

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### II.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT Amara Tujuh Perjuangan atau biasa dirinya disebut “*Seven Event*” dengan tagline “Beyond event” merupakan salah satu anak perusahaan dari PT Amara Perjuangan Indonesia, Mulai berdiri dari tahun 2014 dan event pertama yang di adakan adalah GIIAS 2014. Sejarah singkat dari *Seven Events* ( [www.sevenevent.com](http://www.sevenevent.com) ) *sevent Event* dengan cepat menjadi penyelenggara pameran yang terkenal di Indonesia, terdiri dari para profesional yang telah terbukti dengan rekam jejak yang sangat baik, beberapa dengan pengalaman lebih dari 15 tahun di industri pameran. Dalam periode ini, *Seven Event* telah membangun portofolio yang mengesankan. Bersama dengan GAIKINDO (Asosiasi Industri Otomotif Indonesia), Seven Events adalah mesin di balik desain dan organisasi seri pameran kelas dunia, Pameran Otomotif Internasional GAIKINDO Indonesia (GIIAS) dan Pameran Kendaraan Komersial Internasional GAIKINDO Indonesia (GIICOMVEC).

Berfokus pada sektor otomotif, Seven Events secara aktif terlibat dalam pameran B2C (Bisnis-ke-Konsumen) dan B2B (Bisnis-ke-Bisnis). Melalui mereka, *Seven Event* telah menyelenggarakan lebih dari 250 peserta pameran dan 460.000 pengunjung

Pada tahun 2017, untuk memanfaatkan peluang global, Seven Events menyambut mitra internasional yang strategis dan bergabung dengan Grup Comexposium, salah satu penyelenggara acara terkemuka dunia yang beroperasi di lebih dari 30 zona pertumbuhan ekonomi global. Tujuh Acara telah berubah menjadi campuran kearifan lokal dan pemain tim jaringan global. Dengan pengalaman yang terus berkembang dan budaya perusahaan yang profesional, Seven Events akan menghadirkan pameran yang menarik dan berkesan yang melampaui harapan klien kami.

Sebuah perusahaan yang dibangun pasti memiliki tujuan yang ingin dicapai dimasa depan dimana hal ini dapat menggambarkan kemana arah perusahaan akan berjalan. Tujuan perusahaan dimasa depan ini dapat kita sebut

sebagai visi perusahaan. Visi merupakan hal penting didalam perusahaan karena tanpa adanya visi, perusahaan akan berjalan tanpa arah tujuan yang jelas. Seperti perusahaan pada umumnya, PT. Amara Tujuh Perjuangan juga memiliki visi perusahaan yang menjadi tujuan perusahaan dimasa depan. Visi dari PT. Amara Tujuh Perjuangan ([www.sevenevent.com](http://www.sevenevent.com)) sendiri adalah “ *TO BECOME A PROFESSIONAL WORLD-CLASS EXHIBITION ORGANIZER* “ untuk mencapai Visi ini PT. Amara Tujuh Perjuangan memiliki Misi untuk mewujudkannya diantaranya adalah :

1. *Organizing a world-class exhibitions*
2. *Delivering innovations*
3. *Building global network*
4. *Professionalism and integrity work culture*
5. *Providing outstanding servic*

