

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Industri *event* dan pameran di Indonesia terus berkembang pesat seiring dengan meningkatnya kebutuhan perusahaan dalam mempromosikan produk dan layanan mereka secara lebih interaktif. (Hamzah & Azhari, 2019) Menurut (Kotler & Keller, 2016) dalam buku *Marketing Management*, *event marketing* merupakan salah satu strategi pemasaran yang efektif dalam membangun hubungan dengan pelanggan secara langsung dan meningkatkan *brand awareness*. Dalam konteks ini, peran *Event Management* menjadi sangat penting dalam menjembatani komunikasi antara exhibitor dan perusahaan penyelenggara acara.

Sebagai salah satu pemain utama dalam industri *event* di Indonesia, PT. Dyandra Promosindo memiliki peran strategis dalam menyelenggarakan berbagai acara berskala nasional maupun internasional. Berdiri sejak tahun 1994 dan merupakan bagian dari PT. Dyandra Media International, Tbk (Dyandra & Co.), perusahaan ini telah menjadi pelopor dalam bidang *event* dan *exhibition management*. Tercantum pada situs resmi (dyandra.com), Dyandra Promosindo tidak hanya mengelola satu jenis acara, tetapi juga menangani berbagai pameran besar seperti *Indonesia International Motor Show (IIMS)*, *Jakarta Wedding Fair*, *Halal Indonesia International Industry Expo*, *Indonesia International Furniture Expo (IFEX)*, dan masih banyak lainnya. Dengan cakupan yang luas, Dyandra Promosindo tidak hanya menyelenggarakan acara di Jakarta, tetapi juga di berbagai kota besar di Indonesia seperti Surabaya, Yogyakarta, dan Makassar.

Salah satu acara terbesar yang dikelola oleh Dyandra Promosindo adalah *Indonesian International Furniture Expo (IFEX) 2025*. IFEX merupakan pameran B2B yang dirancang khusus bagi para pelaku industri furnitur dan

kerajinan tangan untuk memperluas jaringan bisnis mereka. Berdasarkan kajian dari (Schiffman et al., 2021) pameran seperti IFEX memiliki dampak besar dalam membangun pengalaman pelanggan yang kuat serta menciptakan peluang bisnis baru. Acara ini akan menghadirkan lebih dari 3.000 produk dari berbagai jenis material serta menjadi tempat berkumpulnya ekosistem bisnis yang terdiri dari desainer interior, desainer produk, pengusaha furnitur, pedagang, hingga eksportir. Melalui IFEX, exhibitor memiliki kesempatan untuk memperluas jaringan dan mendapatkan inspirasi bisnis dari berbagai pemain utama di industri ini.

Dalam konteks inilah, peran Event Management menjadi sentral. Menurut Joe Goldblatt, *The Event Management Process* terdiri dari lima tahapan utama, yaitu *research, design, planning, coordination*, dan *evaluation*. Proses ini tidak hanya melibatkan perencanaan teknis, tetapi juga pengelolaan komunikasi, logistik, serta pengalaman pengunjung dan peserta. Sebuah event berskala besar seperti IFEX memerlukan peran Event Management yang mampu menerjemahkan tujuan strategis acara ke dalam langkah-langkah operasional yang terstruktur. Dimulai dari tahap *research* untuk memahami kebutuhan dan ekspektasi peserta, perencanaan event dilanjutkan dengan *design* konsep yang kreatif dan relevan. Tahap *planning* menyusun kegiatan secara rinci sesuai kondisi, sementara *coordination* mencakup pengelolaan sumber daya dan rapat teknis antar pihak terkait. Terakhir, tahap *evaluation* dilakukan sebagai refleksi menyeluruh melalui laporan dan dokumentasi sebagai bentuk pertanggungjawaban dan dasar evaluasi. (Ramadhan & Sudarno, 2022)

Dalam penyelenggaraan event sebesar IFEX, peran *Event Management* menjadi sangat krusial. Tugas utama dari posisi ini mencakup membangun serta menjaga hubungan baik dengan klien potensial, memastikan kepuasan pelanggan, serta berkoordinasi dengan tim operasional agar kebutuhan *exhibitor* dapat terpenuhi dengan baik. (Kotler & Armstrong, 2017) Selain itu, *Event Management* juga bertanggung jawab dalam menyiapkan daftar kerja, laporan, serta memantau pencapaian target yang telah ditetapkan. Negosiasi

mengenai ketentuan dan persyaratan dengan klien menjadi bagian penting dalam pekerjaan ini untuk mencapai kesepakatan terbaik bagi kedua belah pihak. Dengan demikian, *Event Management* memiliki peran sentral dalam keberhasilan penyelenggaraan sebuah acara, terutama dalam menjamin kenyamanan dan kepuasan para peserta pameran.

