

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri pariwisata adalah sekelompok bidang usaha yang menghasilkan berbagai barang dan jasa yang diperlukan oleh para pelaku perjalanan wisata. Industri mencakup berbagai aktivitas yang bersifat produktif dan bernilai ekonomi. Dalam industri pariwisata tentunya banyak ditemui segala aktivitas usaha pariwisata, usaha yang menggunakan penyedia barang dan jasa sebagai alat untuk memenuhi kebutuhan wisatawan dan penyelenggara perjalanan wisata. (Rulloh, 2017). Sedangkan menurut Undang-undang nomor 10 tahun 2009 industri pariwisata adalah organisasi usaha perusahaan yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan wisata. Ada 13 bidang usaha termasuk usaha pariwisata menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia salah satunya adalah penyelenggaraan *meeting, incentive, convention, Exhibition* (MICE). MICE merupakan suatu rangkaian kegiatan dimana pengusaha dan profesional berkumpul pada suatu tempat yang terkondisikan oleh suatu permasalahan, pembahasan dan kepentingan yang sama (Kusuma, 2019).

Kota Bandung merupakan salah satu daerah tujuan wisata utama di Indonesia baik bagi wisatawan mancanegara maupun lokal. Kota Bandung terkenal bukan hanya karena pemandangan alam nya yang indah, tetapi juga banyak peninggalan sejarah, kuliner unik, pusat pertokoan *fashion* dan lainnya yang menjadi daya tarik *urban tourism*. Salah satu tempat wisata terkenal di Kota Bandung adalah Jalan Cihampelas jalan ini terkenal dengan mallnya yaitu Cihampelas *walk*. Pertumbuhan kunjungan wisatawan pada Jalan Cihampelas semakin lama semakin padat, dimana Jalan Cihampelas hanya memiliki luas sebesar 7 meter. Hal ini berpengaruh terhadap pergerakan lalu lintas, pedagang kaki lima dan juga wisatawan. Permasalahan di Jalan Cihampelas tersebut membuat pemerintah Kota Bandung berinisiatif untuk membuat *skywalk* bagi pejalan kaki, untuk memberikan keamanan dan kenyamanan bagi para

pejalan kaki agar nantinya tidak berebut ruang dengan kendaraan bermotor maupun mobil.

Salah satu *event organizer* yang mengorganisir acara secara keseluruhan dalam berbagai aspek kebutuhan yakni Auliacorp yang berlokasi di Cisaranten Kidul, Kecamatan Gedebage Kota Bandung. Perusahaan ini merupakan “*corporate creative team*” yang menangani berbagai kebutuhan *event* perusahaan seperti *meeting, incentive, conference, exhibition (MICE), gathering, company branding, creative film/web series* dan dekorasi. Setelah kurang lebih empat bulan melakukan kegiatan Praktik Kerja Lapang (PKL) di Auliacorp dan menjadi tim sukses dalam sebuah acara di berbagai kota di Jawa Barat, penulis bersama dengan tim Auliacorp lainnya berkesempatan menjadi penyelenggara *event* mingguan di Teras Cihampelas yang merupakan salah satu ikon kota kembang. Keberhasilan sebuah *event* tidak lepas dari peran *event organizer* yang berada dibalik layar, dalam pelaksanaan *event* tentunya memiliki tahapan-tahapan diantaranya yaitu perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Dengan begitu tahapan pelaksanaan menjadi bagian penting dalam sebuah *event* mingguan yang di selenggarakan di Teras Cihampelas.