**Gambar II.1 Logo PT. Amara Perjuangan Indonesia**



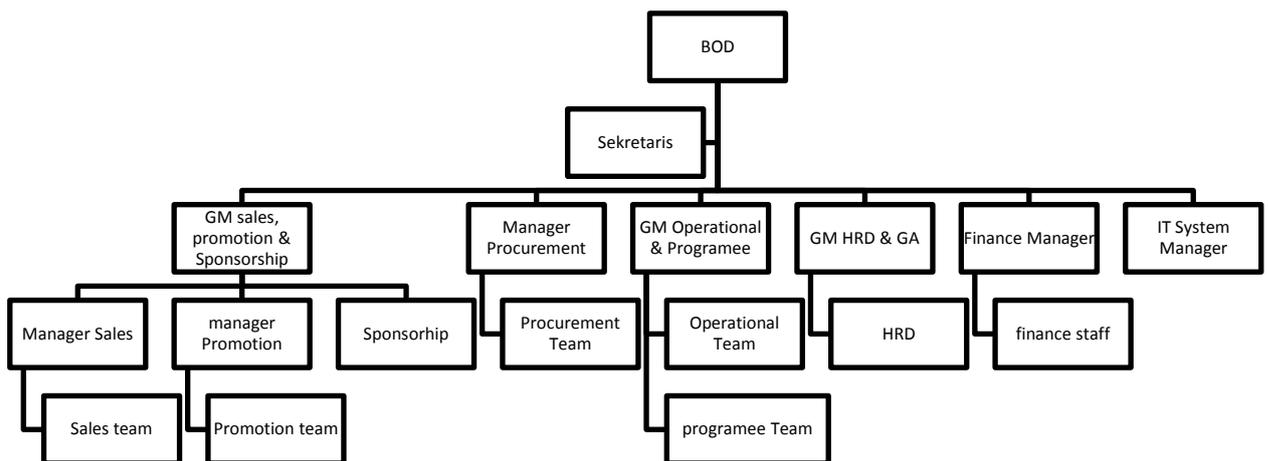
**Sumber: Data Internal PT. Amara Perjuangan Indonesia**

Gambar II.2 Logo PT. Dynaplast



Sumber: Data Internal PT. Amara Tujuh Perjuangan

## II.2. Strukur Organisasi Perusahaan



Sumber: Data Internal PT. Amara Tujuh Perjuangan

## II.3. Tinjauan Pustaka

### II.3.1. Manajemen Operasional

Manajemen Operasional merupakan ilmu lanjutan manajemen yang secara garis besar ilmu yang dipelajari menyangkut efektifitas dan efisiensi kinerja dari manajemen itu sendiri, contoh ilmu yang dipelajari adalah pengaturan alokasi

sumber daya seperti uang agar biaya yang dikeluarkan bisa seminimal mungkin dan mendapat barang dengan kualitas yang terbaik.

*Operations management (OM) is a discipline that applies to restaurants like Hard Rock Cafe as well as to factories like Ford and Whirlpool. The techniques of OM apply throughout the world to virtually all productive enterprises. It doesn't matter if the application is in an office, a hospital, a restaurant, a department store, or a factory—the production of goods and services requires operations management. And the efficient production of goods and services requires effective applications of the concepts, tools, and techniques of OM. (Heizer,2017)*

Manajemen operasional adalah disiplin yang dapat di aplikasikan kedalam restoran seperti *Hard Rock Cafe*, juga kepada industri seperti *Ford* dan *Whirlpool*. Teknik - teknik OM berlaku di seluruh dunia untuk hampir semua usaha produktif. Tidak peduli aplikasinya dikantor, rumah sakit, toserba, restoran, atau pabrik produksi barang dan jasa semua memerlukan manajemen operasi. Dan produksi barang dan jasa yang efisien memerlukan penerapan konsep, alat, dan teknik OM yang efektif.

*In an organization that does not create a tangible good or product, the production function may be less obvious. We often call these activities services. The services may be “hidden” from the public and even from the customer. The product may take such forms as the transfer of funds from a savings account to a checking account, the transplant of a liver, the filling of an empty seat on an airplane, or the education of a student. Regardless of whether the end product is a good or service, the production activities that go on in the organization are often referred to as operations, or operations management. (Heizer,2017)*

Dalam sebuah organisasi yang tidak menciptakan barang berwujud, fungsi produksi mungkin masih kurang jelas adanya. Sering disebutkan bahwa layanan kegiatan ini adalah layanan yang masih “tersembunyi” dari masyarakat dan bahkan dari pelanggan. Produk dapat berbentuk seperti transfer dana dari rekening

tabungan seperti rekening giro, tranplantasi hati, pengisian kursi kosong di pesawat terbang, atau pendidikan seorang siswa. Terlepas dari apakah akhir produk adalah barang ataupun jasa, kegiatan produksi yang sering terjadi ini dalam organisasi adalah operasi, atau manajemen operasional.

