

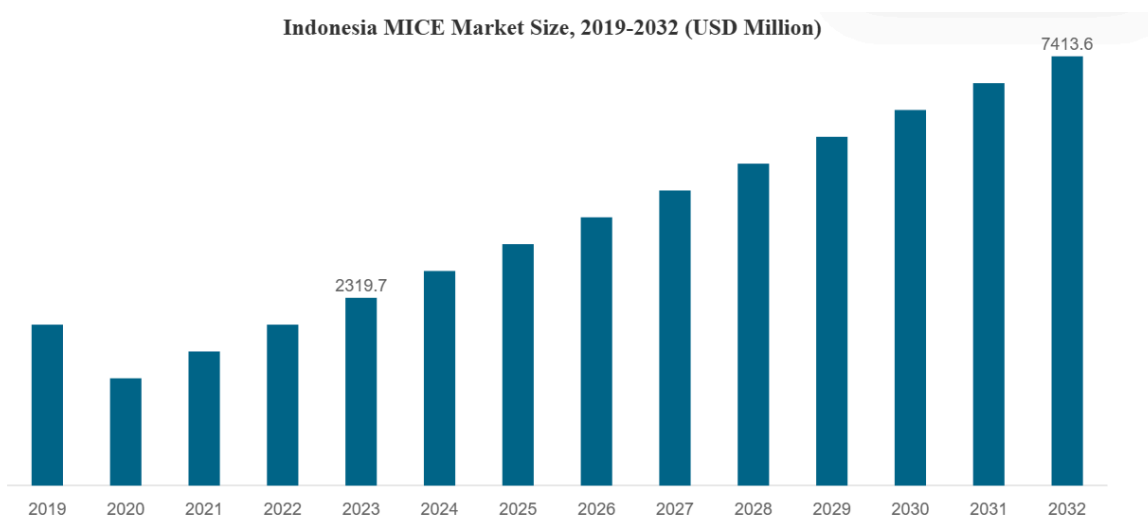
BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Industri MICE (*Meetings, Incentives, Conventions, and Exhibitions*) telah tumbuh menjadi salah satu sektor penting dalam perekonomian Indonesia. Sebagai bagian dari ekonomi kreatif, MICE memainkan peran besar dalam mendorong perputaran ekonomi melalui penyelenggaraan acara berskala nasional hingga internasional. Kontribusi sektor MICE bahkan disebut-sebut sebagai penopang utama pariwisata berbasis bisnis (*business tourism*). Menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia (Kemenparekraf), MICE memberikan nilai tambah yang lebih tinggi dibandingkan pariwisata konvensional. Hal ini disebabkan oleh karakteristik peserta yang umumnya memiliki daya beli lebih tinggi, durasi tinggal yang lebih lama, serta kemampuannya memicu efek berantai (*multiplier effect*) terhadap sektor-sektor lain seperti perhotelan, transportasi, kuliner, hingga teknologi. (Kemenparekraf, n.d.)

Berdasarkan data dari *Event Industry Council*, industri MICE Indonesia menyumbang US\$7,8 miliar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional pada tahun 2017 dan menciptakan lebih dari 278.000 lapangan pekerjaan. Angka ini menunjukkan bahwa MICE memiliki dampak ekonomi yang nyata dan signifikan. Sedangkan data yang diberikan oleh sektor ekonomi kreatif, subsektor MICE yang secara keseluruhan menyumbang sekitar 7,44% terhadap PDB nasional pada 2021 (BPS, 2022). Hal tersebut menunjukkan sektor MICE menempati posisi penting dalam proporsi tersebut.



