LEMBAR PENGESAHAN

Disusun oleh:
Purnomo Aji Saputro 20.11.0102

Telah disetujui dan disahkan dengan baik oleh Pembimbing Laporan Kuliah Kerja
Usaha, guna melengkapi persyaratan untuk dapat menempuh mata kuliah Tugas
Akhir Program Studi Manajemen.

Surakarta, 19 Juli 2022

Mentor



(Leni Kustiyawati, A.Md, Ak.)

Pembimbing



(Aditiya Liliyan, S.E., M.B.A.)

NIDN: 0606118902

Mengetahui,
Kepala Program Studi Manajemen



(Tri Ratna Patmikasih, S.E., M.B.A.)

NIDN: 0610119201

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
DAFTAR ISI.....	ii
BAB I.....	1
BAB II	4
1. Menentukan Posisi dan Segmentasi Pasar	4
2. Perencanaan Bisnis	4
3. Penawaran Layanan	5
4. Pemasaran dan Promosi	6
5. Operasional dan Manajemen Acara	6
6. Evaluasi dan Peningkatan	7
BAB III.....	11
1. Profil Usaha	11
2. Komunikasi Dengan Konsumen	12
3. Negosiasi Dengan Konsumen	12
4. Pelaksanaan Kegiatan Usaha	13
BAB IV	14
1. <i>Event</i> yang sudah berlangsung:.....	14
2. Potensi Usaha.....	15
3. Perkembangan Usaha dari Awal Hingga Akhir	17
4. Hambatan yang Mungkin Dihadapi	18
BAB V	19
KESIMPULAN	19
BAB VI	20
Lampiran	20
Arterio Fest	24
Classmeeting	25
Preevent Senang-Senang Fest	26
Honda Japanesse Fest	27
Senang-Senang Fest	28
DAFTAR PUSTAKA	30

BAB I

PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, industri *event* mengalami pertumbuhan yang signifikan dan permintaan akan jasa *event organizer* terus meningkat, seperti yang telah dikutip dari surakarta.go.id. Pentingnya *event organizer* dalam industri ini tidak dapat diabaikan. Mengorganisir acara yang sukses melibatkan berbagai aspek, termasuk perencanaan yang matang, pemilihan lokasi yang tepat, manajemen logistik, perencanaan anggaran yang efisien, promosi yang efektif, serta koordinasi yang baik dengan berbagai pihak terkait, seperti vendor, penyedia layanan, dan *Client*. Dengan membangun reputasi yang baik dan memberikan pelayanan berkualitas, *event organizer* dapat menarik klien dan memperoleh proyek acara yang menarik. Mengorganisir dan melihat kesuksesan acara serta kegembiraan dari klien dan peserta acara dapat memberikan kepuasan yang luar biasa.

Menurut lifestyle.com, pada tahun 2022 ditandai sebagai tahunnya *event* bersinar lagi. Kenyamanan pengunjung dalam *event* pameran, konser, olahraga, festival kuliner dan acara lainnya perlu mendapat perhatian khusus. GOERS, start-up di bidang experience yang memproses tiket untuk berbagai acara, mencatat jumlah pengunjung *event* meningkat hampir 2,5 kali lipat pada tahun 2022 dibandingkan dengan tahun 2021. Dengan menggeliatnya kembali perhelatan acara di Indonesia, Sandiaga Uno selaku Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif mengingatkan seluruh pelaku *event* untuk terus mematuhi CHSE Cleanliness (kebersihan), Health (Kesehatan), Safety (Keselamatan) dan Environment Sustainability (Keberlanjutan Lingkungan).

Mengutip juga dari kompas.com, Pada tahun 2023 diproyeksikan terjadi peningkatan festival musik dua kali lipat dari tahun sebelumnya. Hal ini didorong tingginya minat masyarakat yang sudah sangat haus akan hiburan akibat terkungkung selama pandemi Covid-19. Namun, masyarakat perlu jeli dalam memilih acara sehingga terhindar dari kerugian akibat ulah pihak penyelenggara nakal. Ketua Asosiasi Promotor Musik Indonesia atau APMI Dino Hamid

mengatakan, peningkatan festival musik itu juga terjadi akibat pencabutan pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat (PPKM). Selain itu, ada juga para remaja yang sebelumnya berumur 14 tahun sebelum pandemi, kini sudah cukup umur untuk bisa menonton.²² (Dino, 2023). Dino menyebut remaja itu dengan Generasi C. Kata C diambil dari Covid-19. Pada masa pandemi, generasi ini terkurung dua tahun menonton festival musik secara daring. Hal senada juga disampaikan CEO Prambanan Jazz Anas Alimi. Menurut dia, pencabutan PPKM semakin meyakinkan penikmat musik untuk membeli tiket. Pada 2022, pembelian tiket baru habis pada dua minggu sebelum acara. Namun, setelahnya, untuk 2023, tiket Prambanan Jazz untuk bulan Juli habis dalam waktu hanya 1 hari. Kapasitas penonton pada Prambanan Jazz di 2023 juga ditambah. Sebelumnya, 30.000 penonton dengan bangku di 2022, kini pihaknya menambah kapasitas penonton menjadi 10.000 penonton tanpa bangku yang dijalankan selama enam hari di bulan Juli nanti.

