

PERAN MANTIN ORGANIZER SEBAGAI EVENT ORGANIZER DI KOTA PALU

Hendri S¹, Suryadi Samudra², Juliana kadang³

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tadulako
Sulawesi Tengah, Indonesia

Email: hendrisyamsu@gmail.com

INFO ARTIKEL

Diterima :
17 Maret 2023
Direvisi :
19 Maret 2023
Disetujui:
21 Maret 2023

Kata kunci:

Mantin organizer, event organizer, kota palu

ABSTRAK

Mantin organizer adalah perusahaan yang bergerak di bidang event organizer di kota palu. Perusahaan ini memiliki peran penting dalam menyelenggarakan berbagai jenis acara di kota palu, seperti pernikahan, gathering, launching product, dan acara perusahaan lainnya. Sebagai event organizer, mantin organizer memastikan bahwa setiap acara yang diadakan memenuhi kebutuhan dan harapan klien. Perusahaan ini mampu menyediakan layanan yang lengkap, mulai dari perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi setiap acara yang diadakan. Mantin organizer juga memiliki tim yang terampil dan berpengalaman dalam mengelola berbagai acara. mereka mampu bekerja dengan baik dalam situasi yang penuh tekanan dan mampu memberikan solusi yang tepat untuk setiap kendala yang muncul selama pelaksanaan acara. Dalam perkembangannya, mantin organizer telah mampu menciptakan citra positif sebagai event organizer yang profesional dan terpercaya di kota palu. hal itu dapat di lihat dari tingginya kepercayaan klien yang terus menggunakan jasa mantin organizer dalam setiap acara yang mereka selenggarakan dalam kesimpulannya, peran mantin organizer sebagai event organizer di kota palu sangat penting dalam menyelenggarakan berbagai jenis acara dengan standar yang tinggi. Dengan pengalaman dan keahlian yang di milikinya, mantin organizer telah membuktikan diri sebagai mitra yang handal dalam menyelegarakan acara-acara di kota palu.

Hendri S

hendrisyamsu@gmail.com

artikel dengan akses terbuka dibawah lisensi



Pendahuluan

Pasca pandemi covid-19 dinyatakan telah mereda oleh pemerintah, masyarakat kini kembali beraktivitas normal tanpa perlu melaksanakan protokol kesehatan yang ketat. Olehnya banyak kalangan yang ingin melaksanakan berbagai kegiatan atau acara yang telah tertunda karena adanya pandemi, karena keadaan telah berubah ke *new normal*. Namun dalam melaksanakan sebuah kegiatan, dibutuhkan keahlian khusus serta

pengalaman dalam perencanaan, pengelolaan, pelaksanaan bahkan dalam pembuatan konsep acara sekalipun (Waruwu, C., & Hidayat, 2020). Apalagi dengan adanya perkembangan teknologi membuat masyarakat tradisional berevolusi menjadi masyarakat kontemporer yang sangat mengandalkan serta bergantung pada produk dan jasa. Hal itu membuat masyarakat menginginkan kegiatan yang dapat berlangsung dengan baik dan dengan hasil yang maksimal tanpa harus bersusah payah untuk turun langsung mengurus segala sesuatunya, sehingga memerlukan bantuan agar pelaksanaan acara dapat berjalan sesuai keinginan (Waruwu, 2019).

Usaha jasa memiliki margin profit yang besar, dikarenakan pengusaha jasa dapat menjual keterampilan tanpa mengeluarkan modal uang yang besar untuk memulai usaha ini. Akan tetapi, usaha jasa dituntut harus memiliki keterampilan dalam membuat perencanaan, perhitungan dan pelaksanaan acara agar hasil layanan yang dihasilkan dapat disukai bahkan memuaskan konsumen (Suryani, L., & Simanjuntak, 2021). Salah satu bisnis yang berkembang pada saat ini adalah *event organizer* yang mengorganisir acara sesuai keinginan, oleh sebab itu penyedia jasa organizer juga harus profesional serta berpengalaman. Jasa yang ditawarkan oleh *event organizer* saat ini sangat beragam jenis dan bentuknya antara lain *wedding organizer*, pameran, pertunjukan musik, *gathering*, ulang tahun dan lain sebagainya. Atas dasar hal-hal diatas, maka hadirlah Mantin Organizer dengan *tagline* “*Well Planned, Well Organized*” yang berarti “Terencana dengan Baik, Terorganisir dengan Baik”. untuk memenuhi kebutuhan dalam merencanakan dan mempersiapkan acara yang akan diselenggarakan oleh konsumen (Simanjuntak, M. A., & Hidayat, 2020).