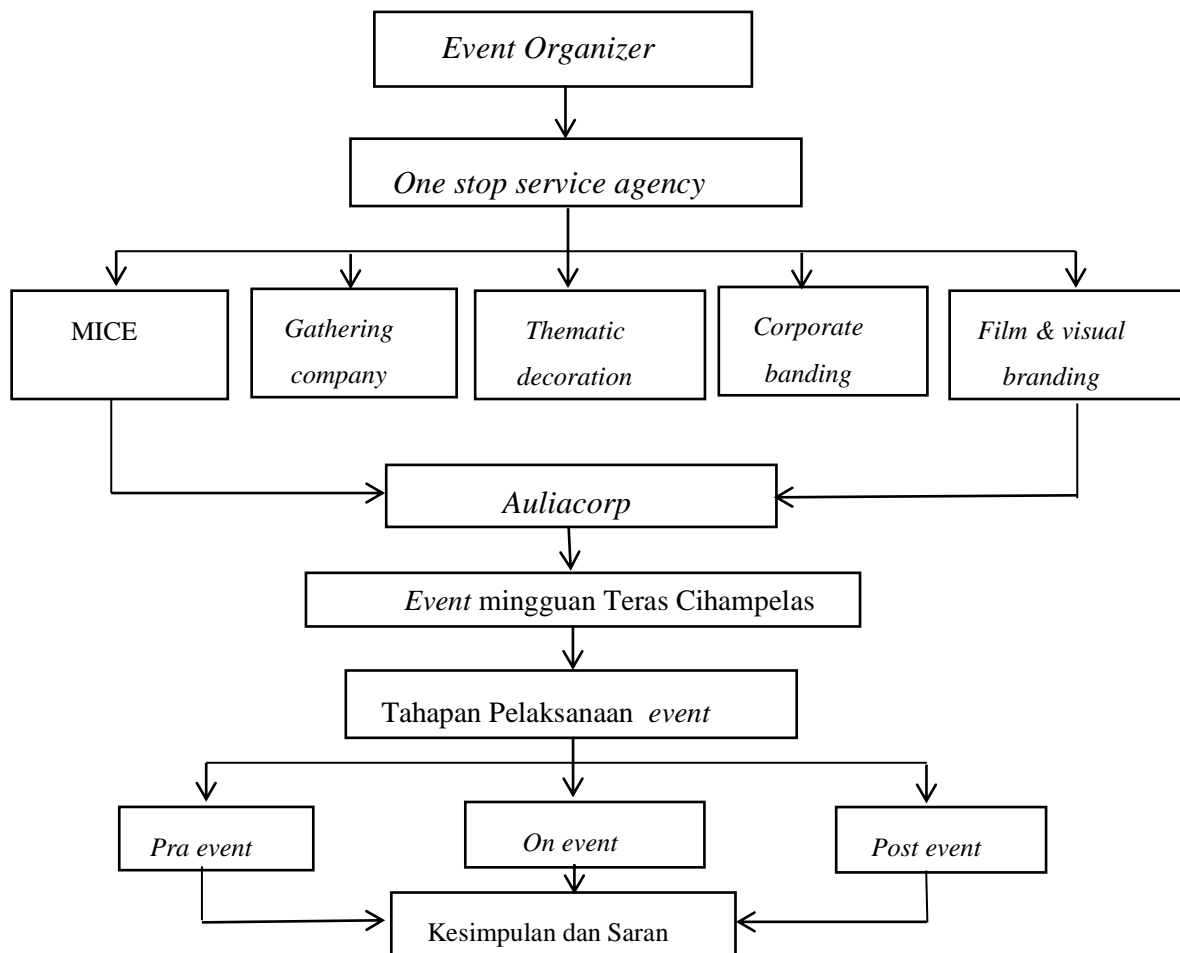
Kepala Bidang Usaha Non Formal Dinas Koperasi dan UMKM (Diskop UMKM) Kota Bandung bekerja sama dengan Auliacorp (*Bandung Event Organizer*) yang merupakan merek dagang dari PT Ratu Aulia Hanasta untuk menyelenggarakan *event* di Teras Cihampelas melalui berbagai *event* sebagai upaya untuk meramaikan Teras Cihampelas dengan mengundang komunitas-komunitas dan kaum milenial di Kota Bandung. Diselenggarakannya *event* mingguan ini diharapkan bisa membantu meningkatkan penjualan, menghidupkan suasana di Teras Cihampelas serta memberikan pengalaman dan hiburan positif kepada pengunjung, dengan menghadirkan musik/ band, pertunjukan seni dan kegiatan lainnya. Auliacorp *Event Organizer* menghadirkan kegiatan tersebut dalam setiap *event* mingguan di Teras Cihampelas. Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk mengkaji lebih dalam tentang Tahapan Pelaksanaan *event* mingguan di Teras Cihampelas yang digunakan oleh Auliacorp.

1.2 Tujuan

Tujuan penulisan Tugas Akhir ini untuk mendeskripsikan Tahapan Pelaksanaan *pra event*, *on event*, dan *post event* pada *event* mingguan di Teras Cihampelas.

1.3 Kerangka Pemikiran

Dari uraian latar belakang yang telah dijelaskan menunjukkan adanya permasalahan di Teras Cihampelas. Dengan adanya penyelenggaraan *event* mingguan bisa menjadi alternatif solusi atas permasalahan tersebut. Secara lebih singkat, tahapan kerangka pemikiran yang digunakan dalam pelaksanaan *event* mingguan dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1 kerangka pemikiran
Sumber Penulis (2023)

1.4 Kontribusi

Laporan tugas akhir ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain

1. Bagi Politeknik Negeri Lampung

Sebagai informasi dan referensi untuk kebutuhan akademisi dalam bidang pendidikan pariwisata

2. Bagi Teras Cihampelas

Sebagai masukan dan bahan evaluasi atas permasalahan yang ada

3. Bagi Pembaca

Sebagai bahan referensi dalam menyelenggarakan sebuah acara (*event*).

