

BAB III

METODOLOGI PERANCANGAN KARYA

3.1 Tahapan Pembuatan

Tahapan pembuatan mencakup metode dan langkah-langkah sistematis yang dilakukan oleh penulis untuk menghasilkan sebuah karya atau menyelenggarakan *event*. Proses ini melibatkan pengumpulan data, perencanaan, rencana anggaran, dan target luaran. Setiap tahapan dijelaskan secara rinci dalam sub-bab ini untuk memberikan gambaran jelas mengenai proses pembuatan dan perancangan karya.

3.1.1 Metode Pengumpulan Data

A. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber peneliti, tanpa perantara atau melalui pihak lain yang telah mengolahnya. Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data primer meliputi wawancara, survey, atau *focus group discussion* (Fadila & Wulandari, 2023). Dalam karya ini, pengumpulan data primer yang dilakukan oleh penulis melalui wawancara bersama Anis Faisal Reza selaku ketua GMLS serta komunitas pedagang keliling yaitu ZIPAC (*ZeZak Insan Pedagang Community*) dan PKC (*Pedagang Keliling Community*). Tujuan dari wawancara tersebut adalah untuk mendapatkan informasi valid dan spesifik mengenai identifikasi masalah yang dihadapi oleh komunitas pedagang keliling dalam menjalankan usaha mereka.

B. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang sudah dikumpulkan oleh orang lain atau data yang sudah ada sebelumnya. Sumber data sekunder dapat bersifat resmi seperti Biro Pusat Statistik, maupun tidak resmi seperti buku atau jurnal (Fadila & Wulandari, 2023). Penggunaan data sekunder yang dilakukan penulis dengan mencari informasi tambahan untuk referensi

karya dalam bentuk jurnal, artikel, buku, dan *website* untuk mendukung penulisan laporan karya ini. Selain itu, penulis juga mengumpulkan data sekunder melalui observasi lapangan untuk memahami situasi dan kondisi secara langsung serta melengkapi data primer yang telah diperoleh.

3.1.2 Metode Perancangan Karya

Dalam merancang karya, riset yang dilakukan penulis dibantu oleh Anis Faisal Reza selaku ketua GMLS untuk mencari informasi terkait komunitas pedagang keliling. Anis Faisal Reza sendiri mengatakan untuk bertanya kepada Anastasia Sekar selaku mahasiswa *Humanity Project batch 4* terkait komunitas pedagang yang pernah berpartisipasi dalam kegiatan pedagang siaga *batch 4*. Setelah itu, Anastasia Sekar membantu penyelenggara *event Niskala Project* untuk terhubung dengan para ketua komunitas pedagang keliling yaitu ZIPAC dan PKC. Tim penyelenggara *event* menghubungi ketua komunitas tersebut melalui kontak Whatsapp yang diberikan oleh Anastasia Sekar.

Dalam proses ini, kami mengajak para ketua komunitas pedagang bertemu langsung dan berdiskusi untuk menganalisis kebutuhan dan masalah yang dihadapi. Wawancara yang dilakukan dengan mendatangi langsung ke tempat di mana ketua ZIPAC dan PKC berjualan. Disekitar area berjualan tersebut, terdapat juga pedagang lainnya yang sedang berjualan, sehingga kami melakukan wawancara ke beberapa pedagang lain sembari membeli jajanan untuk memiliki kesempatan berbincang-bincang.

Berdasarkan hasil wawancara, pedagang keliling menghadapi beberapa kesamaan permasalahan yang signifikan. Permasalahan tersebut mencakup pengelolaan bisnis yang kurang optimal, kesulitan dalam manajemen keuangan, serta kurangnya hubungan yang kuat antara sesama pedagang. Pertama, mereka seringkali tidak teratur dalam berjualan dan bersaing harga dengan cara yang kurang efektif. Kedua, banyak dari mereka kesulitan dalam mengatur keuangan,

terutama dalam pengalokasian dana. Kemudian, kurangnya kolaborasi antar pelaku usaha menjadi faktor penghambat pertumbuhan usaha, misalnya keirian terhadap pedagang lain yang lebih laku dari usahanya.