Menurut Zimmerer, lewat karya akademiknya yang berjudul *Entrepreneurship and Venture Formation* yang diterbitkan pada tahun 1996 berpendapat bahwa definisi kewirausahaan adalah sikap mental yang dihasilkan dari tempaan kedisiplinan (Zimmerer & Scarborough, 1996). Ditambah lagi, kewirausahaan harus dibarengi dengan kreativitas dan inovasi dalam melakukan persaingan di pasar niaga.

Tujuan kegiatan wirausaha adalah dicapai dengan mengumpulkan modal dan tenaga kerja untuk menghasilkan barang atau jasa agar bisa mendapatkan keuntungan. Menghasilkan kekayaan ekonomi, pertumbuhan, dan inovasi (Suryani, 2018).

Tujuan kami berwirausaha adalah melatih keberanian dan kemampuan dalam mengambil resiko, melatih kepemimpinan, melatih kreatifitas dan inovatif. Sarjana yang menganggur hampir 1 juta orang per Februari 2021 (BPS) dengan adanya program Merdeka Belajar Kampus Merdeka kami dilatih dan dibimbing untuk memiliki usaha yang layak dan bekerja secara profesional. Dengan berbagai pelatihan yang diajarkan, kami dituntut untuk siap dan mampu bersaing di pasar. Manfaat yang kami dapatkan adalah mampu meningkatkan jiwa berwirausaha dan teknik negosiasi, promosi dan keberanian mengambil peluang, sehingga meningkatkan orderan jasa Mantin Organizer (Kotler & Keller, 2016).

Metode Penelitian

Mantin Organizer menawarkan jasa *event organizer* yang bergerak di bidang perencanaan acara, mulai dari persiapan acara, pelaksanaan acara bahkan sampai akhir acara. Proses pembelian jasa dilakukan dengan cara konsumen dapat menghubungi Mantin Organizer melalui sosial media, nomor telepon maupun datang langsung ke kantor Mantin Organizer (Kotler & Armstrong, 2010).

Penelitian dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Peneliti akan memilih beberapa acara yang diselenggarakan oleh Mantin Organizer di Kota Palu dan melakukan observasi, wawancara, dan analisis dokumen terkait (Yusuf, 2014).

Teknik pengumpulan data yang akan digunakan adalah observasi, wawancara, dan analisis dokumen. Observasi dilakukan untuk mengamati secara langsung pelaksanaan acara yang diadakan oleh Mantin Organizer. Wawancara dilakukan dengan pihak klien dan tim Mantin Organizer untuk mendapatkan informasi terkait proses perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi acara. Analisis dokumen dilakukan untuk mengevaluasi dokumen yang terkait dengan pelaksanaan acara, seperti kontrak, proposal, dan laporan evaluasi (Rizal et al., 2017).

Hasil Penelitian

Strategi keberlanjutan usaha

Analisis Faktor Eksternal Dan Internal (Analisis Swot)

Analisis Swot Adalah Sebuah Metode Perencanaan Strategis Yang Digunakan Untuk Mengevaluasi *Strengths*, *Weakness*, *Opportunities*, Dan *Threats* Terlibat Dalam Suatu Proyek Atau Dalam Bisnis Usaha. Hal Ini Melibatkan Penentuan Tujuan Usaha Bisnis Atau Proyek Dan Mengidentifikasi Faktor-Faktor Internal Dan Eksternal Yang Baik Dan Menguntungkan Untuk Mencapai Tujuan Itu. Analisis Swot Selanjutnya Analisis Kondisi Internal Dan Eksternal Suatu Organisasi Yang Selanjutnya Akan Digunakan Sebagai Dasar Untuk Merancang Strategi Dan Program Kerja (Rasyid, 2020). Dalam Lingkup Internal, Analisis Akan Menjelaskan Secara Rinci Aspek-Aspek Yang Menjadi Kelemahan (*Weakness*) Dan Kekuatan Usaha (*Strength*). Sementara Itu, Dalam Lingkup Eksternal Analisis Ini Akan Menjelaskan Secara Rinci Mengenai Aspek Peluang (*Opportunity*) Dan Kendala (*Threat*) Usaha Yang Akan Dihadapi (Noor, 2014).