Suatu perusahaan atau komunitas bisnis tentunya memiliki perencanaan yang matang dalam hal promosi, disini promosi tidak hanya lewat iklan di koran maupun laman berita sosial media, membuat sebuah *event* juga merupakan salah satu media promosi bagi perusahaan maupun komunitas bisnis. Dengan hal tersebut suatu perusahaan atau komunitas bisnis dapat lebih bebas dalam hal kreativitas dan merupakan sebuah gerakan inovasi dalam hal promosi, terlebih lagi banyak *event – event* yang terselenggara di seluruh penjuru kota, dengan begitu media promosi *event* ini dapat menjadi media promosi yang menyenangkan dan diharapkan mampu meningkatkan insight perusahaan maupun komunitas bisnis tersebut

Dengan adanya hal tersebut memicu kami untuk tergerak membuat sebuah *event organizer* dengan nama Pakresa Group, Pakresa Group akan menaungi beberapa *event* di dalamnya, dengan menjalankan beberapa *project* yang telah direncanakan serta persiapan dan konsep yang matang kami akan membuat sebuah kreasi baru dari *event – event* lain yang telah terlaksana. Terbentuknya Pakresa Group ini tidak lepas dari kami para pendiri yang sedari awal sudah memiliki minat dan pengalaman di bidang *event*, maka dari itu kami ber-lima memberanikan diri

untuk membentuk Pakresa group ini sebagai tempat kami menuangkan ide serta kreativitas dalam dunia *event*.

Dalam rangka memanfaatkan peluang ini, kita dapat menggambarkan rencana bisnis yang matang, strategi pemasaran yang efektif, dan langkah-langkah yang akan diambil untuk memulai dan mengembangkan *event organizer*. Dengan komitmen, keahlian yang relevan, dan pemahaman tentang industri ini, *event organizer* dapat menjadi peluang bisnis yang menjanjikan dan memuaskan.

BAB II

GAMBARAN UMUM RENCANA USAHA

Event organizer adalah bisnis yang menyediakan jasa perencanaan, pengorganisasian, dan pelaksanaan acara dengan tujuan memberikan pengalaman yang tak terlupakan bagi klien dan peserta acara. Gambaran umum rencana usaha Pakresa Group dapat melibatkan beberapa tahapan dan komponen berikut:

1. Menentukan Posisi dan Segmentasi Pasar

Pakresa Group sendiri menganalisis pasar didunia *event* yang lebih spesifik di bidang konser musik, karena menurut dewatiket.id (2023), pada tahun 2023 kota Solo akan dipenuhi oleh konser musik, maka dari itu peluang untuk membuat *event* maupun menjadi bagian dari beberapa *event* yang akan terselenggara menjadi lebih besar.

Dapat kita lihat dalam beberapa waktu yang lalu bahwa banyak suatu perusahaan yang menggaet sebuah *event organizer* sebagai partnership dalam promosi perusahaan dengan membuat sebuah *event*. Pakresa Group sendiri memetakan segmentasi pasar perusahaan menengah ke bawah karena kami berniat membantu perusahaan yang ingin berkembang dengan membuat sebuah *event* sebagai media promosinya.

2. Perencanaan Bisnis

Kami juga memiliki tujuan jangka pendek dan jangka panjang dari sebuah *event organizer* dapat bervariasi tergantung pada visi, misi, dan strategi perusahaan tersebut. Berikut adalah contoh tujuan jangka pendek dan jangka panjang yang dapat dimiliki oleh sebuah *event organizer*:

Tujuan Jangka Pendek:

- a. Mendapatkan proyek *event* dari setidaknya 3 klien baru dalam 3 bulan pertama operasional.

- b. Meningkatkan kehadiran online dan offline perusahaan dengan menghasilkan minimal 500 pengikut di media sosial dan berpartisipasi dalam dua *event* dalam 6 bulan pertama.
- c. Menjalin kemitraan strategis dengan minimal 3 vendor atau penyedia layanan terkait *event* dalam 3 bulan pertama.
- d. Mengimplementasikan sistem manajemen acara yang efisien untuk meningkatkan produktivitas dan mengurangi biaya operasional dalam 6 bulan pertama.
- e. Mendapatkan minimal 90% tingkat kepuasan klien berdasarkan umpan balik dan evaluasi pasca-acara dalam 3 bulan pertama.

Tujuan Jangka Panjang:

- a. Meningkatkan pangsa pasar dengan menjadi salah satu *event organizer* terkemuka di wilayah dalam 3-5 tahun ke depan.
- b. Memperluas jaringan bisnis dengan membuka cabang atau kantor perwakilan di beberapa kota strategis dalam 3-5 tahun ke depan.
- c. Membangun reputasi sebagai penyelenggara acara yang inovatif dan kreatif dengan menciptakan konsep-konsep yang unik dan berkesan dalam 5-10 tahun ke depan.
- d. Mengembangkan tim yang terlatih dan berkualitas tinggi dengan meningkatkan keterampilan dan pengetahuan melalui pelatihan dan pengembangan dalam 3-5 tahun ke depan.
- e. Meningkatkan kontribusi sosial dan lingkungan perusahaan dengan melibatkan diri dalam kegiatan CSR dan praktik berkelanjutan dalam 5-10 tahun ke depan.