Gambar 1.1 www.astuteanalytica.com

Laporan Astute Analytica memperkirakan bahwa nilai pasar MICE Indonesia akan mencapai US\$7,41 miliar pada tahun 2032 dengan tingkat pertumbuhan tahunan majemuk (CAGR) sebesar 13,78% selama periode 2024–2032. Pertumbuhan ini dipicu karena adanya peningkatan minat terhadap event bisnis, konferensi, dan pameran teknologi. Selain itu, adanya dukungan dari infrastruktur dan kebijakan pemerintah yang mengarahkan Indonesia menjadi pusat kegiatan internasional di Asia Tenggara.

Angka-angka yang menggambarkan pertumbuhan dan kontribusi ekonomi tersebut tidak boleh diasumsikan bahwa keberhasilan industri MICE hanya bergantung pada event organizer (EO). Dalam praktiknya, keberhasilan suatu acara merupakan hasil kolaborasi beberapa pihak mulai dari kementerian dan dinas pemerintah daerah, asosiasi industri, sponsor korporat, pelaku UMKM, vendor teknis, media, hingga komunitas lokal. Oleh karena itu, posisi EO harus dilihat secara proporsional bukan sebagai satu-satunya penggerak, tetapi sebagai salah satu faktor yang memungkinkan koordinasi dan eksekusi kegiatan secara profesional.

Saat ini banyak organisasi seperti universitas, start-up, dan non-profit organization yang mampu menyelenggarakan event skala besar tanpa menggunakan jasa EO formal. Fenomena ini menunjukkan adanya efisiensi dan potensi penghematan anggaran yang signifikan. Namun demikian, kompleksitas acara meningkat baik dari segi skala, jumlah peserta, ekspektasi stakeholder, maupun aspek teknis, kebutuhan akan profesionalisasi, manajemen risiko, dan akuntabilitas menjadi lebih mendesak. Maka dari itu, kehadiran EO menjadi salah satu keputusan yang strategis. Hal tersebut menggambarkan keterlibatan EO bersifat kontekstual, bukan absolut.

Untuk memahami secara konkret bagaimana EO beroperasi dan memberikan nilai tambah, studi kasus terhadap perusahaan penyelenggara event besar menjadi relevan. PT Dyandra Promosindo merupakan salah satu EO terbesar di Indonesia yang telah berhasil mengelola berbagai event berskala nasional maupun internasional. Beberapa acara yang diselenggarakan seperti Indonesia International Motor Show (IIMS), Indonesia International Furniture Expo (IFEX), Indonesian Petroleum Association (IPA), International Franchise, License And Business Concept Expo And Conference (IFRA). PT Dyandra Promosindo dipilih sebagai karena memiliki portofolio yang konsisten dengan pengalaman lebih dari dua dekade, serta struktur organisasi yang mencerminkan profesionalisme EO modern. Perusahaan ini tidak hanya menangani aspek teknis seperti logistik dan dekorasi, tetapi juga memiliki divisi perencanaan strategis, pemasaran, sponsorship, hingga keuangan.

Menggunakan keberhasilan event-event besar seperti IIMS sebagai satu-satunya indikator kualitas EO memiliki risiko bias seleksi (cherry-picking). Tidak semua event yang dikelola EO besar secara otomatis sukses, dimana sebagian acara justru mengalami pembengkakan anggaran yang tidak terkendali, kekacauan dalam manajemen operasional, hingga kritik tajam dari para peserta terkait pelaksanaan teknis yang kurang optimal. Menurut laporan dari Event Industry Council, sekitar 30% dari semua acara mengalami masalah anggaran

yang signifikan, yang menunjukkan bahwa pengelolaan keuangan yang buruk dapat berdampak langsung pada reputasi dan keberhasilan acara (Event Industry Council, 2021). Oleh karena itu, evaluasi kinerja EO harus dilakukan secara objektif dan komprehensif, dengan menelaah aspek fundamental yang menjadi fondasi keberlanjutan organisasi, yakni pengelolaan keuangan. Di sinilah letak urgensi dan peran sentral divisi keuangan. Dalam industri MICE yang berisiko tinggi dinamika perencanaan anggaran yang cepat berubah, fluktuasi vendor dan sponsor, serta tuntutan ekspektasi klien yang sangat tinggi, keterampilan divisi keuangan dalam mengelola dana secara transparan, akurat, dan efektif menjadi penentu utama kelangsungan dan kesuksesan operasional EO.