Tabel 1
Ifas Efas

Faktor Internal				
No.	Strength	Bobot	Rating	Skor
1	Daftar Harga Yang Ditawarkan Relatif Lebih Murah Dan Terjangkau	0,16	4,00	0,64
2	Memiliki Hubungan Yang Baik Dengan Beberapa Pihak	0,13	3,00	0,39
3	Memiliki Fleksibilitas Yang Tinggi Untuk Mengutamakan Kepuasan Konsumen	0,13	3,00	0,39
4	Semua Anggota Mantin Memiliki Pengalaman Di Bidang Eo	0,16	4,00	0,64
5	Pelayanan Yang Diberikan Cepat Dan Baik	0,13	3,00	0,39
Total Strength		0,71		2,45
No.	Weakness	Bobot	Rating	Skor

1	Belum Memiliki Badan Usaha	0,13	2,00	0,26
2	Belum Memiliki Peralatan Lengkap	0,16	4,00	0,64
Total <i>Weakness</i>		0,29		0,90
Total Ifas		1,00		1,55
Faktor Eksternal				
No.	<i>Opportunities</i>	Bobot	Rating	Skor
1	Pangsa Pasar Yang Luas Dan Beragam	0,20	4,00	0,80
2	Promosi Di Sosial Media	0,19	4,00	0,76
3	Alternatif Modal Dari Hasil Kerjasama	0,20	3,00	0,60
4	Dukungan Pemerintah Dalam Meningkatkan Industri Kreatif Di Kota Palu	0,16	3,00	0,48
Total <i>Opportunities</i>		0,75		2,64
No.	<i>Threat</i>	Bobot	Rating	Skor
1	Potensi Masuk Pesaing Baru	0,25	3,00	0,75
Total <i>Threat</i>		0,25		0,75
Total Efas		1,00		1,89

Sumber: Mantin Organizer, Data Diolah (2022)

Berdasarkan Hasil Pengolahan Data Pada Matriks Evaluasi Internal Didapatkan Besaran Nilai Dari Masing-Masing Matriks Tersebut, Yang Kemudian Menjadi Masukan Untuk Analisis Kuadran.