3. Penawaran Layanan

Kami Pakresa Group akan melakukan diskusi penawaran layanan kepada klien agar klien dapat tau progres perkembangan dan hasil sehingga dikedua belah pihak dapat lebih saling terbuka. Dengan langkah melakukan identifikasi tujuan acara agar dapat merencanakan acara dengan baik, lalu

menentukan anggaran acara serta pembentukan tim agar perihal cash flow dan tim acara dapat terorganisasi dengan baik, setelah itu merancang rangkaian acara yang didalamnya meliputi: pemilihan venue yang tepat, plotting produksi yang efektif, bekerja sama dengan vendor, serta menentukan manajemen logistik yang baik. Dengan begitu para klien akan lebih mudah paham dan mengerti terkait *event* yang akan kami jalankan tersebut.

Disisi lain banyak suatu *event organizer* yang bekerja dan mengambil keputusan tidak sesuai dengan pembahasan atau diskusi sebelumnya dengan klien, serta mengambil barang dari vendor dengan kualitas buruk, dan juga kurang komunikatif dalam melakukan briefing dalam suatu *event*. Berbeda dengan kami, Pakresa Group akan selalu senantiasa berkomitmen dalam mengambil keputusan dan akan selalu menjaga komunikasi dari pitching program, pre *event*, hingga pasca *event* berlangsung, kami juga menjaga kualitas barang dari vendor – vendor yang bekerja sama dengan kami, supaya klien merasa puas dan kualitas output yang kita suguhkan menjadi lebih maksimal, serta kami akan lebih komunikatif dan informatif dalam menjelaskan atau memberi arahan briefing kepada klien maupun tim.

4. Pemasaran dan Promosi

Dalam langkah melakukan pemasaraan dan promosi kami mengembangkan strategi pemasaran yang efektif untuk mempromosikan layanan *event organizer*, yang meliputi : pembuatan situs web, penggunaan media sosial (Instagram ads, TikTok, Facebook ads), pemasaran konten, partisipasi dalam pameran atau acara industri, dan kegiatan promosi lainnya untuk meningkatkan visibilitas dan menarik klien potensial.

5. Operasional dan Manajemen Acara

Dalam tata kelola operasional dan manajemen acara yang cermat, Kami Pakresa Group memiliki rancangan dalam mencakup perencanaan detail – detail acara, koordinasi dengan semua pihak terkait seperti vendor, talent, panitia, tim keamanan dan sebagainya, serta pengaturan logistik dalam perencanaan hingga

hari H acara berlangsung, mengelola manajemen anggaran, manajemen risiko hingga pelaksanaan acara dapat berjalan dengan lancar dan sukses.

6. Evaluasi dan Peningkatan

Setiap kegiatan *event* yang telah terselenggara pastinya memiliki kelebihan dan kekurangan tertentu, pada kasus ini Pakresa Group ingin melakukan evaluasi setelah setiap acara untuk mengidentifikasi kelebihan dan kekurangan, serta peluang perbaikan.

Menggunakan umpan balik dari klien, talent, penonton dan elemen – elemen lain yang ikut berpartisipasi dalam acara tersebut guna meningkatkan kualitas layanan dan mencapai kepuasan pelanggan yang lebih baik.

7. Proyeksi Keuangan

Tabel 1 (Proyeksi Keuangan Pakresa)

Proyeksi Keuangan Pakresa Group						
No	Nama event	Target penonton	Penonton hari	Total Pemasukan	Total Produksi	Profit
1	Arterio Fest	800	1300+	Rp 39.603.000	Rp 29.375.864	Rp 10.227.136
2	Classmeet	100	200	Rp 7.290.000	Rp 5.790.000	Rp 1.500.000
3	Pre event ssf	130	250	Rp 5.750.000	Rp 2.875.000	Rp 2.875.000
4	Muara Fest	1200	1800	Rp 24.650.000	Rp 23.060.000	Rp 1.590.000
5	Segara Fest	1500	2500	Rp 107.000.000	Rp 95.710.000	Rp 11.290.000
Total Pemasukan						Rp 27.482.136

Tabel 2 (Cash Flow Arterio)

