



ANALISIS PELUANG USAHA EVENT ORGANIZER

Viola Taruli Manna Parhusip¹, Christian Wiradendi Wolor², Marsofiyati³^{1,2,3}Universitas Negeri Jakarta¹viola.taruli@gmail.com, ²christianwiradendi@unj.ac.id, ³marsofiyati@unj.ac.id

Info Artikel :

Diterima : 8 April 2023

Disetujui : 19 April 2023

Dipublikasikan : 13 Mei 2023

ABSTRAK

Pandemi COVID-19 telah mempengaruhi banyak bisnis atau industri, termasuk industri event organizer. Namun, seiring dengan adanya vaksinasi dan protokol kesehatan yang ketat, peluang usaha event organizer bisa tetap ada dengan memanfaatkan platform digital dan mengadakan acara dengan kapasitas terbatas atau bahkan acara virtual. Pandemi COVID-19 memberikan tantangan baru bagi industri event organizer dan membuka peluang untuk berkembang dan beradaptasi dengan cara yang inovatif dan kreatif. Oleh karena itu, peran event organizer menjadi sangat penting dalam menghadapi pandemi COVID-19 agar acara dapat berlangsung dengan aman dan efektif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peluang usaha pada event organizer saat ini dan mengetahui lebih dalam dalam peran-peran event organizer. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner, wawancara, dan studi pustaka. Peneliti menganalisis data secara deskriptif, dengan memaparkan peran-peran event organizer. Hasil penelitian yang dilakukan yaitu, terdapat peluang usaha event organizer saat ini yang dapat dilakukan mahasiswa dan terdapat beberapa peran event organizer yang belum diketahui mahasiswa.

Kata Kunci :
Event
Organizer,
Peluang
Usaha, Peran
Mahasiswa

ABSTRACT

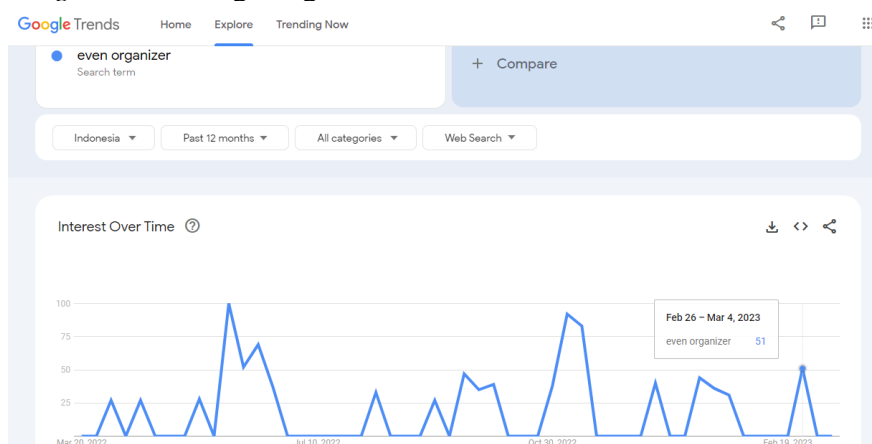
The COVID-19 pandemic has affected many businesses or industries, including industrial event organizers. However, along with vaccinations and strict health protocols, event organizer business opportunities can still exist by utilizing digital platforms and holding events with limited capacity or even virtual events. The COVID-19 pandemic presents new challenges for the event organizer industry and opens opportunities to grow and adapt in innovative and creative ways. Therefore, the role of the event organizer is very important in dealing with the COVID-19 pandemic so that the event can take place safely and effectively. This study aims to find out the current business opportunities for event organizers and to find out more about the roles of event organizers. Data collection methods used are questionnaires, interviews, and literature study. Researchers analyzed the data descriptively, by explaining the roles of event organizers. The results of the research conducted are that there are current event organizer business opportunities that students can do and there are several roles of event organizers that students do not yet know.