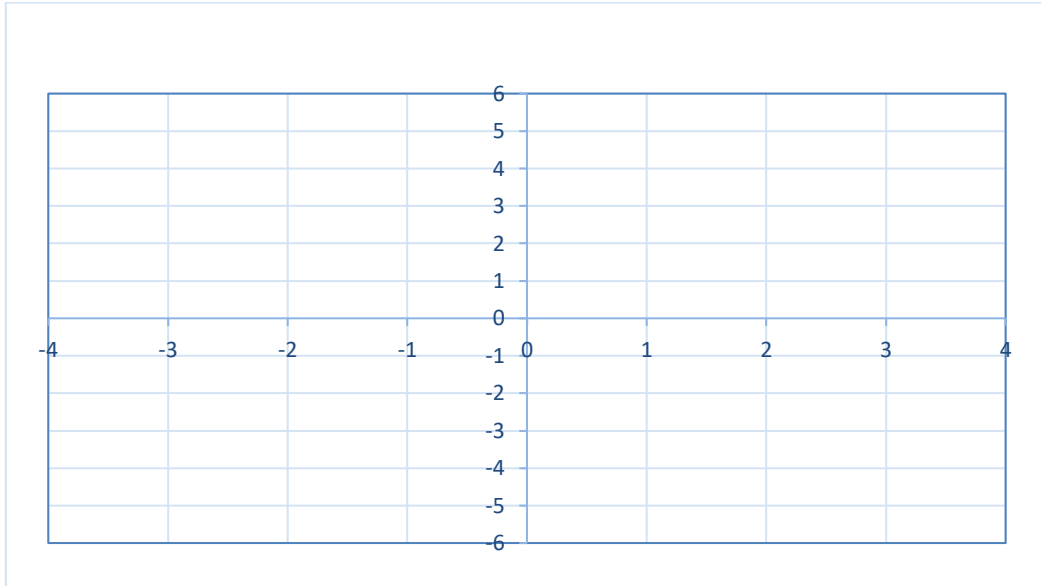
Tabel 2
Analisis Swot

Faktor Internal	<i>Strength</i>	<i>Weakness</i>
	1. Daftar Harga Yang Ditawarkan Relatif Lebih Murah Dan Terjangkau	1. Belum Memiliki Badan Usaha
	2. Memiliki Hubungan Yang Baik Dengan Beberapa Pihak	2. Belum Memiliki Peralatan Lengkap
	3. Memiliki Fleksibilitas Yang Tinggi Untuk Mengutamakan Kepuasan Konsumen	
	4. Semua Anggota Mantin Memiliki Pengalaman Di Bidang Eo	
	5. Pelayanan Yang Diberikan Cepat Dan Baik	
Faktor Eksternal	Strategi So	Strategi Wo
<i>Opportunities</i>		
1. Pangsa Pasar Yang Luas Dan Beragam	1. Meningkatkan Kerjasama Dengan Perusahaan Dan Pemerintah	1. Memberdayakan Alternatif Modal Hasil Kerjasama Untuk Meningkatkan Inovasi Dan Karya Yang Lebih Variatif
2. Promosi Di Sosial Media	2. Meningkatkan Kerjasama Dengan Industri Kreatif	2. Meningkatkan Kompetensi Dan Inovasi
3. Alternatif Modal Dari Hasil Kerjasama	3. Melakukan Promosi Terus-Menerus Dengan Mengikuti Trend Yang Ada Dengan Memanfaatkan Sosial Media	
4. Dukungan Pemerintah Dalam Meningkatkan Industri Kreatif Di Kota Palu	4. Berpartisipasi Aktif Dalam Mendukung Program Pemerintah	

Dalam Menggerakkan Industri Kreatif Di Kota Palu

<i>Threat</i>	Strategi St	Strategi Wt
1. Potensi Masuk Pesaing Baru	1. Meningkatkan Kualitas Pelayanan Dengan Memanfaatkan Teknologi Terkini	1. Membuat Izin Usaha Guna Meningkatkan Kepercayaan Konsumen
	2. Meningkatkan <i>Market Share</i> Dengan Program Pemasaran Yang Spesifik	2. Melengkapi Peralatan Sarana Mantin Untuk Meningkatkan Kualitas Terhadap Layanan

Sumber: Mantin Organizer, Data Diolah (2022)



Sumber: Mantin Organizer, Data Diolah (2022)

Gambar 1
Matriks Analisis Swot

Dari Hasil Analisis Dengan Pendekatan Swot Diatas, Dihilangkan Bahwa Posisi Mantin Organizer Berada Di Kuadran I Yaitu Menggunakan Strategi Growth (Bertumbuh). Dengan Strategi Intensif - Melalui - Penetrasi Pasar, Pengembangan Produk/Layanan Atau Integratif. Strategi Yang Diprioritaskan Dalam Menggerakkan Industri Kreatif Di Kota Palu Berdasarkan Pendekatan Swot Sebagai Berikut:

1. Meningkatkan Kerjasama Dengan Perusahaan Dan Pemerintah
2. Meningkatkan Kerjasama Dengan Industri Kreatif
3. Melakukan Promosi Terus-Menerus Dengan Mengikuti Trend Yang Ada Dengan Memanfaatkan Sosial Media
4. Berpartisipasi Aktif Dalam Mendukung Program Pemerintah Dalam Menggerakkan Industri Kreatif Di Kota Palu

Business Model Canvas

1. Segmentasi Konsumen (Cs)
Segmentasi Konsumen Dari Mantin Organizer Bervariasi Sesuai Dengan Acara Yang Diinginkan Dan Memiliki Gaya Hidup *Modern* Dan Instan. Mantin Organizer Tidak

Hanya Menargetkan Individu, Tetapi Juga Menargetkan Sekolah Dan Perusahaan Yang Akan Mengadakan Acara Seperti Pameran, *Launching Product*, *Workshop*, *Gathering*, Dan Lain Sebagainya, Yang Akan Melaksanakan Acara Di Kota Palu.

2. Proporsi Nilai Konsumen (Vp)

- a. Menyelesaikan Pekerjaan: Membantu Menyeleksi Vendor Yang Sesuai Dengan Kebutuhan Yang Ada Pada Konsep Acara
- b. Harga: Biaya Disesuaikan Dengan Biaya Yang Sudah Disiapkan Konsumen Sebelumnya. Pengurangan Biaya: Membantu Customer Untuk Mengurangi Biaya Atau Mengoptimalkan Biaya Yang Akan Dikeluarkan.
- c. Status Atau Merek (Brand): Menjalin Komunikasi Yang Baik Dengan Konsumen Baik Saat Acara Maupun Setelah Acara Diselenggarakan.