Dari permasalahan tersebut, penulis bersama tim penyelenggara *event* sepakat membentuk sebuah *event* bernama *Niskala Project* untuk memenuhi kebutuhan spesifik para pedagang mikro mulai dari memperbaiki strategi bisnis, pengaturan keuangan yang benar, dan memperluas jaringan dalam berbisnis. *Niskala Project* akan dirancang dalam bentuk *workshop* dan sesi *networking*. Masing-masing anggota memiliki tanggung jawab yang berbeda. Penulis bertanggung jawab dalam *workshop fundamental* bisnis, Gloria bertanggung jawab dalam pengelolaan keuangan, dan Nicolas memimpin dalam sesi *networking*. *Event* yang dipegang oleh penulis berfokus pada dasar-dasar dalam merencanakan taktik bisnis yang benar dan mengajak para pedagang mikro untuk memiliki visi misi yang jelas dalam usaha mereka akan jangka panjang yang ingin dicapai.

Dalam hal ini, *event* berupa *workshop* yang dilakukan oleh penulis menggunakan tahapan Shone & Parry (2019), sehingga perancangan karya ini dibuat sesuai dengan referensi buku tersebut melalui beberapa tahapan manajemen *event* yang meliputi *objective*, *planning*, *preparing*, *implementing* dan *evaluation*. Namun, pembahasan pada bab ini hanya mencakup 3 dari 5 tahapan manajemen *event*, yaitu *objectives*, *planning*, dan *preparing*. Hal ini dikarenakan ketiga tahapan tersebut merupakan aspek utama dalam metode perancangan karya, sedangkan tahap pelaksanaan (*implementing*) dan evaluasi (*divestment/legacy*) dibahas pada bab 4.

3.1.2.1 Objective and Getting Started

Berdasarkan penjelasan Shone & Parry (2019), tahapan awal dalam manajemen *event* adalah menentukan tujuan dan memulai. Dalam menentukan *event* yang diselenggarakan, penulis melihat karya yang telah dilaksanakan MBKM *Humanity Project Batch 4*, dengan ketua Joshua Steven Yawan. Kegiatan yang

diadakan oleh Joshua Steven Yawan adalah “Niskala Camp 2024” yang dikemas dalam bentuk kemah 3 hari 2 malam dengan konsep *entrepreneurship bootcamp* untuk menyadarkan remaja pentingnya mengembangkan bisnis di Desa Panggarangan demi menciptakan wilayah yang lebih resiliensi. Berdasarkan hasil perbincangan penulis dengan Joshua Steven Yawan, beliau memberikan beberapa saran dan masukan apabila ingin melanjutkan Niskala seperti perbedaan target dan materi yang disampaikan. Sehingga, penyelenggara *event* saat ini memperbarui “Niskala Camp” dengan “Niskala *Project*” sebagai bentuk kegiatan keberlanjutan, namun dengan konsep yang berbeda. Mulai dari sini, penyelenggara *event* telah menyimpulkan tujuan sementara dilaksanakan Niskala *Project* dan membentuk tiga rangkaian *event* seperti *workshop fundamental* bisnis, *workshop* pengelolaan keuangan, dan sesi *networking*.

Dalam melakukan riset awal untuk menetapkan konsep *event* diperlukan analisis mendalam terhadap berbagai faktor yang menjadi dasar pembentukan konsep tersebut. Penulis menggunakan pendekatan 5W+1H sebagai kerangka kerja yang sistematis untuk mengidentifikasi elemen-elemen utama suatu *event*. Dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan terkait apa, siapa, di mana, kapan, mengapa, dan bagaimana, penulis dapat menyusun konsep acara yang relevan, terukur, dan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai.