Keywords :
Event Organizer,
Business
Opportunity,
Role of
Student

PENDAHULUAN

Usaha dapat dijalankan oleh individu, kelompok atau organisasi bertujuan untuk meningkatkan keuntungan, menciptakan lapangan pekerjaan, dan memproduksi atau menjual barang atau jasa kepada pelanggan. Sehingga ketika ingin menjalankan usaha

dengan baik, sangat dibutuhkan pengetahuan, keterampilan, kemampuan manajerial yang cukup, serta kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan pasar dan lingkungan. Perubahan yang terjadi pada lingkungan dapat menciptakan peluang baru bagi para wirausaha untuk memenuhi kebutuhan dan permintaan pasar yang berkembang (Merakati, 2017). Contohnya, pandemi COVID-19 telah mengubah cara hidup masyarakat dan mempengaruhi banyak sektor bisnis. Salah satunya bisnis *event organizer*, merupakan industri yang terkena dampak signifikan akibat pandemi Covid-19 karena banyak acara yang dibatalkan atau ditunda. Namun, seiring meningkatnya vaksinasi dan perbaikan situasi pandemi, banyak *event organizer* kembali aktif dengan mengadakan acara *online*, *hybrid*, atau *offline* dengan mematuhi protokol kesehatan yang ketat. Sudah banyak konser musik yang dijadwalkan pada tahun 2023 di Jakarta, mulai dari artis lokal hingga internasional. Peneliti juga melihat di *Google Trends* mengenai topik *event organizer* sedang hangat dibicarakan.



Gambar 1. Google Trends mengenai Event Organizer
Sumber: Diolah oleh peneliti (2023)

Pada gambar diatas, dapat dilihat bahwa popularitas topik pencarian pada *Google Trends* mengenai *event organizer* di Indonesia selama 12 bulan terakhir. Dapat disimpulkan bahwa topik pencarian tentang *event organizer* selama 12 terakhir mengalami kenaikan dan penurunan, namun terdapat kenaikan topik pencarian mengenai *event organizer* di Indonesia pada bulan Februari – Maret dibandingkan pada bulan sebelumnya.

Event organizer merencanakan dan mengorganisir berbagai acara seperti konser, pameran, seminar, pernikahan, dan lain sebagainya. *Event organizer* dibayar oleh klien atau sponsor acara dan bertanggung jawab untuk menciptakan pengalaman yang menyenangkan bagi tamu dan klien. Banyak *event organizer* menggunakan media sosial untuk mempromosikan acara sehingga memudahkan untuk perusahaan jasa *event organizer* dikenal. Untuk promosi atau pemasaran dapat dilakukan dengan *marketing public relations*. *Marketing Public Relations* (MPR) adalah strategi pemasaran yang menggunakan berbagai teknik dan taktik PR (*public relations*) untuk membangun citra positif perusahaan atau merek, meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat tentang produk atau layanan, serta membangun hubungan yang baik antara perusahaan dan konsumen, media, serta pemangku kepentingan lainnya. Dalam *marketing public relations*, komunikasi dan interaksi dengan masyarakat menjadi fokus utama, dengan tujuan membangun kepercayaan dan loyalitas konsumen terhadap perusahaan atau merek.

Teknik yang digunakan meliputi penggunaan media massa, *event*, *sponsorship*, iklan, dan pengelolaan krisis. Buckley Decoration menggunakan strategi *marketing public relations* yang didasarkan pada teori "*Three Ways Strategy*" dari Thomas L. Harris untuk meningkatkan minat penggunaan jasa *Event Organizer*. Strategi ini melibatkan tiga pendekatan yang berbeda, yaitu *Way of Aggression* (cara agresif) untuk mencapai pertumbuhan perusahaan melalui ekspansi agresif, seperti merger atau penetrasi pasar yang agresif. *Way of Adaptation* (cara adaptasi) untuk mempertahankan keunggulan kompetitif melalui adaptasi terhadap perubahan lingkungan. Dan *Way of Anticipation* (cara antisipasi) untuk mengantisipasi perubahan lingkungan di masa depan dan meminimalkan risiko. Dengan adanya promosi yang baik dapat menjadi peluang bisnis yang baik bagi *event organizer* untuk mendapatkan klien yang lebih banyak dan memperluas jangkauan bisnis.