Cash Flow Arterio Festival							
no	Target penonton	Realisasi penonton	jenis produksi	biaya produksi	jenis pemasukan	total pemasukan	Profit
1	800	1300	Venue	Rp 5.000.000	Dana Kampus	Rp 300.000	Rp 10.227.136
2			Guest Star	Rp 10.300.000	Iuran Mahasiswa	Rp 1.680.000	
3			Konsumsi	Rp 3.000.000	Sponsorship	Rp 8.500.000	
4			Kesekretariatan	Rp 100.000	Tiketing	Rp 29.123.000	
5			Perizinan	Rp 2.450.000			
6			Dekorasi dan dokumentasi	Rp 1.248.664			
7			Produksi	Rp 2.063.700			
8			MC	Rp 200.000			
9			Soundman	Rp 300.000			
10			Tari	Rp 238.500			
11			Kostum Tari	Rp 675.000			
12			Guard	Rp 800.000			
13			Ambulance	Rp 500.000			
14			Pawang Hujan	Rp 500.000			
15			Transportasi	Rp 300.000			
16			Media Partner	Rp 200.000			
17			DII	Rp 1.500.000			
18				Rp 29.375.864		Rp 39.603.000	

Tabel 3 (Cash Flow Pre-Event Senang-Senang Festival)

Cash Flow Pre-Event Senang-Senang Festival							
no	Target penonton	Realisasi Penonton	jenis produksi	biaya produksi	pemasukan	total pemasukan	Profit
1	130	250	Guest Star	Rp 900.000	Kas	Rp 2.000.000	Rp 2.875.000
2			Produksi	Rp 675.000	Tiketing	Rp 3.750.000	
3			Lainnya	Rp 1.300.000			
4				Rp 2.875.000		Rp 5.750.000	

Tabel 4 (Cash Flow Classmeeting)

Cash Flow Clasmeeting							
no	Target penonton	Realisasi Penonton	jenis produksi	biaya produksi	pemasukan	total pemasukan	Profit
1	300	800	Uang hadiah	Rp 2.200.000	Investor	Rp 7.290.000	Rp 1.500.000
2			Produksi	Rp 3.200.000			
3			Konsumsi	Rp 390.000			
4							
5				Rp 5.790.000		Rp 7.290.000	

Tabel 5 (Cash Flow Segara)

Cash Flow Segara Festival							
no	Target penonton	Realisasi Penonton	jenis produksi	biaya produksi	pemasukan	total pemasukan	Profit
1	1400	2000	Guest Star	Rp 45.600.000	Kas	Rp 1.500.000	Rp 11.290.000
2			Produksi	Rp 13.250.000	Tiketing	Rp 85.750.000	
3			Lainnya	Rp 10.000.000	OTS	Rp 9.750.000	
4				Rp 26.860.000	Sponsor	Rp 10.000.000	
5				Rp 95.710.000		Rp 107.000.000	

Tabel 6 (Cash Flow Muara)

Cash Flow Muara Festival							
no	Target penonton	Realisasi penonton	jenis produksi	biaya produksi	jenis pemasukan	total pemasukan	Profit
1	800	1300	Guest Star	Rp 8.040.000	Dana Kampus	Rp 1.100.000	Rp 1.590.000
2			Produksi	Rp 5.245.000	Iuran Mahasiswa	Rp 1.150.000	
3			Venue dan Perizinan	Rp 2.500.000	Tiketing	Rp 22.400.000	
4			Konsumsi	Rp 1.275.000			
5			Kesekretariatan	Rp 500.000			
6			Dekorasi dan dokumentasi	Rp 1.000.000			
7			Guard	Rp 1.200.000			
8			pajak	Rp 1.500.000			
9			Ambulance	Rp 300.000			
10			Pawang Hujan	Rp 500.000			
11			Dll	Rp 1.000.000			
12				Rp 23.060.000		Rp 24.650.000	

BAB III

METODE PELAKSANAAN

Dalam dunia *event organizer* setiap keputusan maupun hasil akan terlebih dahulu untuk ditinjau dan dikaji bagaimana hasil keputusan tersebut layak, maka dari itu kita perlu membuat sebuah metode pelaksanaan agar suatu *event organizer* dapat berjalan dengan lancar.

Sama halnya dengan apa yang kami lakukan, Pakresa Group akan membuat sebuah metode pelaksanaan agar nantinya klien maupun customer kita dapat lebih yakin dan mempercayakan *eventnya* untuk kami create dengan baik, sebagaimana yang dapat kita lihat sebagai berikut:

1. Profil Usaha

Metode pelaksanaan harus mencakup cara membuat usaha *event organizer*, mengatur/mengemas, Berawal dari 5 orang mahasiswa semester 6 yang sedang menjalani magang MBKM dengan program kewirausahaan dengan spesifikasi di bidang *event*, lalu terbentuklah perusahaan ini dengan nama Pakresa Group, yang memiliki arti “Pemuda Kreatif Surakarta”