Divisi keuangan tidak sekadar bertugas mencatat transaksi keuangan, tetapi juga menjalankan fungsi strategis yang mendalam. Pertama, divisi ini harus mampu menyusun anggaran yang realistis dan terstruktur, yang tidak hanya menjadi acuan pembelanjaan, tetapi juga alat kontrol risiko untuk mencegah pembengkakan biaya yang tidak terduga. Menurut penelitian yang dilakukan oleh MPI (Meeting Professionals International), 60% dari para profesional MICE menyatakan bahwa pengelolaan anggaran yang baik adalah kunci untuk mencapai kesuksesan acara (MPI, 2020). Fungsi pengendalian biaya dilakukan dengan menganalisis setiap pos pengeluaran secara cermat serta mengawasi alur persetujuan pengeluaran agar tidak terjadi pemborosan atau penyalahgunaan dana. Hal ini sangat vital mengingat seringkali besar kecilnya margin keuntungan EO bergantung pada ketatnya pengelolaan biaya.

Di dalam struktur divisi keuangan, salah satu sub-divisi yang memegang peranan penting namun sering kali kurang disorot adalah divisi Account Receivable (AR). Divisi ini bertanggung jawab dalam memastikan bahwa setiap pemasukan dari klien, sponsor, dan pihak ketiga yang terlibat dalam penyelenggaraan event dapat tercatat dan diterima secara tepat waktu dan akurat. Dalam konteks industri MICE yang melibatkan banyak transaksi kredit, invoice, dan kesepakatan pembayaran pasca-event, sistem data onsite serta mekanisme

filing dokumen yang rapi menjadi sangat krusial. Divisi AR bukan hanya berfungsi sebagai unit administratif, tetapi juga sebagai pengaman arus kas yang langsung memengaruhi keberlanjutan operasional perusahaan. Di PT Dyandra Promosindo, penerapan sistem data onsite dan pengelolaan dokumen AR secara sistematis mendukung proses rekonsiliasi keuangan, validasi invoice, serta pengendalian risiko piutang tak tertagih. Maka dari itu, pemahaman terhadap mekanisme kerja divisi AR menjadi penting untuk menggambarkan bagaimana pengelolaan finansial yang terstruktur dapat memperkuat kredibilitas dan efisiensi operasional event organizer dalam ekosistem MICE yang sangat dinamis.

Selain itu, divisi keuangan bertanggung jawab menjaga transparansi dan akuntabilitas keuangan dengan menerapkan sistem pencatatan yang rapi dan audit internal yang rutin. Praktik ini amat penting dalam mempertahankan kepercayaan para sponsor dan vendor pilar fundamental yang menjadi sumber pendanaan dan relasi strategis dalam setiap kegiatan EO. Menurut laporan dari PwC, 70% sponsor menyatakan bahwa transparansi dalam pengelolaan keuangan adalah faktor utama dalam memilih untuk berinvestasi dalam suatu acara (PwC, 2021). Kepercayaan ini memastikan hubungan yang berkelanjutan dan stabil sehingga memungkinkan EO untuk terus mengembangkan bisnis tanpa terkendala masalah finansial atau reputasi.

Lebih jauh lagi, divisi keuangan berfungsi sebagai pusat informasi finansial yang mendukung pengambilan keputusan strategis dalam organisasi. Ketika divisi ini mampu menyediakan data analitik keuangan yang komprehensif dan tepat waktu, tim lain seperti pemasaran dan operasional dapat menyusun strategi yang lebih efektif dan efisien. Contohnya, rekomendasi peningkatan anggaran pemasaran berdasarkan analisis potensi return on investment (ROI) dapat membantu menarik lebih banyak peserta sekaligus menjaga kesehatan keuangan EO. Oleh karena itu, divisi keuangan harus dipandang sebagai mitra strategis yang integral, bukan sekadar unit administratif.