#### *Traditional OM*

*textbooks view OM as responsible for managing the process of transforming inputs into outputs. There is an increasing emphasis on the management of processes and the cross-functional nature of processes. TOC emphasizes the cross-functional and interdependent nature of organizational processes by viewing an organization as a chain (or a network of chains) of interdependent functions, processes, departments or resources where a variety of inputs are transformed into a variety of products and services which when sold become throughput. .( Mahesh C. Gupta, 2008)*

buku teks memandang OM sebagai yang bertanggung jawab untuk mengelola proses mengubah input menjadi output. Ada peningkatan penekanan pada manajemen proses dan sifat lintas fungsi dari proses. TOC menekankan pada lintas fungsional dan sifat saling tergantung proses organisasi dengan melihat organisasi sebagai rantai (atau jaringan rantai) dari fungsi, proses, departemen yang saling tergantung atau sumber daya dimana berbagai input diubah menjadi berbagai produk dan layanan yang ketika dijual menjadi throughput.

*Although it is possible to view the production/operations function as a functional area with a distinct set of inputs and outputs, in the view of TOC the role of operations must be evaluated in the context of the whole organization. goes beyond other OM textbooks in developing a “business systems model” incorporating organization structure, business processes and management direction as a framework for discussing the use and impact of TOC concepts on the whole organization.( Mahesh C. Gupta, 2008)*

Meskipun dimungkinkan untuk melihat fungsi produksi / operasi sebagai area fungsional dengan serangkaian input dan keluaran, dalam pandangan TOC

peran operasi harus dievaluasi dalam konteks seluruh organisasi. melampaui buku teks OM lainnya dalam pengembangan "model sistem bisnis" yang menggabungkan struktur organisasi, proses bisnis dan arahan manajemen sebagai kerangka kerja untuk membahas penggunaan dan dampak TOC konsep di seluruh organisasi.

*We study OM for four reasons: (Heizer,2017)*

- 1. OM is one of the three major functions of any organization, and it is integrally related to all the other business functions. All organizations market (sell), finance (account), and produce (operate), and it is important to know how the OM activity functions. Therefore, we study how people organize themselves for productive enterprise.*
- 2. We study OM because we want to know how goods and services are produced. The production function is the segment of our society that creates the products and services we use.*

4 Alasan belajar OM:

1. OM adalah satu dari tiga fungsi utama organisasi dimanapun, dan ini terkait secara integral dengan semua fungsi bisnis lainnya. Semua organisasi memasarkan (menjual), membiayai (akun), dan memproduksi (beroperasi), dan penting untuk mengetahui bagaimana fungsi kegiatan OM. Oleh karena itu, kita mempelajari bagaimana orang mengatur diri mereka untuk usaha produktif. *(Heizer,2017)*
2. Keingintahuan terhadap bagaimana barang dan jasa di produksi. Fungsi produksi adalah segmen masyarakat kita yang menciptakan produk dan layanan yang kita gunakan. *(Heizer,2017)*
- 3. We study OM to understand what operations managers do. Regardless of your job in an organization, you can perform better if you understand what operations managers do. In addition, understanding OM will help you explore the numerous and lucrative career opportunities in the field.*

4. *We study OM because it is such a costly part of an organization. A large percentage of the revenue of most firms is spent in the OM function. Indeed, OM provides a major opportunity for an organization to improve its profitability and enhance its service to society. Example 1 considers how a firm might increase its profitability via the production function.*
3. Mempelajari OM untuk memahami apa yang dilakukan oleh manajer operasi. Terlepas dari pekerjaan dalam sebuah organisasi dapat berkinerja lebih baik jika memahami apa yang dilakukan oleh manajer operasi. Selain itu, pemahaman OM akan membantu mengeksplorasi banyak peluang karir yang menguntungkan di lapangan.
4. Mempelajari OM karena ini adalah bagian organisasi yang mahal. Sebagian besar pendapatan sebagian besar perusahaan dihabiskan dalam fungsi OM. Memang, OM memberikan kesempatan besar bagi sebuah organisasi untuk meningkatkan profitabilitas dan meningkatkan pelayanannya kepada masyarakat. Contoh 1 mempertimbangkan bagaimana perusahaan dapat meningkatkan profitabilitasnya melalui fungsi produksi.