Visi dan misi perusahaan *event organizer* akan bervariasi tergantung pada tujuan dan fokus perusahaan tersebut. Berikut ini adalah contoh umum visi dan misi yang dapat dimiliki oleh sebuah *event organizer*:

a. Visi

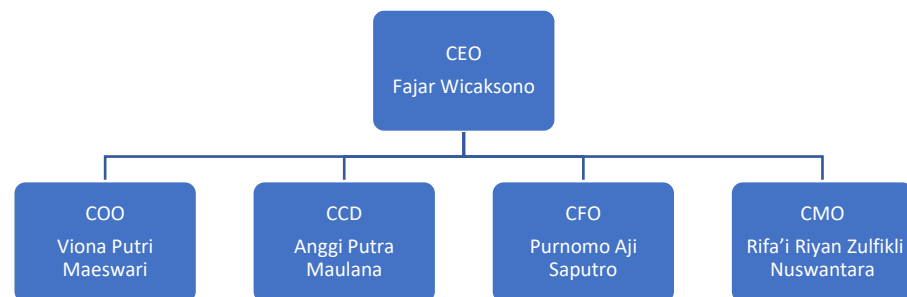
Menjadi penyelenggara acara terdepan yang memberikan pengalaman yang luar biasa dan menginspirasi melalui kreativitas, inovasi, dan profesional

b. Misi

- 1) Memberikan layanan *event organizer* yang berkualitas tinggi, memenuhi kebutuhan dan harapan klien dengan cermat, dan menciptakan pengalaman yang tak terlupakan bagi peserta acara.
- 2) Menghadirkan konsep acara yang inovatif dan kreatif, menggabungkan elemen-elemen unik untuk menciptakan suasana yang menarik dan mengesankan.

- 3) Menjalin kemitraan yang kuat dengan vendor dan mitra, memastikan kualitas layanan yang terbaik dalam setiap aspek acara.
- 4) Memiliki tim yang terlatih, berdedikasi, dan berpengalaman dalam mengelola dan melaksanakan acara dengan baik, memastikan keberhasilan dan kepuasan klien.

c. Struktur



Untuk saat ini kami mengambil alamat kantor kami sama dengan alamat kampus kami STIE Surakarta karena masih dibawah bimbingan dari kemahasiswaan kampus yang bertempat di Jl. Slamet Riyadi No.435-437, Dusun I, Makamhaji, Kec. Kartasura, Kab. Sukoharjo, Jawa Tengah, 57161

2. Komunikasi Dengan Konsumen

Komunikasi yang baik dengan konsumen sangat penting dalam pelaksanaan *event organizer*. Pakresa Group sendiri melibatkan pendekatan proaktif untuk berkomunikasi dengan klien potensial, mendengarkan kebutuhan dan preferensi mereka, memberikan informasi yang jelas tentang layanan yang ditawarkan, dan menjawab pertanyaan atau kekhawatiran yang mungkin mereka miliki. Komunikasi yang efektif akan membantu membangun hubungan yang kuat dengan konsumen.

3. Negosiasi Dengan Konsumen

Sebagai *event organizer*, kami haru memiliki kemampuan untuk melakukan negosiasi dengan konsumen. Ini melibatkan kemampuan untuk memahami kebutuhan dan keinginan klien, mengatur kesepakatan yang saling menguntungkan, dan membangun hubungan yang berkelanjutan. Dengan

melakukan negosiasi yang baik Pakresa Group akan memastikan bahwa kebutuhan dan harapan klien terpenuhi dalam kerangka yang layak bagi kedua belah pihak.

4. Pelaksanaan Kegiatan Usaha

Dalam metode pelaksanaan juga harus mencakup langkah-langkah konkret dalam menjalankan kegiatan usaha sebagai *event organizer*. Hal ini meliputi perencanaan dan pengorganisasian acara, manajemen logistik, koordinasi dengan pihak terkait seperti vendor dan penyedia layanan, manajemen anggaran, promosi dan pemasaran acara, serta pelaksanaan acara itu sendiri. Pelaksanaan yang baik akan memastikan acara berjalan dengan lancar dan memenuhi harapan klien dan peserta acara.

BAB IV

HASIL DAN POTENSI USAHA YANG DICAPAI

1. *Event* yang sudah berlangsung:

a. Arterio Fest

Arterio Fest adalah *event* yang dilaksanakan pada tanggal 11 Maret 2023 di Kali Pepe Land dengan MCPR, TWCS, Weekend Warrior dan Infusion sebagai guest star dengan target penonton sejumlah 800, dan di hari H acara dihadiri sekitar 1300+ penonton pada hari itu. Dengan penonton sekitar 1300 orang tersebut kami sudah mampu melampaui target awal yang kita inginkan sebesar 66% - 70%.

b. Class Meeting

Class Meeting merupakan salah satu *event* yang sudah terselenggara di kampus STIE Surakarta pada 16 Maret 2023 dengan berbagai macam kategori perlombaan seperti Mobile Legend, Menggambar dan Mewarnai, Cerdas Cermat dan Solo Vocal. Tujuan diadakanya class meeting ini adalah untuk membangun kreativitas mahasiswa, meningkatkan mobilitas serta menumbuhkan minat mengikuti ajang kompetisi baik di bidang akademik maupun di bidang non akademik. Dengan target peserta tiap lomba dan penonton acara yang berjumlah 30% - 50% mahasiswa STIE Surakarta, dan di hari H dihadiri kurang lebih 500an orang.