Perusahaan atau instansi memerlukan jasa *event organizer* untuk mempersiapkan sebuah acara dengan berbagai tujuan, dan *event organizer* adalah profesi atau perusahaan yang menyediakan layanan dalam merencanakan, mengorganisir, dan mengelola sebuah acara atau kegiatan, mulai dari perencanaan awal, pelaksanaan, hingga penyelesaian akhir acara tersebut. Menurut Goldblatt dalam Zenmira (2022), *event organizer* adalah profesi yang bertanggung jawab dalam mengorganisir dan mengumpulkan sekelompok orang untuk tujuan perayaan, pendidikan, pemasaran, atau reuni. Tugas *event organizer* meliputi penelitian, perencanaan, desain, koordinasi, dan pengawasan untuk memastikan kelancaran pelaksanaan sebuah *event* (Juwita, 2020). Seorang *event organizer* harus memiliki kemampuan dalam berkomunikasi dengan berbagai pihak terkait, serta memiliki keterampilan dalam mengelola waktu dan sumber daya untuk memastikan keberhasilan *event* yang diadakan. Tujuannya adalah untuk membuat acara yang sukses dan memuaskan bagi semua pihak yang terlibat dalam *event* tersebut. Menurut Suseno (2013), *event organizer* adalah perusahaan yang bertanggung jawab mengelola acara sesuai dengan keinginan klien dan menciptakan pengalaman menyenangkan bagi peserta acara. Mereka harus kreatif dan ahli dalam berbagai aspek acara, serta mampu mengatasi kendala dan tantangan.

Setiap usaha memiliki peluang karena ada potensi kebutuhan yang belum terpenuhi di pasar atau di masyarakat luas yang dapat diisi dengan produk atau layanan baru atau ditingkatkan dengan produk atau layanan yang lebih baik. Menurut Rasmulia Sembiring dalam Sari (2022), bisnis adalah usaha untuk mengelola produk atau jasa dengan tujuan memperoleh laba. Peluang usaha adalah kesempatan untuk memulai bisnis dengan memanfaatkan berbagai faktor yang ada. Penting bagi pelaku usaha untuk memahami faktor-faktor tersebut agar dapat memanfaatkan peluang usaha secara optimal (Permanawati, 2018). Menurut Robbin & Coulter yang membahas tentang peluang usaha adalah serangkaian tindakan yang dilakukan oleh individu atau kelompok untuk memanfaatkan sumber daya tertentu dan menciptakan nilai tambah yang dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan Ritonga (2020). Peluang usaha adalah kesempatan untuk memulai bisnis dengan memanfaatkan berbagai faktor yang ada, seperti pasar dan sumber daya yang tersedia. Faktor yang mempengaruhi peluang usaha antara lain ketersediaan modal, pengetahuan dan keahlian, lokasi, persaingan, dan kebutuhan pasar. Untuk mengidentifikasi peluang usaha yang tepat, perlu melakukan riset pasar, mempertimbangkan modal dan keahlian yang dimiliki, serta menganalisis kondisi persaingan dan kebutuhan pasar.

Peluang usaha melibatkan pengembangan produk atau layanan baru atau peningkatan produk atau layanan yang sudah ada di pasar. Perusahaan harus berinovasi

untuk tetap relevan dan bersaing di pasar yang semakin ketat. Pengembangan produk baru atau peningkatan produk yang sudah ada dapat memberikan keunggulan kompetitif dengan memenuhi kebutuhan konsumen yang belum terpenuhi atau memberikan nilai tambah yang lebih baik dibandingkan dengan produk yang sudah ada di pasar. Peluang usaha muncul dari pengembangan produk yang lebih inovatif, efisien, dan efektif dalam memenuhi kebutuhan pasar. Pengembangan produk atau layanan baru atau peningkatan produk atau layanan yang sudah ada di pasar dapat membantu perusahaan memperluas pangsa pasar atau menciptakan pasar baru. Namun, perusahaan perlu memperhatikan aspek-aspek seperti biaya produksi, keuntungan yang dihasilkan, dan respon pasar terhadap produk atau layanan yang ditawarkan. Peluang usaha harus didukung oleh analisis pasar yang baik dan manajemen operasional yang efektif untuk memastikan keberhasilannya.

Peneliti telah melakukan pra riset dengan menyebarkan kuesioner mengenai “Analisis Peluang Usaha *Event organizer* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta”. Hasil dari kuesioner tersebut telah peneliti nyatakan dalam bentuk gambar 1.2 seperti berikut ini.