3. Saluran Atau Media (Ch)

Mantin Organizer Memberikan Setiap Informasi Yang Dibutuhkan Konsumen Di Media Digital Yang Dimiliki, Lebih Lanjut Untuk Memperkuat Informasi Tersebut Mantin Organizer Tidak Lupa Melakukan Interaksi Pada Calon Konsumen Melalui Media Digital Baik Secara Bersamaan Dengan Informasi Yang Disampaikan Atau Secara Terpisah. Pada Waktu Yang Sama Konsumen Akan Mendapat Apa Yang Mereka Butuhkan Sebelum Menggunakan Jasa Dari Mantin Organizer (Sutrisno, 2019) .

4. Sumber Pendapatan Usaha (Rs)

Arus Pendapatan Pada Mantin Organizer Berasal Dari Pihak Kedua Dan Ketiga Yang Bekerjasama Secara Langsung Dengan Mantin Organizer. Sumber Dana Dari Pihak Kedua Berasal Dari Kerjasama Langsung Dengan Konsumen, Artinya Dana Di Dapat Dari Pembayaran Konsumen. Sementara Sumber Dana Dari Pihak Ketiga Adalah Berasal Dari Reward Yang Diberikan Vendor Rekanan Karena Telah Memberikan Rekomendasi Perusahaannya Terhadap Pihak Kedua (Konsumen) (Dana, 2015).

5. Sumber Daya (Kr)

a. Platform Digital

Menggabungkan Desain Grafis Dan Editing Gambar Pada Setiap Konten Yang Akan Di Rilis Di Semua Platform Digital, Agar Konten Tersebut Memberi Informasi Yang Dibutuhkan Calon Konsumen.

b. Financial

Finansial Mantin Organizer Didapatkan Dari Biaya Yang Dibayarkan Konsumen.

c. Customer Data

Data Konsumen Didapat Dari Rekanan Vendor Dan Juga Rekomendasi Karyawan Dan Konsumen Yang Pernah Bekerja Sama.

6. Hubungan Dengan Konsumen (Cr)

Mantin Organizer Selalu Menjaga Baik Hubungan Dengan Konsumen Pada Saat Perencanaan Acara, Pelaksanaan Acara, Sampai Setelah Acara Dilaksanakan. Tujanya Adalah Menjadikan Kesan Positif Pada Seluruh Konsumen Agar Ketika Keluarga Dan

Teman Di Lingkungan Konsumen Akan Melaksanakan Acara Merekomendasikan Mantin Organizer.

7. Aktivitas Yang Dijalankan (Ka)

Dalam Hal Ini Mantin Organizer Sebagai Perusahaan Jasa Melakukan Pengunggahan Konten Secara Berkala Guna Pengenalan Dan Eksistensi Di Dalam Industri Jasa Event Organizer Di Kota Palu Dan Sekitarnya. Jika Ada Permintaan Dari Client Barulah Produksi Jasa Dilakukan Oleh Seluruh Tim Mantin Organizer Mulai Perencanaan, Koordinasi, Dan Pelaksanaan Acara Yang Disepakati Dengan Konsumen (Yanti, D., & Kasim, 2021).

8. Kerja Sama Partner (Kp)

Menjalin Hubungan Kerjasama Yang Harmonis Dengan Seluruh Vendor Dan Sponsorship, Dengan Bentuk Komunikasi Yang Baik, Pembagian *Job Description* Dengan Jelas, Berkolaborasi Dengan Setiap Vendor (Menyelesaikan Setiap Masalah Dengan Cepat Dan Tidak Terangkat Dipermukaan Pada Pelaksanaan Dilapangan), Menentukan Pembayaran Dengan Teratur Dan Terukur Kepada Seluruh Vendor, Dan Menjalin Kerjasama Yang Sehat.

9. Struktur Biaya (Cs)

Untuk Mengoperasikan Model Bisnis Ada Tiga Biaya Yang Harus Dikeluarkan Mantin Organizer Yaitu:

- a. Biaya Tetap, Biaya Ini Dikeluarkan Setiap Bulan Dengan Jumlah Yang Sama Setiap Bulanya (Biaya Gaji Karyawan, Biaya Listrik)
- b. Biaya Variabel, Biaya Ini Dikeluarkan Untuk Kepentingan Tertentu (Biaya Upah, Operasional Dan Lain Sebagainya)
- c. Biaya Penyusutan, Biaya Ini Dikeluarkan Setiap Bulan Dengan Jumlah Yang Sama Setiap Bulanya (Biaya Dari Penyusutan Barang)

Kesimpulan

Mantin Organizer merupakan usaha dibidang perencanaan dan pelaksanaan acara. Konsep bisnis Mantin Organizer adalah menyediakan layanan jasa *wedding organizer, gathering, launching product, corporate event* dan lain sebagainya. Mantin Organizer menyediakan berbagai paket acara, dilengkapi *additional* dan konsep yang beragam. Mantin Organizer akan mengikuti perkembangan zaman untuk menyesuaikan konsep acara, dekorasi acara dan tren yang terjadi sehingga mampu terus bertahan dan menjadi pilihan masyarakat.