Pertanyaan tersebut dapat membantu penulis dalam merumuskan dan merencanakan setiap aspek penting dalam *event*, sehingga menjadikan *event* lebih terstruktur. Dengan menjawab 5W+1H, tujuan *event* akan menjadi lebih jelas dan penyelenggaraan menjadi lebih terarah.

1) *Who*

- Siapa saja pihak yang akan terlibat dalam penyelenggaraan *workshop* ini?
Gugus Mitigasi Lebak Selatan, Universitas Multimedia Nusantara, panitia dan mahasiswa *humanity project batch 5*.
- “Siapa target peserta dalam *workshop* ini?”

Pedagang mikro atau pedagang keliling di Lebak Selatan khususnya Desa Panggarangan dengan rentang usia 25-45 tahun.

2) Where

- “Dimana *workshop* fundamental bisnis akan diselenggarakan?”
Pendopo Villa Hejo Kiarapayung, Desa Panggarangan, Lebak, Banten.
- “Dimana para pedagang keliling mendapatkan informasi kegiatan *workshop* fundamental bisnis?”
Media sosial Instagram Niskala *Project* dan Whatsapp yang disebarluaskan oleh ketua ZIPAC dan PKC melalui grup komunitas mereka.

3) What

- “Apa tujuan dari pelaksanaan *workshop fundamental* bisnis?
Memberikan dukungan langsung kepada pelaku usaha mikro untuk memperkuat kapasitas mereka dalam mengelola bisnis dengan baik.
- “Apa dampak positif yang diharapkan dari pemaparan materi *workshop* terhadap bisnis mereka?”
Peserta diharapkan mampu memahami materi yang disampaikan berupa dasar-dasar pengelolaan bisnis dan mampu merencanakan pertumbuhan usaha secara bertahap.

4) Why

- “Mengapa *workshop* fundamental bisnis menjadi kegiatan yang efektif untuk memberikan solusi permasalahan para pedagang mikro?”
Karena *workshop* ini akan menghadirkan narasumber ahli dan berpengalaman dalam bidang bisnis dengan menyampaikan rancangan strategi bisnis yang efektif agar usaha mereka dapat berkembang secara perlahan.

5) When

- “Kapan *workshop* akan diselenggarakan?”
30 November 2024

6) *How*

- “Bagaimana proses seleksi peserta dalam kegiatan Niskala *Project* untuk mengikuti *workshop* fundamental bisnis?”

Kurasi peserta dilakukan saat *pre-event* dengan mengisi formulir yang berisi biodata, permasalahan yang dihadapi, dan harapan.

Berdasarkan hal ini, penulis telah menentukan tujuan utama diadakan *workshop fundamental* bisnis sesuai dengan riset yang ada. Melalui diskusi bersama tim, kami merancang *workshop* ini dalam rangkaian Niskala *Project* untuk mengembangkan resiliensi ekonomi, khususnya bagi para pedagang mikro. Dengan menyajikan materi-materi bermanfaat yang akan disampaikan oleh narasumber ahli di bidangnya, penulis berharap program ini dapat meningkatkan keterampilan bisnis para pelaku usaha mikro. Melalui *workshop fundamental* bisnis, penulis ingin meningkatkan kesadaran pedagang tentang pentingnya taktik dalam berbisnis dan ingin membantu para pelaku usaha agar tidak mengalami stagnasi dalam perkembangan bisnis mereka.

Setelah menetapkan tujuan melalui pendekatan 5W + 1H, terdapat proses *screening* yang merupakan tahapan untuk menyaring ide-ide apakah layak digunakan atau tidak dan memiliki potensi untuk memenuhi tujuan *event*. Terdapat tiga aspek *screening* proses, diantaranya:

1) *The Marketing Screen*

Pada *the marketing screen*, penyelenggara *event* melakukan riset lapangan terlebih dahulu untuk memastikan target audiens dan strategi pemasaran yang tepat agar perencanaan pemasaran terstruktur. Tim penyelenggara *event* mengunjungi langsung ketua ZIPAC dan PKC ke lokasi mereka berjualan, penulis melihat banyak pedagang dominan pria dengan usia 25-45 tahun. Sehingga, target pasar ditentukan berdasarkan hasil observasi penulis. Dari hasil diskusi bersama ketua komunitas pedagang keliling ZIPAC dan PKC, sebagian besar pedagang adalah

lulusan SMP-SMA yang memiliki kecenderungan bekerja dengan waktu yang tidak konsisten dan tidak memiliki visi misi dalam berdagang.