c. Pre-*event* Senang – Senang Festival

Acara yang dilaksanakan pada 20 Mei 2023 ini memiliki tujuan guna memberi *awarness* kepada para calon penonton Senang – Senang Festival Vol.2 dengan menampilkan DJ PRM, Mendadak Karaoke, dan Doublenine Project. Dimulai dari pukul 18.30, para penampil akan membawakan lagu – lagu dari para *GuestStar* yang akan *perform* pada Senang – Senang Festival Vol.2. Kami selaku panitia mengkonsep acara ini menjadi sebuah karaoke bersama untuk menghafal lagu – lagu dari para *GuestStar* terlepas dari itu pihak panitia ssf ingin menjalin kedekatan dengan para penonton. Rencana awal dari

jumlah penonton *pre-event* kurang lebih sekitar 150 orang, dan pada hari H penonton yang datang berjumlah 250 orang

d. Honda Japanese Fest

Honda Japanese Fest ini adalah sebuah *event exhibition* yang di inisiasi oleh honda jateng dan di kelola oleh frontline Indonesia, dan kami Pakresa Group berkesempatan untuk menjadi tenaga bantuan yang difokuskan pada bagian registrasi, merchandise dan area test drive, Honda Japanese Fest ini diselenggarakan di The Park Mall pada tanggal 10 – 11 Juni 2023 dengan banyak rangkaian acara seperti, pameran motor honda, test drive motor honda, lomba sushi kilat, cosplay dan coswalk competition, dengan target awal memberikan awareness kepada para pengunjung yang ingin mencoba motor honda ADV series terbaru dari Honda, dan terbukti ada 53 orang yang mencoba test drive Honda ADV tersebut, dan ada sekitar 138 orang yang mengunjungi booth test drive.

e. Senang – Senang Festival

Diselenggarakan pada tanggal 23 Juni 2023 yang bertempat di De Tjolomadu Senang – Senang Festival telah terlaksana, kami Pakresa Group juga turut menjadi bagian dari acara tersebut, mendatangkan sekitar 6000+ lebih dari target awal penonton sejumlah 5000+ penonton, dengan mendatangkan banyak guest star seperti The Adams, Vieratalle, Nadin Amizah, MCPR, dan Disco Ringroad.

2. Potensi Usaha

Usaha *event organizer* memiliki potensi yang menjanjikan dalam berbagai aspek, termasuk:

a. Pertumbuhan Industri *Event*

Industri *event* terus mengalami pertumbuhan yang signifikan, didorong oleh permintaan yang terus meningkat untuk acara-acara yang kreatif, unik, dan berkesan. Dikutip dari laman <https://ekonomi.bisnis.com>, Founder Backstagers Indonesia Krisnanto Sutrisman mengatakan industri event organizer memiliki pertumbuhan sekitar 15% hingga 20% dengan nilai

industri lebih dari Rp500 triliun. Saat ini sudah ada sekitar 4.000 pelaku usaha dengan serapan tenaga kerja formal sekitar 40.000 orang. Dengan demikian, Pakresa Group melihat peluang besar untuk berkembang dalam industri yang terus berkembang ini.

b. Diversifikasi Acara

Potensi usaha *event organizer* juga terletak pada kemampuan untuk mendiversifikasi jenis acara yang ditangani. Hal ini meliputi acara pernikahan, konferensi bisnis, festival musik, acara olahraga, pameran dagang, acara sosial, dan banyak lagi. Dengan kemampuan untuk mengorganisir berbagai jenis acara, *event organizer* dapat menjangkau segmen pasar yang beragam dan meningkatkan peluang pertumbuhan.

c. Peluang Kerjasama dan Jaringan

Melalui usaha *event organizer*, terdapat peluang untuk menjalin kerjasama dengan berbagai pihak terkait, seperti vendor, penyedia layanan, pemilik tempat, dan pihak berwenang setempat. Jaringan yang kuat akan membantu dalam memperoleh sumber daya yang diperlukan, mendapatkan referensi bisnis, meningkatkan reputasi dan kepercayaan dalam industri.

d. Potensi Keuntungan

Dengan membangun bisnis *event organizer* yang sukses, terdapat potensi untuk menghasilkan keuntungan yang menarik. Melalui biaya jasa, komisi, atau model pendapatan lainnya, *event organizer* dapat memperoleh pendapatan yang signifikan. Dengan skala dan reputasi yang lebih besar, potensi keuntungan juga dapat meningkat.

e. Pengembangan Karier dan Kreativitas

Dengan perkembangan *event* juga dapat memberikan peluang pengembangan karir dan ekspresi kreativitas bagi para profesional di bidang ini. Dengan berbagai jenis acara dan tantangan yang berbeda, *event organizer* dapat menjadi platform untuk berkembang dan menciptakan ide-ide inovatif dalam industri acara.