Tugas divisi keuangan juga mencakup kemampuan mitigasi risiko finansial melalui prosedur validasi kontrak vendor dan monitoring kepatuhan terhadap standar akuntansi dan regulasi yang berlaku. Mengingat kompleksitas transaksi dan kepentingan banyak pihak dalam MICE, fungsi ini tidak hanya mencegah potensi kerugian ekonomi tetapi juga menjaga kredibilitas organisasi di mata otoritas dan publik. Menurut laporan dari Global Business Travel Association (GBTA), 40% dari perusahaan yang tidak memiliki sistem pengelolaan keuangan yang baik mengalami kesulitan dalam memenuhi kewajiban finansial mereka (GBTA, 2022).

Secara menyeluruh, divisi keuangan berperan sebagai fondasi solid di balik keberhasilan dan keberlanjutan EO. Keberadaannya memungkinkan EO untuk tidak hanya mengeksekusi acara secara teknis, tetapi juga mengelola sumber daya keuangan dengan integritas dan profesionalisme tinggi. Dengan demikian, divisi ini memastikan agar setiap acara dapat diselenggarakan dengan efisien, tetap adaptif terhadap tantangan industri yang dinamis, serta memberikan nilai tambah yang signifikan bagi seluruh pemangku kepentingan. Tanpa peran krusial divisi keuangan, upaya meraih sukses dan keberlanjutan jangka panjang di industri MICE adalah sesuatu yang sulit diwujudkan.

Melalui program magang di divisi finance PT Dyandra Promosindo, mahasiswa memiliki kesempatan untuk memahami dari dekat bagaimana aspek keuangan menjadi pengungkit dalam kesuksesan event. Selain itu, penulis juga belajar bahwa akurasi dalam pengelolaan keuangan bukan hanya berdampak pada profitabilitas perusahaan, tetapi juga menjadi cerminan integritas dan profesionalisme EO di mata klien dan mitra kerja.

Pengalaman magang di divisi finance PT Dyandra Promosindo memberikan akses langsung kepada mahasiswa untuk mengamati dan terlibat secara aktif dalam praktik pengelolaan keuangan event secara nyata. Dari rangkaian aktivitas ini, mahasiswa memperoleh pemahaman tentang pentingnya

dokumentasi yang sistematis, akurasi dalam input data, serta kepatuhan terhadap siklus waktu pembayaran. Seluruh aspek ini merupakan elemen penting dalam menjaga kepercayaan para vendor, sponsor, dan stakeholder lainnya.

Di luar aspek teknis, laporan magang ini pada dasarnya bertujuan untuk mencari pengalaman praktis dan memahami secara langsung mekanisme kerja di industri MICE, khususnya dalam divisi keuangan sebuah Event Organizer (EO). Dalam konteks keuangan EO, hal penting yang diperhatikan adalah bagaimana alur anggaran dan pengelolaan dana dilakukan selama proses event berlangsung. Dalam pengalaman magang ini, fokus utama tetap pada aspek teknis pengelolaan keuangan dan administrasi yang berjalan di lapangan.

Magang ini tidak hanya memperluas pemahaman saya tentang praktik finansial dalam industri MICE, tetapi juga memberikan pengalaman nyata tentang bagaimana sebuah event berskala nasional maupun internasional dikelola secara strategis dari balik layar.

Melalui laporan ini, saya akan membagikan pengalaman saya selama menjalani masa magang, menganalisis tantangan dan praktik terbaik dalam pengelolaan keuangan event, serta menggambarkan kontribusi divisi Finance terhadap kesuksesan operasional PT Dyandra Promosindo dalam industri MICE Indonesia.