Gambar 3.1 Riset Ketua Komunitas Pedagang Keliling

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2024)

Seperti yang terlihat pada Gambar 3.1 penulis bersama tim penyelenggara *event* melakukan pertemuan dengan Asep Suspendi selaku ketua komunitas pedagang keliling ZIPAC. Dari hasil wawancara yang didapat, penulis mengidentifikasi bahwa hanya sedikit pedagang keliling yang aktif menggunakan media sosial, mereka lebih cenderung menggunakan WhatsApp untuk mendapatkan informasi. Masing-masing komunitas, baik ZIPAC maupun PKC, memiliki grup WhatsApp sebagai media komunikasi dan informasi. Oleh karena itu, tim penyelenggara *event* memutuskan untuk menggunakan WhatsApp sebagai

media utama promosi Niskala *Project*, sementara media sosial akan dimanfaatkan untuk memperluas jangkauan promosi dan publikasi *event*.

2) *The Operation Screen*

Dalam tahapan ini, penulis mempertimbangkan berbagai faktor kebutuhan operasional yang mempengaruhi pelaksanaan *event*. Tim penyelenggara *event* berdiskusi dan menetapkan kebutuhan operasional yang diperlukan pada saat Niskala *Project* berlangsung seperti lokasi, panitia, materi pemaparan, narasumber, logistik, dan konsumsi. Semua kebutuhan ini penting untuk memastikan *event* dapat berjalan dengan lancar. Selain itu, tim juga menyusun jadwal kerja dan pembagian tugas untuk memastikan setiap elemen dapat berjalan sesuai rencana.