4. Bagi Penulis

Sebagai wawasan baru khususnya tentang *event* yang mungkin bermanfaat bagi penulis dikemudian jika memasuki dunia kerja

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Industri Pariwisata

Industri Pariwisata adalah sekelompok bidang usaha baik berupa barang dan jasa yang diperlukan oleh para pelaku wisata dan diperuntukan untuk para wisatawan. Dalam industri pariwisata ada beberapa aktivitas usaha pariwisata yang dapat ditemui dimana usaha ini merupakan usaha yang menggunakan penyediaan barang dan jasa sebagai alat yang diperuntukan bagi wisatawan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan dan penyelenggaraan perjalanan wisata. Menurut Undang-undang No.10 Tahun 2009 pasal 1 ayat 9 tentang Kepariwisata Industri Pariwisata adalah kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata. Dalam buku Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata (Widyatmaja, 2017) ada beberapa ciri-ciri Industri pariwisata, antara lain :

- a. *Service Industry* Perusahaan dalam industri pariwisata merupakan perusahaan jasa (*service industry*) yang masing-masing bekerjasama menghasilkan produk (*goods and services*) untuk kebutuhan wisatawan.
- b. *Labor intensive* adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan industri atau sektor ekonomi yang membutuhkan tenaga kerja manusia yang intensif. Dalam industri ini, tenaga kerja manusia sering kali memainkan peran kunci dalam melakukan tugas-tugas yang membutuhkan keahlian atau keterampilan khusus.
- c. *Capital Intensive* adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan industri atau sektor ekonomi yang membutuhkan investasi modal yang besar dalam bentuk aset fisik seperti mesin, peralatan, infrastruktur, dan teknologi. *capital intensive* sering kali membutuhkan teknologi canggih, mesin yang mahal, dan infrastruktur yang kompleks untuk menjalankan operasionalnya.
- d. *Sensitive*. Kegiatan pariwisata sangat peka terhadap isu keamanan (*security*) dan kenyamanan (*comfortably*).
- e. *Seasonal* dalam industri pariwisata merujuk pada periode waktu tertentu di mana kunjungan wisatawan atau permintaan untuk layanan pariwisata

cenderung meningkat atau menurun secara signifikan. Ini biasanya terkait dengan perubahan musim, liburan, atau acara khusus yang mempengaruhi minat dan keputusan wisatawan untuk melakukan perjalanan.

- f. *Quick Yielding Industry*. Dalam kegiatan pariwisata keberadaan wisatawan asing membantu pertukaran mata uang. Pemasukan devisa (*foreign exchange*) dapat diperoleh saat wisatawan berkunjung ke negara lain dan akan lebih cepat dibandingkan kegiatan ekspor yang dilakukan secara konvensional.

2.2 *Event Organizer*

Dalam pengertian sederhana, *event organizer* adalah pengelola suatu kegiatan (pengorganisir acara). *Event organizer* berasal dari dua kata bahasa Inggris yaitu *event* dan *organizer*. *Event* berarti acara, sedangkan *organizer* berarti pengatur, sehingga dapat diartikan sekumpulan orang yang mengatur acara (Hafidz, 2007). *Event organizer* adalah kegiatan profesional mengumpulkan dan mempertemukan sekelompok orang untuk tujuan perayaan, pendidikan, pemasaran, dan reuni serta bertanggung jawab mengadakan penelitian, membuat desain kegiatan, melakukan perencanaan dan melaksanakan koordinasi serta pengawasan untuk merealisasikan kehadiran sebuah kegiatan (Goldblatt, 2013). *Event organizer* adalah bisnis yang menerapkan konsep manajemen secara konsisten dan berkesinambungan dengan dunia *entertainment* sedalam-dalamnya (Kasali, 2017). Umumnya spesialis ini berhubungan langsung dengan klien langganannya. Jika dilihat dari jenis acara yang diadakan, EO diklasifikasikan menjadi beberapa golongan (Beatrix, 2006) sebagai berikut:

1. *One Stop Service Agency*

One-stop service agency adalah lembaga atau perusahaan yang menyediakan berbagai layanan terkait perencanaan dan pengorganisasian acara dalam satu tempat atau platform tunggal. Tujuannya adalah untuk memberikan kenyamanan dan efisiensi bagi klien yang ingin mengadakan acara atau kegiatan.