Mempelajari manajemen operasi itu cukup penting karena salah satu fungsi utama dari organisasi dan manajemen operasi ini terkait dengan seluruh jajaran fungsi bisnis. Semua organisasi, terutama organisasi bisnis pasti tidak akan lepas yang namanya memasarkan (menjual), Membiayai (akun) dan Memproduksi (operasi), maka penting keberadaan manajemen operasi untuk kita bisa pahami dan pelajari agar bisnis dan usaha yang kita lakukan bisa produktif. Selain itu juga Jay Heizer dan Barry Render (2001;2), mengemukakan tentang manajemen operasional sebagai berikut :

“Manajemen operasi merupakan serangkaian kegiatan yang membuat barang dan jasa melalui perubahan dari masukan menjadi keluaran”. *Operations management (OM) is the set of activities that creates value in the form of goods and services by transforming inputs into outputs. Activities creating goods and services take place in all organizations (Heizer,2015).* Menurut Heizer,

Manajemen operasional adalah sebuah aktivitas yang menciptakan *value* atau nilai dalam bentuk barang dan jasa dengan cara mengubah *input* menjadi *output*. Aktivitas menciptakan barang dan jasa ini terjadi di semua organisasi.

Tabel II.1 10 Decision in OM

<b>10 Decision in OM</b>		
1.	<i>Product Design</i>	<i>To design and produce products and services with outstanding quality and inherent customer value.</i>
2.	<i>Quality Management</i>	<i>To attain the exceptional value that is consistent with our company mission and marketing objectives by close attention to design, supply chain, production, and field service opportunities.</i>
3.	<i>Process design</i>	<i>To determine, design, and develop the production process and equipment that will be compatible with low-cost product, high quality, and a good quality of work life.</i>
4.	<i>Location</i>	<i>To locate, design, and build efficient and economical facilities that will yield high value to the company, its employees, and the community.</i>
5.	<i>Layout design</i>	<i>To achieve, through skill, imagination, and resourcefulness in layout and work methods, production effectiveness and efficiency while supporting a high quality of work life.</i>

<b>10 Decision in OM</b>		
6.	<i>Human resources</i>	<i>To provide a good quality of work life, with well-designed, safe, rewarding jobs, stable employment, and equitable pay, in exchange for outstanding individual contribution from employees at all levels.</i>
7.	<i>Supply-chain management</i>	<i>To collaborate with suppliers to develop innovative products from stable, effective, and efficient sources of supply</i>
8.	<i>Inventory</i>	<i>To achieve low investment in inventory consistent with high customer service levels and high facility utilization.</i>
9.	<i>Scheduling</i>	<i>To achieve high levels of throughput and timely customer delivery through effective scheduling.</i>
10.	<i>Maintenance</i>	<i>To achieve high utilization of facilities and equipment by effective preventive maintenance and prompt repair of facilities and equipment</i>

Sumber: Jay Heizer, 2017

<b>10 Decision in OM (Parafrese)</b>		
1.	Desain Produk	Untuk merancang dan mendesain produk dan jasa dengan kualitas yang tinggi dan sesuai dengan nilai <i>customer</i> .

<b>10 Decision in OM (Parafrase)</b>		
2.	Manajemen Kualitas	Untuk mendapatkan nilai yang baik dan konsisten dengan misi perusahaan dan tujuan pemasaran dengan memperhatikan desain, produksi rantai pasok, dan kesempatan.
3.	Proses Desain	Untuk menentukan, mendesain, dan mengembangkan proses produksi dan peralatan yang sesuai dengan prinsip <i>low-cost</i> , kualitas tinggi, dan kehidupan kerja yang baik.
4.	Lokasi	Untuk menentukan lokasi dan membuat fasilitas yang ekonomis dan efisien sehingga dapat memberikan nilai yang tinggi bagi perusahaan, karyawan dan komunitas.
5.	Desain Tata Letak	Untuk mencapai denah dan metode kerja yang efisien dan efektif sehingga dapat menunjang kualitas kerja yang baik.
6.	Sumber Daya Manusia	Untuk memberikan kualitas hidup kerja yang baik, dengan pekerjaan yang dirancang dengan baik, aman, bermanfaat, pekerjaan yang stabil, dan gaji yang setara, dengan imbalan kontribusi individu yang luar biasa dari para karyawan di semua tingkat.
7.	Manajemen Rantai Pasok	Berkolaborasi dengan pemasok untuk mengembangkan produk inovatif dari sumber pasokan yang stabil, efektif, dan efisien