3. Perkembangan Usaha dari Awal Hingga Akhir

a. Tahap Awal

Langkah awal kami dalam membuat perusahaan *event organizer* ini ialah membuat perencanaan yang bisnis matang meliputi banyak hal, mulai dari menganalisis pasar, memahami tren industri pembentukan tim, dan memahami pola *event organizer*.

b. Pendirian Perusahaan

Setelah perencanaan bisnis selesai, langkah selanjutnya yang kami lakukan adalah pendirian perusahaan atau entitas hukum yang sesuai. Ini melibatkan pendaftaran legalitas usaha, seperti pembuatan akta pendirian perusahaan, perizinan, dan dokumen-dokumen terkait lainnya.

c. Pengembangan Jaringan dan Perusahaan

Dengan berdirinya suatu perusahaan, kita juga harus lebih fokus pada pengembangan jaringan dan pemasaran. Hal ini melibatkan membangun hubungan dengan vendor, penyedia layanan, pemilik tempat acara, dan pihak berwenang setempat. Selain itu, strategi pemasaran yang efektif diterapkan untuk menarik klien potensial.

d. Pelaksanaan Acara

Setelah berhasil mendapatkan klien kami Pakresa Group akan memasuki tahap pelaksanaan acara. Pada tahap ini, tim kerja akan mengatur dan mengorganisir setiap aspek acara, mulai dari perencanaan, logistik, koordinasi, hingga pelaksanaan sesungguhnya. Tujuan utama adalah memastikan keberhasilan dan kepuasan klien serta peserta acara.

e. Monitoring dan Evaluasi

Selama pelaksanaan acara, Kami akan selalu melakukan monitoring dan evaluasi secara berkala untuk memastikan segala sesuatunya berjalan sesuai rencana. Evaluasi dilakukan untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan, serta untuk memperbaiki proses kerja di masa depan.

f. Pelaporan Keuangan dan Kinerja

Setelah acara selesai, tahap terakhir yang kami lakukan adalah pelaporan keuangan dan kinerja. Ini melibatkan penyelesaian laporan

keuangan, seperti neraca, laporan laba rugi, dan arus kas. Selain itu, pelaporan kinerja juga dilakukan untuk mengevaluasi pencapaian tujuan program dan membandingkannya dengan hasil yang diharapkan.

4. Hambatan yang Mungkin Dihadapi

Dalam mengembangkan usaha *event organizer*, beberapa hambatan yang mungkin dihadapi antara lain:

- a. Persaingan yang Ketat
- b. Pengaturan Logistik yang Rumit
- c. Anggaran Terbatas
- d. Ketidakpastian Kondisi Eksternal
- e. Ketergantungan pada Pihak Ketiga

Menghadapi hambatan-hambatan ini, penting untuk memiliki strategi yang kuat, fleksibilitas, dan kemampuan mengatasi tantangan. Dengan manajemen yang efektif dan penanganan yang baik terhadap hambatan, usaha *event organizer* dapat tetap beroperasi dengan sukses dan berkembang.

BAB V

KESIMPULAN

Dalam kesimpulan ini, usaha *event organizer* merupakan bidang yang menjanjikan dengan potensi pertumbuhan yang tinggi. Melalui metode pelaksanaan yang efektif, usaha ini dapat mencapai hasil yang positif, seperti keberhasilan acara, kepuasan pelanggan, reputasi yang baik, dan potensi keuntungan yang menarik.

Perkembangan usaha *event organizer* melibatkan tahapan mulai dari pendirian perusahaan, pengembangan jaringan dan pemasaran, pelaksanaan acara, hingga pelaporan keuangan dan kinerja. Selama perjalanan tersebut, dapat ada hambatan-hambatan seperti persaingan yang ketat, pengaturan logistik yang rumit, anggaran terbatas, ketidakpastian kondisi eksternal, dan ketergantungan pada pihak ketiga.

Meskipun menghadapi hambatan tersebut, dengan strategi yang tepat dan manajemen yang baik, usaha *event organizer* dapat terus berkembang dan berhasil. Penting untuk memiliki komunikasi yang baik dengan konsumen, kemampuan negosiasi, serta kreativitas dalam pelaksanaan acara untuk memenuhi harapan klien.

Dengan demikian, usaha *event organizer* dapat menjadi peluang bisnis yang menarik bagi mereka yang memiliki minat dalam industri ini. Dengan fokus pada kepuasan pelanggan, inovasi, dan manajemen yang efektif, usaha ini memiliki potensi untuk mencapai kesuksesan jangka panjang.

BAB VI

LAMPIRAN

Tabel 7 (Logbook)

No	Minggu	Kegiatan
1	Pertama	Arterio Fest Penutupan Early Bird Arterio Fest
2	Kedua	Arterio Fest Perombakan Susunan Kepanitiaan Arterio Fest Ploting jobdesk terbaru Penyusunan rincian produksi Report penjualan tiket Membuat strategi marketing tiket Class Meeting Upload pamflet class meeting Promosi Classmeet melalui grup kelas Membuat layout, rundown, juknis lomba, marking area dan ploting jobdesk Class Meet Muara Fest Membuat konsep
3	Ketiga	Arterio Fest Mengurus perizinan di Polsek Membuat rundown fix Mencari PMI Upload pamflet terbaru di medpart ticketing Goes to kampus (menjual tiket di kampus lain, UIN, UMS, UNISRI) Laporan Sponsor Class Meeting Merinci produksi Class Meet
4	Keempat	Arterio Fest Pengumpulan bungkus rokok Report RAB, produksi dan progres Muara Fest Pengumpulan bungkus rokok Survey venue Membuat desain proposal Menjual tiket di acara nobar (Nilu Coffee) Mengurus izin di Gugus Covid
6	Pertama	Arterio Fest Pembayaran venue