Gambar 2. Peluang Usaha Event Organizer

Sumber: Diolah oleh peneliti (2023)

Berdasarkan diagram di atas, dapat dilihat bahwa terdapat 20 responden yang menjawab pertanyaan pada kuesioner pra riset. Dan terdapat 100% mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta menjawab ya untuk pertanyaan “*event organizer* dapat menjadi peluang usaha saat ini” dan 0% yang menjawab tidak. Sehingga peneliti perlu meneliti alasan para mahasiswa menjawab ya terhadap pertanyaan dalam kuesioner. Selain itu, peneliti juga ingin meneliti tentang apakah mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta mengetahui peran *event organizer*.



Gambar 3. Peran Event Organizer

Sumber: Diolah oleh peneliti (2023)

Berdasarkan diagram di atas, dapat dilihat bahwa terdapat 20 responden yang menjawab pertanyaan pada kuesioner pra riset. Dan 100% mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta menjawab ya untuk pertanyaan “apakah mengetahui peran *event organizer* pada sebuah *event*” dan 0% yang menjawab tidak. Sehingga peneliti perlu meneliti alasan para mahasiswa menjawab ya terhadap pertanyaan dalam kuesioner sesuai dengan teori. Oleh karena itu, berdasarkan latar belakang penelitian terdapat permasalahan dan fenomena yang telah diuraikan diatas. Tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui peran dan peluang usaha *event organizer* saat ini.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian yaitu metode deskriptif yang memaparkan tentang peluang usaha dan peran *event organizer*. Dalam penelitian ini yang menjadi informan adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Peneliti melakukan pengumpulan data secara primer dengan cara menyebarkan kuesioner pra riset penelitian dan wawancara kepada objek penelitian, yaitu Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Selain itu, peneliti juga menggunakan studi kepustakaan untuk mengumpulkan data. Studi kepustakaan adalah suatu metode pengumpulan data yang menggunakan sumber-sumber sekunder seperti buku, dokumen, internet, dan media cetak untuk mengumpulkan dan menganalisis informasi dan teori yang berkaitan dengan topik penelitian.

Menurut miles and Huberman (1986) dalam proses analisis data, terdapat tiga tahapan menggunakan teknik analisis data kualitatif, yaitu reduksi data, penyajian data, dan menarik kesimpulan (Megawati, 2016). Tahap reduksi data bertujuan untuk mempersempit data yang relevan dan signifikan, sehingga lebih mudah untuk dipahami dan dianalisis. Selanjutnya, tahap penyajian data bertujuan untuk menyajikan hasil reduksi data dalam bentuk yang lebih sistematis dan mudah dipahami, seperti melalui tabel, diagram, atau narasi. Tahap terakhir adalah menarik kesimpulan, yang dilakukan dengan menganalisis data yang telah disajikan untuk mendapatkan temuan-temuan atau hasil penelitian yang signifikan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Informan mengetahui *event organizer* dan mengatakan bahwa *event organizer* adalah perusahaan atau individu yang merencanakan dan mengorganisir berbagai acara seperti konser, pameran, seminar, dan pernikahan. Mereka bertanggung jawab untuk mengkoordinasikan segala aspek acara, memastikan acara berjalan lancar, dan menerima biaya jasa sebagai imbalan. Hal ini juga dikemukakan oleh Pradipta (2021) *event organizer* adalah sebuah organisasi atau perusahaan yang terdiri dari sekelompok orang yang memiliki tanggung jawab dalam menyelenggarakan suatu acara. Setiap anggota dalam *event organizer* akan diberikan tugas dan tanggung jawab tertentu untuk mencapai tujuan yang sama yaitu suksesnya pelaksanaan acara yang mereka tangani.

Menurut informan mengatakan bahwa *event organizer* adalah penyedia jasa yang pelayanannya sangat penting bagi keberlangsungan bisnis mereka. Pelayanan yang baik dapat membangun hubungan yang baik dengan klien, meningkatkan reputasi, dan memperluas jangkauan pasar. Pelayanan yang baik juga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dan menjadi faktor penentu dalam memenangkan persaingan dengan pesaing. Menurut Parasuraman (2011) Untuk mengukur kualitas pelayanan, terdapat lima dimensi yang penting, yaitu Tangibel (bukti fisik), Empati (kemampuan untuk memahami perasaan pelanggan), Keandalan (reliabilitas), Daya Tanggap (responsiveness), dan