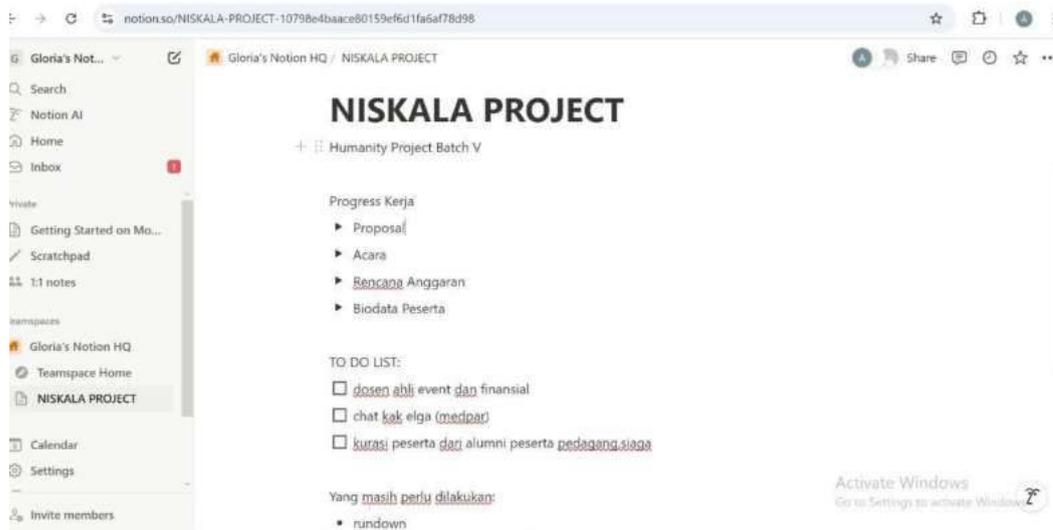
3) *The Financial Screen*

Proses ini mencakup aspek *financial screening* untuk memenuhi kebutuhan *event*. Tim penyelenggara *event* melakukan *brainstorming* dan menyepakati bahwa *event* ini bersifat non-profit, sehingga tidak ada strategi khusus untuk memperoleh keuntungan dari kegiatan ini. Berdasarkan diskusi lebih lanjut, Niskala *Project* memerlukan biaya yang cukup tinggi, terutama mengingat hanya dilaksanakan oleh tiga orang anggota. Oleh karena itu, tim penyelenggara *event* sepakat untuk menggunakan dana pribadi dan membuat tabungan *project* bersama sebagai bentuk cicilan. Tim penyelenggara juga menyusun Rancangan Anggaran Biaya (RAB) sebagai estimasi kasar biaya yang dibutuhkan sesuai dengan kebutuhan yang telah diidentifikasi. Total RAB yang telah dirancang akan dibagi rata oleh ketiga anggota sesuai dengan kesepakatan bersama.

3.1.2.2 *Systematic Detailed Planning*

Pada tahap ini, penulis merencanakan kegiatan dengan tidak bergerak sendiri, di mana hasil keputusan rancangan *event* menjadi keputusan setim.

Perencanaan tim dicatat menggunakan *website* notion dan via *group chat* untuk membahas kebutuhan dan *to do list* yang akan dilakukan. Notion ini merupakan hasil dari diskusi ketiga anggota penyelenggara Niskala *Project*.



Gambar 3.2 Notes Niskala Project

Sumber: Data Penulis (2024)

Penulis bersama tim penyelenggara melakukan diskusi melalui *zoom meeting*, grup diskusi, maupun tatap muka untuk mengidentifikasi perencanaan yang diperlukan mulai dari *pre-event* hingga *event* besar berlangsung. Perencanaan yang dibahas mencakup beberapa aspek, yaitu *marketing planning* dengan menentukan target *market* dan *media list*; *operational planning* yang meliputi tempat, waktu, narasumber, logistik dan sebagainya; serta *financial planning*. Perencanaan tersebut dilakukan jauh-jauh hari sejak satu bulan sebelum hari pelaksanaan. Setiap anggota Niskala *Project* memiliki tanggung jawab masing-masing untuk melaksanakan rencana tersebut. Misalnya, Nicolas bertanggung jawab untuk *approach* ketua komunitas pedagang, Gloria menghubungi narasumber, dan penulis melakukan *list* daftar media serta souvenir. Namun, terdapat juga beberapa perencanaan yang dikerjakan secara bersama, seperti pembuatan proposal dan RAB.

3.1.2.3 Organizing and Preparing the Event

Dalam tahapan ini, tim penyelenggaraan *event* Niskala *Project* membahas persiapan yang perlu dilakukan sebelum *event* berlangsung, seperti mengelola, mengatur, dan mengkoordinasi keseluruhan *event*. Untuk mendukung persiapan *event*, dibutuhkan kepanitiaan yang akan menjalankan kegiatan pada hari pelaksanaan diantaranya logistik, dokumentasi, dan publikasi. Divisi tersebut akan bekerjasama selama *pre-event* hingga pelaksanaan *event*. Penyelenggara *event* juga telah berdiskusi mengenai persiapan lain yang akan diperlukan meliputi *pre-registration*, *operational activities*, serta *rehearsal and briefing*.

3.2. Rencana Anggaran

Dalam menyelenggarakan Niskala *Project*, diperlukan Rencana Anggaran Biaya untuk mempersiapkan keberlangsungan *event*. Terdapat dua rencana anggaran yaitu general dan pribadi. Rencana anggaran general atau umum merupakan biaya perlengkapan yang dibutuhkan untuk keseluruhan *event* Niskala *Project*. Anggaran ini disusun secara kolaboratif oleh tim penyelenggara dengan mencakup seluruh pengeluaran, mulai dari tahap persiapan hingga pelaksanaan. Sementara itu, anggaran untuk *event* penulis sendiri termasuk dalam anggaran pribadi, dengan biaya yang telah dibagi tiga bersama anggota Niskala *Project*.