Kesempatan untuk menjalani magang di Dyandra Promosindo sebagai *Event Management* pada event IFEX 2025 merupakan pengalaman yang sangat berharga bagi pemagang. Sebelumnya, pemagang pernah terlibat sebagai relawan dalam acara kedatangan Paus Fransiskus ke Indonesia pada tahun 2024, yang juga dikelola oleh Dyandra Promosindo. Dalam pengalaman tersebut, pemagang menyadari bahwa dunia *event* memiliki banyak aspek yang tidak selalu terlihat oleh para peserta acara, namun memiliki peran krusial dalam kesuksesan penyelenggaraan suatu event. (Handayani et al., 2023) Keingintahuan pemagang terhadap dunia event semakin meningkat, terutama mengenai bagaimana sebuah acara besar dapat terselenggara dengan baik dari tahap perencanaan hingga eksekusi. Oleh karena itu, kesempatan untuk terlibat lebih dalam sebagai bagian dari tim Dyandra Promosindo menjadi peluang yang tidak hanya akan memberikan wawasan praktis, tetapi juga memperdalam pemahaman pemagang mengenai industri *Event Management* di Indonesia.

1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Tujuan dari program magang ini di antaranya adalah:

- 1). Meningkatkan soft skill dan mengembangkan skill komunikasi kepada *client* seperti negosiasi dan *complaint handling*.
- 2). Mengimplementasikan konsep *The Event Management Process* yang menjadi panduan dalam peran sebagai *Event Management*.
- 3). Mempelajari workflow dari event IFEX 2025.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan kerja magang yang dilakukan pemagang dilaksanakan dimulai dari tanggal 21 Januari 2024 hingga 23 Juni 2024 dengan mengikuti aturan minimal jam

kerja sebanyak 640 jam kerja sesuai dengan panduan MBKM Magang *Track 1* serta arahan program studi. Berikut adalah prosedur waktu kerja magang yang dilakukan:

Hari : Senin - Jumat dan saat pelaksanaan *event*

Tempat : Kantor PT. Dyandra Promosindo

Alamat : Gedung Dyandra Promosindo, Jalan Gelora VII No.15, RT.4/RW.2, Gelora, Palmerah Selatan, Jakarta Pusat 10270.

Waktu : 09:00 – 18:00

1.3.1. Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

a. Administrasi Kampus

1. Pemagang mengisi Pra-KRS dan KRS untuk Magang *Track 1* dengan memilih course *Professional Business Ethics, Industry Experience, Industry Model Validation, Evaluation and Reporting*.
2. Pemagang melengkapi formulir KM-01 dengan data perusahaan, posisi yang dilamar, serta deskripsi pekerjaan untuk memperoleh surat pengantar magang (KM-01) yang akan disetujui oleh Ketua Program Studi.
3. Setelah diterima di perusahaan yang tercantum dalam formulir KM-01, langkah selanjutnya adalah melakukan registrasi melalui lama.merdeka.umn.ac.id. Pada tahap ini, pemagang melengkapi informasi terkait perusahaan serta data *supervisor* magang yang akan membimbing pemagang selama masa magang.
4. Selama menjalankan program magang, pemagang secara rutin mengisi *daily task* di platform Merdeka UMN dan mengajukan permohonan persetujuan (*approval*) dari supervisor sebagai bentuk validasi terhadap *daily task* yang dilaksanakan.
5. Pemagang mengunduh form KM-03 (Kartu Kerja Magang), KM-04 (Lembar Kehadiran Kerja Magang), KM-05 (Lembar Laporan Realisasi Kerja Magang), KM-06 (Penilaian Kerja Magang), KM-07 (Verifikasi Laporan Magang) untuk kebutuhan proses pembuatan laporan magang.

b. Proses Administrasi Perusahaan

1. Pemegang melampirkan CV dan form aplikasi magang yang diberikan perusahaan via Whatsapp.
2. Pemegang melakukan wawancara secara *offline* di kantor Dyandra Promosindo.
3. Pemegang menerima *Letter of Acceptance* dari perusahaan dan dilamar sebagai *Event Management Intern* di divisi B2B Events, IFEX 2025.
4. Pemegang melaksanakan program magang dan menerima kontrak kerja magang.

UMN