Dalam prosesnya, dari 4 target yang direncanakan di awal bisnis, Mantin Organizer berhasil mendapatkan 6 *Project*, 4 diantaranya terlaksana, 1 batal dan 1 lagi akan dilaksanakan pada 28 Januari 2023. Dengan total omzet Rp 30.088.440 (Tiga puluh juta delapan puluh delapan ribu empat ratus empat puluh rupiah) dan total laba bersih Rp 16.054.440 (enam belas juta lima puluh empat ribu empat ratus empat puluh rupiah).

Mantin Organizer memanfaatkan media sosial Instagram sebagai sarana pemasaran, mengingat tingginya tingkat penggunaan Instagram oleh masyarakat. Dengan

menggunakan Instagram, Mantin Organizer akan memposting foto dan video acara yang diadakan oleh mereka.

Bibliografi

- Dana, A. S. (2015). Analisis Pengaruh Persepsi Konsumen Mengenai Harga, Kualitas Pelayanan, Tingkat Pendapatan Terhadap Minat Beli Produk Jasa Hiburan Dan Rekreasi Di Provinsi Yogyakarta. *Skripsi Pendidikan Ekonomi. FE–Universitas Negeri Yogyakarta*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. M. (2010). *Principles of marketing*. Pearson Education India.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Dirección de Marketing, decimoquinta edición*. Pearson.
- Noor, S. (2014). Penerapan analisis SWOT dalam menentukan strategi pemasaran daihatsu luxio di malang (Studi Kasus Pada PT. Astra International Tbk.–Daihatsu Malang). *Jurnal INTEKNA: Informasi Teknik Dan Niaga, 14*(2).
- Rasyid, H. (2020). Peran Mantin Organizer dalam Menyelenggarakan Acara Festival di Kota Palu. *Jurnal Pendidikan Vokasi, 10*(2), 187-197.
- Rizal, R., Hidayat, R., & Handika, I. (2017). Analisis bauran pemasaran terhadap omzet penjualan pada PT. Gaudi Dwi Laras Cabang Palembang. *Adminika, 3*(2), 78–94.
- Simanjuntak, M. A., & Hidayat, M. S. (2020). Peran Mantin Organizer dalam Menyelenggarakan Acara Pernikahan di Kota Palu. *Jurnal Ilmiah Bidang Kebijakan Publik Dan Pemerintahan, 6*(2), 185–196.
- Suryani, L., & Simanjuntak, M. A. (2021). Peran Mantin Organizer dalam Menyelenggarakan Acara Olahraga di Kota Palu. *Jurnal Pendidikan Jasmani Dan Kesehatan, 9*(1), 56–67.
- Suryani, L. (2018). Analisis Peran Mantin Organizer dalam Menyelenggarakan Acara. *Jurnal Media Publikasi. Jurnal Media Publikasi, 16*(2), 187–196.
- Sutrisno, A. (2019). Peran Mantin Organizer dalam Menyelenggarakan Acara Seminar di Kota Palu. *Jurnal Ilmiah Bidang Kebijakan Publik Dan Pemerintahan, 5*(2), 134–145.
- Waruwu, C., & Hidayat, M. S. (2020). Peran Mantin Organizer dalam Menyelenggarakan Acara Perayaan Ulang Tahun di Kota Palu. *Jurnal Pengembangan Pendidikan Jasmani Dan Olahraga, 8*(2), 134–1452.
- Waruwu, C. (2019). Analisis Peran Mantin Organizer Dalam Menyelenggarakan Event Pernikahan Di Kota Palu. *Jurnal Kebijakan Publik Dan Manajemen Publik, 7*(2), 96–109.
- Yanti, D., & Kasim, M. A. (2021). Peran Mantin Organizer dalam Menyelenggarakan Event Tari di Kota Palu. *Jurnal Kajian Politik Dan Administrasi Publik, 9*(1), 56–67.
- Yusuf, M. (2014). Analisa Break Event Point (BEP) Terhadap Laba Perusahaan. *Esensi: Jurnal Bisnis Dan Manajemen, 4*(1).
- Zimmerer, T., & Scarborough, N. M. (1996). *Entrepreneurship and new venture formation*. Prentice Hall.