<b>10 Decision in OM (Parafrase)</b>		
8.	Inventori	Untuk mencapai investasi yang rendah dalam persediaan yang konsisten dengan tingkat layanan pelanggan yang tinggi dan pemanfaatan fasilitas yang tinggi.
9.	Penjadwalan	Untuk mencapai tingkat throughput yang tinggi dan pengiriman pelanggan tepat waktu melalui penjadwalan yang efektif.
10.	Maintenance	Untuk mencapai pemanfaatan sarana dan peralatan yang tinggi dengan pemeliharaan preventif yang efektif dan perbaikan sarana dan peralatan yang cepat

Sumber : Jay Heizer, 2017

### **II.3.2. Event Managemet**

Event sendiri bisa di artikan sebagai acara dengan tujuan tertentu, Menurut Gleen McCartney *Events are essentially an assembly or reunion of people for private or public celebration, ritual or remembrance.* Acara pada dasarnya adalah pertemuan atau reuni orang untuk perayaan pribadi atau publik, ritual atau peringatan (McCartney, 2010 ) dalam pelaksanaan *event* sendiri tak lepas dari *Event Management is multidisciplinary phenomenon involving marketign, catering, finance, security and risk management, logistic and human resource management, among other disciplines.* Manajemen Acara adalah fenomena multidisiplin yang melibatkan pemasaran, katering, keuangan, keamanan dan manajemen risiko, logistik dan manajemen sumber daya manusia, di antara disiplin ilmu lainnya. (McCartney, 2010 ).

Event Sendiri menurut Gleen McCartney terbagi-bagi berdasarkan tipenya,

Tabel II.2 Types of Events	
Event Type	Purpose
<i>Sports</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Competition between participants on land, air or Water</i></li> <li>• <i>Amateur or Profesional participation</i></li> <li>• <i>High involvement of event stakeholders such as participants, spectators, sponsor, media and the goverment</i></li> </ul>
<i>Cultural</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Various festivals based on religion, culture and local traditions</i></li> <li>• <i>Held at multiple settings such as museums, heritage sites, tample and churches, town and village squares, and open grasslands</i></li> </ul>
<i>Arts</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Concerts and performances used to showcase local or international paintings crafts, drawing, sculptures, dance, music, song and costumes</i></li> <li>• <i>Celebration event such as award ceremonies with a particular focus on art</i></li> </ul>
<i>Political</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Event hosted by national and state goverment</i></li> <li>• <i>Displays of military on the arts</i></li> </ul>
<i>MICE</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>The acronym MICE stand for meetings, incentive travel, conventions, and exhibitions</i></li> </ul>
<i>Recreational</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Fun sporting events or outings</i></li> <li>• <i>Social activities and games</i></li> </ul>
<i>Special</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Product launches</i></li> <li>• <i>Opening and Closing ceremonies</i></li> <li>• <i>Fund-rasing and charity events</i></li> </ul>
<i>Private</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Birthday, weddings, anniversaries, parties and social gatherings</i></li> </ul>

<b>Jenis-Jenis Acara</b>	
<b>Jenis Acara</b>	<b>Tujuan</b>
Olahraga	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Persaingan antara peserta di darat, udara atau Air</li> <li>• Partisipasi Amatir atau Profesional</li> <li>• Keterlibatan pemangku kepentingan acara yang tinggi seperti peserta, penonton, sponsor, media, dan pemerintah</li> </ul>
Budaya	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Berbagai festival berdasarkan agama, budaya, dan tradisi lokal</li> <li>• Diadakan di berbagai pengaturan seperti museum, situs warisan, tample dan gereja, alun-alun kota dan desa, dan padang rumput terbuka</li> </ul>
Kesenian	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Konser dan pertunjukan yang digunakan untuk memamerkan kerajinan lukisan, menggambar, patung, tari, musik, lagu dan kostum lokal atau internasional</li> <li>• Acara perayaan seperti upacara penghargaan dengan fokus khusus pada seni</li> </ul>
Politik	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Acara yang diselenggarakan oleh pemerintah nasional dan negara bagian</li> <li>• Menampilkan militer pada seni</li> </ul>
MICE	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Singkatan singkatan MICE untuk pertemuan, perjalanan insentif, konvensi, dan pameran</li> </ul>