		Mencari pawang hujan Membuat layout tiketing Promosi tiket ke kelas-kelas Membuat list vendor Class Meeting Pengumuman Class Meet diundur
7	Kedua	Arterio Fest Goes to kampus (menjual tiket di kampus lain, UNIBA, UMS) Menemui partner tiketing pelajar Class Meeting Update peserta lomba List produksi setiap divisi
8	Ketiga	Arterio Fest Upload rundown dan pamflet terbaru di IG Arterio Fest Share rundown check sound ke performer dan Guest Star Hari h Arterio Fest Class Meeting Membeli perlengkapan Loading barang dan marking layout Hari h Class Meeting
9	Keempat	Arterio Fest After party Arterio Fest
11	Pertama	Arterio Fest Upload thanks to all sponsor dan medpart Muara Fest Penambahan konsep
12	Kedua	Muara Fest Survey venue (kali pepe land) Mencari sponsor dan medpart Pakresa Group Penyusunan profile company Foto struktural Membuat konsep <i>event</i>
13	Ketiga	Pakresa Group Mematangkan konsep Membuat proyeksi desain Membuat desain proposal survey opsi venue

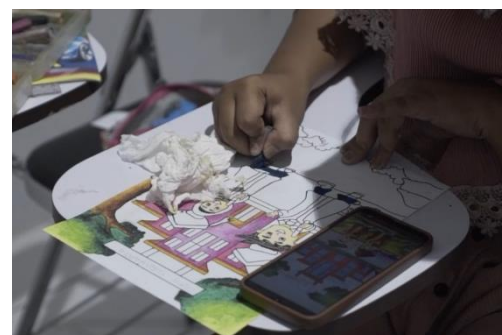
14	Keempat	Segara Fest Upload coming soon ke instagram Cetak proposal Mencari sponsor
15	Pertama	Segara Fest Pengaturan keuangan Pengumpulan kolektif Penentuan Gueststar Menyusun MOU Pre-event Senang Senang Bertemu dengan klien Menyusun konsep
16	Kedua	Segara Fest Follow up venue Mencari band submission Pre-event Senang Senang Mengajukan anggaran berdasarkan konsep UTS
17	Ketiga	Segara Fest Membuat RAB terbaru Upload desain tentang segara Profile company sudah jadi Membuat rancangan rundown Pre-event Senang Senang Loading dan marking di venue Hari h pre-event Senang Senang
18	Keempat	Segara Fest Bertemu calon sponsor Bertemu partner tiketing Mencari jasa artwork Bertemu dengan pihak venue Senang Senang Festival Penawaran kerja sama
20	Pertama	Segara Fest Keputusan nominal support dari venue Upload konten giveaway di instagram Pembuatan stempel List media partner Honda Japanese Fest Penawaran kerjasama dari Frontline

21	Kedua	Segara Fest Artwork selesai Upload venue Desain tiket gelang Partnership tiket offline Penjualan tiket early bird Proses desain pamflet utama Cetak kuitansi Penyusunan list riders Gueststar Muara Fest Upload official statement Honda Japanese Fest Briefing Loading in Hari h Honda Japanese Fest
22	Ketiga	Segara Fest Undangan band submission Membuat desain official merchandise (kaos) Penjualan tiket presale Senang Senang Festival Loading in Hari h Senang Senang Festival
23	Keempat	Segara Fest Upload pamflet utama Follow up tiket box Muara Fest Membuat desain nobar Membuat rekap data medpart
25	Pertama	Segara Fest Pembuatan bumper Upload desain official merchandise (kaos)
26	Kedua	UAS
27	Ketiga	Pakresa Group Penyusunan laporan MBKM

ARTERIO FEST



CLASSMEETING



PREEVENT SENANG-SENANG FEST



HONDA JAPANESE FEST



SENANG-SENANG FEST





DAFTAR PUSTAKA

<https://lifestyle.bisnis.com/read/20221109/254/1596341/jumlah-pengunjung-event-offline-tahun-2022-naik-25-kali-lipat>

<https://www.kompas.id/baca/humaniora/2023/01/05/imbis-pencabutan-ppkm-festival-musik-diproyeksikan-tumbuh-dua-kali-lipat>

[Jadwal Konser di Solo 2023: Ada Fourtwnty dan Dewa 19! - Dewatiket.id](https://www.dewatiket.id/jadwal-konser-di-solo-2023-ada-fourtwnty-dan-dewa-19/)

<https://ekonomi.bisnis.com/read/20190213/12/888451/industri-event-organizer-diproyeksi-tumbuh-20-tahun-ini#:~:text=Founder%20Backstagers%20Indonesia%20Krisnanto%20Sutrisman%20mengatakan%20industri%20even,dengan%20serapan%20tenaga%20kerja%20formal%20sekitar%2040.000%20orang.>