Tabel 3.1 Rencana Anggaran *Event* Keseluruhan

KEGIATAN	DESKRIPSI	JUMLAH	HARGA SATUAN	HARGA TOTAL
Acara	Sewa Pendopo dan <i>Sound System</i>	1	Rp300,000	Rp300,000
	Plastik Sampah	4	Rp15,000	Rp60,000
	<i>Banner</i>	2	Rp200,000	Rp400,000
	<i>Fee</i> Narasumber	2	Rp1,000,000	Rp2,000,000

	Transport Narasumber	2	Rp400,000	Rp800,000
	Penginapan Narasumber	2	Rp175,000	Rp350,000
	Petugas Kebersihan	1	Rp150,000	Rp150,000
Souvenir	Tumbler	10	Rp50,000	Rp500,000
	Buku dan Pulpen	10	Rp50,000	Rp500,000
	Kaos	10	Rp100,000	Rp1,000,000
	Sertifikat	10	Rp4,000	Rp40,000
Konsumsi	<i>Snack Box</i>	45	Rp10,000	Rp450,000
	Teh dan Kopi	20	Rp8,000	Rp160,000
	Makan Siang	20	Rp25,000	Rp500,000
	Air Mineral Gelas	5	Rp38,000	Rp190,000
Dana Darurat		Rp3,000,000		
TOTAL BIAYA				Rp10,400,000

Tabel 3.2 Rencana Anggaran *Event* Pribadi

KEGIATAN	DESKRIPSI	JUMLAH	HARGA SATUAN	PENGELUARAN PRIBADI
Acara	Sewa Pendopo dan <i>Sound System</i>	1	Rp300,000	Rp100,000
	Plastik Sampah	1	Rp15,000	Rp15,000
	<i>Banner</i>	2	Rp200,000	Rp66,000
	<i>Fee</i> Narasumber	1	Rp1,000,000	Rp1,000,000
	Transport Narasumber	1	Rp400,000	Rp400,000
	Penginapan Narasumber	1	Rp175,000	Rp175,000
	Petugas Kebersihan	1	Rp150,000	Rp50,000
	Tumbler	10	Rp50,000	Rp166,000
	Buku dan Pulpen	10	Rp50,000	Rp166,000
	Kaos	10	Rp100,000	Rp33,000

Souvenir	Sertifikat	10	Rp4,000	Rp13,000
Konsumsi	<i>Snack Box</i>	45	Rp10,000	Rp150,000
	Teh dan Kopi	20	Rp8,000	Rp53,000
	Makan Siang	20	Rp25,000	Rp166,000
	Air Mineral Gelas	5	Rp38.000	Rp63,000
Dana Darurat		Rp1,000,000		
TOTAL BIAYA				Rp3,616,000

3.3. Target Luaran/Publikasi/HKI

Berdasarkan metodologi pelaksanaan karya yang telah diuraikan, target luaran/publikasi yang akan dihasilkan dari *event* “Niskala Project” adalah materi promosi *event* yang disebar di media sosial Instagram @niskalaproject_, logo dan identitas *event*, *collateral event items* berupa *banner*, *waist bag*, *flyer* digital, stiker, dan infografis, serta *press release* yang disebar di berbagai media lokal maupun eksternal untuk dipublikasikan.

Niskala *project* akan didokumentasikan dan dipublikasikan ke media Instagram @niskalaproject_ dan Instagram @gugusmitigasibaksel serta *website* gmls.org sebagai *owned* media. Setelah *event* berlangsung, penulis bersama tim penyelenggara *event* membuat kompilasi video, *behind the scene*, dan video *case study* yang akan diunggah melalui media sosial Instagram @niskalaproject_ yang berkolaborasi dengan instagram @gugusmitigasibaksel.