2. MICE

EO MICE merujuk pada *Event Organizer* yang mengkhususkan diri dalam mengorganisir acara-acara MICE. MICE adalah singkatan dari *Meetings*,

Incentives, Conferences, and Exhibitions. EO MICE ini membantu dalam memfokuskan pelayanan dan keahlian EO untuk memenuhi kebutuhan khusus dalam industri MICE. Dengan spesialisasi dalam MICE, EO dapat memberikan solusi yang tepat dan mendukung suksesnya acara-acara bisnis atau industri.

3. *Brand Activation*

Jenis EO yang secara spesifik membantu kliennya untuk mempromosikan dalam rangka peningkatan penjualan, peningkatan pengenalan merek di kalangan konsumen, dengan berinteraksi langsung ke target marketnya. Bentuk acara yang digelar antara lain seperti diskusi, seminar, *talk show*, dialog, atau *variety show*.

4. Musik dan Hiburan

EO jenis ini memiliki spesialis di bidang hiburan, terutama musik. Misalnya pagelaran konser musik, pertunjukan seni dan budaya, festival, dsb.

5. Pribadi

EO jenis ini khusus bergerak untuk penyelenggaraan pesta pribadi, terutama bagi kalangan menengah keatas. Bentuk acara tersebut diantaranya penyelenggara pernikahan (*wedding organizer*), ulang tahun, syukuran, jabatan baru, pisah sambut, atau sejenisnya

2.3 Proses Pelaksanaan *Event*

Singh (2009) menuturkan jika dalam pelaksanaan suatu *event*, sangat penting untuk memiliki panduan yang bersifat umum seperti proses *praevent* (konsep perencanaan), *on event*, dan yang terakhir pasca *event* sebagai *feedback* dari hasil pelaksanaan suatu acara. Hal ini dikarenakan dalam membuat suatu *event* memerlukan sumber daya manusia yang terhitung banyak jumlahnya.

1. Tahapan pra produksi atau *pra event* tersebut yaitu:

- a. Membuat ide konsep suatu *event* agar pelaksanaan *event* tersebut memiliki tujuan yang tidak menyimpang dari acara sebelumnya
- b. Menentukan lokasi *event* atau *venue* acara yang akan digunakan sebagai tempat penyelenggaraan acara tersebut.
- c. Menyelesaikan kegiatan administrasi beserta perijinan tempat yang telah ditentukan.

- d. Membuat daftar *job description* dan *job specification* untuk tiap *crew* yang terlibat dan bertugas dalam pelaksanaan suatu *event*, agar tiap orang dapat bertanggung jawab dengan pembagian kerjanya masing-masing.
- e. Menyusun sebuah *rundown* atau *timeline* dalam penyelenggaraan suatu *event*, hal ini dilakukan dengan upaya agar pelaksanaan acara tersebut dapat tersusun dan ditampilkan dengan baik.

Menurut Hafidz (2007) Proses produksi atau pelaksanaan *event* merupakan tahapan dimana semua *crew* bekerja mulai dari *event* tersebut dirancang kemudian diselenggarakan, pada tahapan ini jika proses pra produksi telah rampung maka pelaksanaan *event* tersebut akan berjalan dengan lancar. Maka dari itu proses selanjutnya yaitu tahapan *on event*. Ada beberapa hal yang perlu dilakukan dalam tahap produksi *on event*.

2. Tahapan dalam proses produksi atau *on event* yaitu:
 - a. Pengontrolan teknik pelaksanaan dengan saling berkoordinasi antar tim
 - b. Pemeriksaan kelengkapan logistik
 - c. Memastikan bahwa *event* berjalan dengan aman
 - d. Memastikan semua kru telah berada di tempat yang telah ditentukan

Setelah penyelenggaraan *event* selesai dilaksanakan, tahapan selanjutnya yaitu pasca produksi atau proses akhir mengenai evaluasi dari kinerja proses keseluruhan produksi suatu *event* tersebut. Dalam tahapan *post event* atau pasca acara menurut Hafidz (2007) ada dua proses dalam tahapan *post event* yaitu tahap evaluasi dan pelaporan akhir pelaksanaan acara.

3. Tahapan proses akhir atau *post event*
 - a. *Report*
Tahap selanjutnya yaitu mengenai penyusunan laporan atau *report* dari hasil evaluasi yang telah dikemukakan, pada tahapan ini juga dilakukan agar mengetahui kekurangan serta kelebihan dari pelaksanaan *event* tersebut.