Jenis Acara	Tujuan
Rekreasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Acara atau acara olahraga yang menyenangkan</li> <li>• Kegiatan dan permainan sosial</li> </ul>
khusus	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Peluncuran produk</li> <li>• Upacara Pembukaan dan Penutupan</li> <li>• Acara penggalangan dana dan amal</li> </ul>
Pribadi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ulang tahun, pernikahan, peringatan, pesta, dan pertemuan sosial</li> </ul>

Sumber : McCartney, 2010

Pengertian tentang Acara Juga didukung oleh Dr Razaq Raj, dikutip didalam buku yang berjudul *Event Management Principles & Practice*. Dalam buku itu ditulis bahwa “*Event Management is the Capability and control of the process of purpose, people and place*”. Manajemen Acara adalah Kemampuan dan kontrol dari proses tujuan, orang dan tempat (Raj, 2013).

Menurut Abdullah (2009), berdasarkan ukuran dan skala event dibagi menjadi tiga jenis, yaitu: mega event, medium event dan mini event. Penjelasan ketiga event tersebut adalah sebagai berikut:

1. **Mega Event**. Adalah event yang merujuk pada kriteria diikuti pengunjung internasional, regional setidaknya lima negara, pengunjung dalam jumlah total keseluruhan berdasarkan total durasi (lama) kegiatan lebih dari satu juta orang pengunjung, investasi yang lebih besar,. Seperti Olimpiade
2. **Medium Event**. Adalah event dengan kegiatan event menengah yang dikunjungi antara seratus ribu orang sampai dengan satu juta orang pengunjung, berdampak secara nasional.
3. **Mini Event**. Adalah event dengan kegiatan yang diikuti oleh kurang dari seratus ribu orang pengunjung dan bersifat lokal.

### **II.3.3. Event Orginezer**

*Event Orginezer*, atau yang sering disebut otak dalam suatu acara, Terdiri dari 2 bahasa inggris yaitu event dan organizer. Dimana Event itu artinya Acara, Sedangkan Organizer itu Pengatur. Dengan pengetahuan harfiahnya adalah Sekumpulan orang yang mengatur acara. Acara-acara tersebut di selenggarakan oleh perusahaan yang bersangkutan, namun semua pelaksanaannya dilakukan oleh sebuah penyedia jasa acara yang sering disebut event organizer atau EO

Menurut pakar manajemen Rhenald Kasali, bahwa Event Organizer adalah bisnis yang menerapkan konsep manajemen secara berkesinambungan dan konsisten dalam mengeksplorasi dunia entertainment sedalam-dalamnya. Yang dibangun dari sebuah tim yang mencatat setiap detail dari proses memilih acara, mengemas acara, memenuhi pembayaran, mengurus perizinan, meyakinkan keamanan pelaksanaan,

Banyak perusahaan eo yang ada, menurut jenis acara yang diadakan eo dapat dibagi menjadi :

- *One Stop Service Agency*: E.O. besar yang mampu menyelenggarakan berbagai jenis acara hingga skala internasional sekalipun.
- MICE : Kependekan dari (*Meeting, Incentive, Convention, Exhibition*). E.O. yang khusus bergerak di bidang penyelenggaraan acara berbentuk pertemuan.
- *Brand Activation* ; adalah EO yang secara spesifik membantu client-nya untuk mempromosikan dalam rangka peningkatan penjualan, peningkatan pengenalan merk di kalangan konsumen, dengan berinteraksi langsung ke target marketnya.
- Musik dan Hiburan: E.O. yang memiliki spesialisasi di bidang hiburan terutama musik.
- Penyelenggara Pernikahan: E.O. yang mengkhususkan diri membantu klien mengadakan pesta pernikahan.
- Penyelenggara Ulang Tahun: E.O. yang ahli membuat pesta ulang tahun termasuk untuk anak-anak.