1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Magang di PT Dyandra Promosindo secara khusus bertujuan untuk memberikan pemahaman yang mendalam dan aplikatif mengenai sistem keuangan dalam industri Meetings, Incentives, Conventions, and Exhibitions (MICE). Industri ini memiliki karakteristik keuangan yang unik berbasis proyek, dinamis, serta memiliki intensitas transaksi yang tinggi dengan skema pembayaran bertahap. Oleh karena itu, pengalaman magang ini dirancang agar mahasiswa tidak hanya memahami teori, tetapi juga dapat mengaplikasikannya dalam konteks bisnis yang nyata.

Tujuan utama dari program magang ini adalah untuk mengembangkan kemampuan analisis terhadap arus kas dan aliran dana dalam penyelenggaraan event. Mahasiswa dilatih untuk mengenali berbagai sumber pendapatan seperti sponsor, exhibitor, ticketing, dan booth sales mencermati struktur pengeluaran yang mencakup logistik, penyewaan venue, konsumsi, produksi materi promosi, hingga tenaga kerja proyek.

Selain itu, magang ini juga memberikan pemahaman mendalam mengenai sistem pencatatan transaksi keuangan, terutama dalam konteks industri yang padat aktivitas dan melibatkan banyak vendor eksternal. Mahasiswa diperkenalkan pada cara kerja pencatatan yang akurat, mulai dari input transaksi harian, pengumpulan dan validasi bukti transaksi (invoice), hingga penyusunan laporan keuangan event yang rapi dan terstandarisasi.

Lebih jauh, mahasiswa juga mendapatkan kesempatan untuk mempelajari penggunaan software akuntansi dan sistem keuangan internal yang digunakan oleh Dyandra Promosindo. Ini menjadi bekal penting untuk memahami digitalisasi sistem keuangan modern dan pentingnya real-time tracking dalam pengambilan keputusan keuangan yang strategis.

Tujuan tambahan yang tidak kalah penting adalah peningkatan kompetensi profesional mahasiswa. Dengan bergabung dalam lingkungan kerja yang cepat, deadline ketat, dan kolaboratif, mahasiswa diharapkan mampu beradaptasi dengan ritme kerja industri MICE. Praktikan akan berkoordinasi lintas divisi, terutama dengan tim Operasional dan Procurement, untuk memastikan kelancaran seluruh proses keuangan dalam siklus penyelenggaraan event.

Pada akhirnya, magang ini menjadi wadah pembelajaran nyata yang menghubungkan teori-teori yang telah diperoleh selama perkuliahan dengan praktik langsung di dunia industri. Laporan ini akan merekam seluruh pengalaman tersebut, mengulas tantangan yang dihadapi, serta menguraikan kontribusi nyata

dari divisi Finance dalam menjaga keberlangsungan operasional PT Dyandra Promosindo sebagai salah satu perusahaan EO terkemuka di Indonesia.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

No	Kegiatan	2025																							
		JAN				Feb				Mar				Apr				Mei				Juni			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Membuat Cv																								
2	Mencari Instansi Untuk Mangang																								
3	Mengurusberkas Ke Perusahaan																								
4	Mengirim berkas ke Perusahaan																								
5	Diterima PT DyandraPromosindo																								
6	Pelaksanaan magang																								

Tabel 1.1 Waktu Pelaksanaan Magang Perusahaan

Kerja magang ini dilaksanakan selama lima bulan, dimulai pada 3 Februari 2025 hingga 20 Juni 2025, di PT Dyandra Promosindo, yang berlokasi di Jalan Palmerah Selatan No. 15, RT.4/RW.2, Gelora Palmerah, Kecamatan Tanah Abang, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta. Selama periode ini, praktikan bergabung dalam divisi Finance, Accounting, and Tax (FAT) sebagai Support Admin Finance, dengan tugas utama dalam pengelolaan piutang perusahaan (Account Receivable).