Jaminan (assurance). Dimensi-dimensi ini dapat dijadikan acuan untuk menilai kualitas pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan Abdullah (2019)

Informan menyatakan bahwa ada keterkaitan yang erat antara komunikasi pemasaran dengan *event organizer*. *Event organizer* bertanggung jawab untuk merencanakan acara yang bertujuan untuk mempromosikan produk, jasa, atau brand tertentu kepada target *audience* yang diinginkan. Oleh karena itu, mereka perlu mengembangkan strategi komunikasi pemasaran yang efektif untuk mencapai tujuan pemasaran yang diinginkan. Melalui komunikasi pemasaran yang baik, *event organizer* dapat mempromosikan acara mereka kepada khalayak yang lebih luas dan meningkatkan kesempatan untuk memperoleh sponsor dan pendanaan dari pihak-pihak yang tertarik. Menurut Suryanto (2015), komunikasi pemasaran merupakan cara perusahaan untuk memberitahu, meyakinkan, dan mengingatkan konsumen tentang produk atau merek yang mereka jual dengan menggunakan media sosial. Melalui komunikasi pemasaran, perusahaan dapat membangun hubungan dan memperkenalkan mereknya kepada konsumen secara efektif serta dapat digunakan untuk membangun citra positif dan menjalin hubungan baik dengan konsumen (P, 2020).

Event organizer dapat membantu menumbuhkan minat berwirausaha mahasiswa dengan menyelenggarakan acara dan kompetisi yang fokus pada kewirausahaan, serta mengundang pembicara yang berpengalaman di bidang tersebut. Dalam bekerja sebagai *event organizer*, mahasiswa juga dapat belajar banyak tentang manajemen bisnis dan keterampilan kreatifitas dan inovasi, yang dapat membantu mereka dalam memulai bisnis di masa depan.

Mahasiswa dapat tertarik untuk menjadi *event organizer* jika terdapat mata kuliah yang berkaitan dengan *event organizer*. Mata kuliah tersebut dapat memberikan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk merencanakan, mengorganisir, dan melaksanakan acara dengan sukses kepada mahasiswa. Selain itu, mata kuliah tersebut juga dapat membuka kesempatan bagi mahasiswa untuk mengembangkan keterampilan dan mengeksplorasi minat mereka dalam organisasi dan manajemen acara, serta memberikan gambaran tentang peluang karir di bidang *event organizer*.

Hasil wawancara mengenai apakah dengan adanya mata kuliah MICE, membuat mahasiswa tertarik untuk menjadi *event organizer*, dalam hal ini informan berpendapat bahwa salah satu mata kuliah yang berkaitan dengan *event organizer* adalah MICE (*Meetings, Incentives, Conferences, and Exhibitions*). Menurut Indrajaya (2015) berpendapat bahwa MICE adalah serangkaian kegiatan di mana para pengusaha dan profesional berkumpul dalam satu tempat untuk membahas masalah, memberikan insentif, mengadakan konferensi, atau pameran.

Mata kuliah MICE atau mata kuliah yang berkaitan dengan *event organizer* dapat membuat mahasiswa berpikir bahwa *event organizer* menjadi peluang untuk berwirausaha. Mahasiswa mengatakan bahwa *event organizer* merupakan peluang usaha yang menjanjikan di era digital saat ini karena permintaan untuk acara-acara seperti konser musik, pameran, seminar, pernikahan, dan lain sebagainya terus meningkat. Namun, untuk menjadi sukses dalam bisnis ini, dibutuhkan keterampilan manajemen, kemampuan untuk berkomunikasi dan bernegosiasi dengan klien, serta kemampuan untuk mengatur dan mengelola sumber daya dengan efektif. Selain itu, juga dibutuhkan kreativitas dan inovasi dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat.

Persaingan yang ketat, anggaran yang terbatas, waktu yang terbatas, dan permintaan klien yang beragam adalah beberapa penghambat untuk menjadi *event organizer*. Untuk mengatasi hambatan tersebut, diperlukan kemampuan untuk berinovasi,

beradaptasi dengan perubahan, membangun jaringan dan relasi yang luas, membuat perencanaan yang matang, dan menjalin hubungan yang baik dengan klien.

Peluang Usaha *Event Organizer*

Setelah masa *new normal* dan vaksinasi, bisnis mulai berkembang termasuk industri *event organizer*. Meski pandemi mempengaruhi bisnis ini, ada peluang untuk berkembang dengan adaptasi dan perubahan cara penyelenggaraan acara. *Event organizer* masih dibutuhkan untuk peristiwa penting seperti pernikahan, ulang tahun, acara perusahaan, konferensi, dan pameran. Para wirausahawan dapat melihat peluang di bidang *event organizer* sebagai alternatif bisnis yang menjanjikan setelah pandemi. Meskipun pandemi Covid-19 telah membatasi kegiatan sosial dan mengubah cara penyelenggaraan acara, peluang bagi *event organizer* untuk berwirausaha masih ada setelah pandemi berakhir. Kegiatan seperti pernikahan, acara keluarga, konferensi, seminar, dan pameran masih akan membutuhkan jasa penyelenggaraan acara yang profesional dengan protokol kesehatan yang ketat. Selain itu, *event organizer* juga dapat mengembangkan inovasi dan membuat pengalaman *virtual* yang lebih menarik dan interaktif bagi pengguna.

Peluang bisnis di bidang *event organizer* saat ini cukup menjanjikan terutama bagi mahasiswa yang memiliki minat dan kreativitas dalam dunia acara. Permintaan akan berbagai macam acara seperti konser musik, pameran, seminar, pernikahan, dan lainnya terus meningkat. Beberapa hal yang perlu dipertimbangkan sebelum memulai bisnis ini antara lain memiliki pengetahuan yang cukup tentang dunia acara, keterampilan dalam merencanakan dan mengkoordinasikan acara, serta memiliki jaringan luas dengan vendor dan pelanggan potensial. Kreativitas juga sangat penting untuk menciptakan acara yang unik dan menarik. Penting untuk mengatur waktu dan *deadline* dengan baik, serta mempromosikan bisnis secara efektif. Bisnis *event organizer* dapat dimulai dengan skala kecil dan memfokuskan pada jenis acara tertentu, kemudian memperluas bisnis seiring dengan meningkatnya permintaan dan pengalaman.

Peran *Event Organizer*

Event organizer memiliki peran penting dalam mempromosikan produk atau merek perusahaan melalui berbagai jenis *event*, seperti *expo* atau pameran. Mereka bertanggung jawab dalam menyusun konsep acara, mengatur jalannya acara, menyusun anggaran, membuat kebijakan, serta bertanggung jawab saat acara berlangsung. Selain itu, *event organizer* juga mengorganisir acara dengan memilih lokasi, menyediakan hidangan, hiburan, dekorasi, mengatur akomodasi, transportasi, dan berkoordinasi dengan klien terkait konsep acara yang akan dilaksanakan.

Menurut Purnomo (2016) terdapat beberapa peranan *event organizer*, yaitu menentukan tema acara karena tema akan menjadi landasan dalam menentukan segala hal yang berkaitan dengan acara, seperti dekorasi, tata letak, menu makanan, hiburan, dan sebagainya. Sementara itu, pemilihan lokasi yang tepat dapat memberikan dampak besar terhadap kesuksesan acara dengan mempertimbangkan faktor aksesibilitas, ukuran tempat, fasilitas, dan budget yang tersedia. *Set up stand* adalah persiapan dan penataan peralatan dan bahan yang dibutuhkan untuk membuat stan atau booth pada suatu acara. Sedangkan membuat *rundown* adalah proses penyusunan jadwal kegiatan atau acara secara terperinci untuk memastikan semua kegiatan berjalan sesuai jadwal yang telah ditentukan sebelumnya. Mengundang media massa adalah mengajak perwakilan media untuk memberitakan acara, sementara membuat *direct mail* adalah membuat surat atau

pesan khusus untuk meningkatkan minat peserta atau pengunjung acara. Dengan mengundang media massa dan membuat *direct mail*, perusahaan dapat mempromosikan acara dengan lebih luas dan meningkatkan kesadaran serta minat orang terhadap acara tersebut. *Technical meeting* adalah pertemuan antara tim penyelenggara dan vendor atau pihak terkait untuk membahas persiapan teknis dan operasional dalam acara. Hal yang dibahas meliputi pengaturan ruangan, penempatan perlengkapan, pengaturan listrik, dan tugas serta tanggung jawab masing-masing pihak terkait. Tujuannya adalah agar semua masalah teknis teratasi sebelum acara dilaksanakan.

Dapat disimpulkan bahwa terdapat banyak peran pada *event organizer*, mulai dari menentukan tema, pemilihan lokasi, *set up stand*, membuat *rundown*, mengundang media massa, membuat *direct mail*, hingga mengadakan *technical meeting*. Hal itu dikarenakan *event organizer* yang mengatasi *event* dari sebelum *event* terlaksana, lalu *event* terlaksana, dan sampai *event* berakhir. Sehingga untuk menjadi *event organizer* dibutuhkan pengetahuan dan keterampilan agar dapat membuat *event* sesuai dengan permintaan klien dan dapat memberikan pelayanan yang terbaik.

KESIMPULAN

Meskipun pandemi COVID-19 mempengaruhi industri *event organizer*, peluang bisnis ini masih ada dengan adaptasi dan perubahan cara penyelenggaraan acara yang sesuai dengan protokol kesehatan. Setelah masa *new normal* dan vaksinasi, permintaan untuk kegiatan sosial dan tatap muka yang dilakukan dengan protokol kesehatan yang ketat masih tinggi. Bisnis *event organizer* dapat menjadi alternatif bisnis yang menjanjikan terutama bagi mahasiswa yang memiliki minat dan kreativitas dalam dunia acara. Beberapa hal yang perlu dipertimbangkan sebelum memulai bisnis ini antara lain memiliki pengetahuan yang cukup tentang dunia acara, keterampilan dalam merencanakan dan mengkoordinasikan acara, serta memiliki jaringan luas dengan vendor dan pelanggan potensial. Kreativitas juga sangat penting untuk menciptakan acara yang unik dan menarik, dan mempromosikan bisnis secara efektif. Bisnis *event organizer* dapat dimulai dengan skala kecil dan memfokuskan pada jenis acara tertentu, kemudian memperluas bisnis seiring dengan meningkatnya permintaan dan pengalaman.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, D., & Septiany, F. R. (2019). Pengaruh Motivasi Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha:(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka). *Jurnal Co Management*, 1(2), 316-331.
- Indrajaya, Titus. (2015). Potensi Industri MICE (Meeting, Incentive, Conference And Exhibition) di Kota Tangerang Selatan, Provinsi Banten. *Jurnal Ilmiah WIDYA*, Vol. 3, No. 2
- Juwita Puspa. (2020). Penerapan Konsep Komunikasi Pemasaran Pada Event Organizer Nuansa Dalam Menyenggarakan Acara Konser Musik. *Umsu Repository*, 26–27.
- Megawati, F. (2016). Kesulitan mahasiswa dalam mencapai pembelajaran bahasa Inggris secara efektif. *PEDAGOGIA: Jurnal pendidikan*, 5(2), 147-156.
- Merakati, I., Rusdarti, R., & Wahyono, W. (2017). Pengaruh orientasi pasar, inovasi, orientansi kewirausahaan melalui keunggulan bersaing terhadap kinerja pemasaran. *Journal of Economic Education*, 6(2), 114-123.

- Nanda Zenmira, K. (2022). *Manajemen Event Gandheng Renteng oleh Komunitas Guru Seni dan Seniman Pasuruan (KGSP)* (Doctoral dissertation, Institut Seni Indonesia Yogyakarta).
- Pradipta, I. B., Dienaputra, R. D., & Septiani, A. (2021). Fashion Streetwear Sebagai Penunjang Musisi Indie di Kota Bandung (1990-2004). *Titian: Jurnal Ilmu Humaniora*, 5(1), 79-100.
- Purnomo, R. A. (2016). *Ekonomi Kreatif Pilar Pembangunan Indonesia*. Ziyad Visi Media.
- Ritonga, Z. (2020). *Buku ajar manajemen strategi (teori dan aplikasi)*. Deepublish.
- Sari, D. P. (2022). Pemanfaatan NFT Sebagai Peluang Bisnis Pada Era Metaverse. *Akrab Juara: Jurnal Ilmu-ilmu Sosial*, 7(1), 237-245.
- Suryanto. 2015. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: Pustaka Setia
- Suseno, KRMT. I. K. 2013, *Cara Pintar Jadi Event Organizer*, Penerbit: Galang Press. Yogyakarta