

BAB II

PERSIAPAN DALAM MENGAET TENANT DAN SPONSOR

Jobdesk Tenant Manager dan Sponsorship

Dalam bab ini akan menjelaskan persiapan yang dilakukan oleh tenant manager dalam menjalankan tugasnya mencari tenant, meyakinkan tenant untuk ikutserta dalam kegiatan acara, serta mempromosikan acara kepada tenant. Selain itu, bab ini juga akan menjelaskan persiapan dari sponsorship seperti mencari sasaran sponsor, kesepakatan kerjasama, serta membuat rancangan anggaran biaya.

2.1 Koordinator Tenant

Tenant Manager bertugas dalam menentukan tenant yang akan ikut serta, menyeleksi tenant, mempromosikan acara kepada tenant, dan bertanggung jawab atas semua yang berhubungan dengan tenant selama acara *GO-FOOD Culinary Festival*. Dalam menjalankan tugasnya, tenant manager membuat strategi agar merchant yang terpilih mau ikut serta dalam acara *GO-FOOD Culinary Festival*.

Acara *GO-FOOD Culinary Festival with 50 best merchants* merupakan festival kuliner pertama yang di adakan oleh GO-FOOD sendiri, maka dari itu perlu adanya strategi yang efektif dalam pemilihan tenant yang akan bergabung dalam *GO-FOOD Culinary Festival with 50 best merchants* agar menarik pengunjung yang datang. Selain itu, mendata keperluan tenant selama event dan

menjaga hubungan baik dengan tenant juga menjadi salah satu tugas dari tenant manager.

Selain acara GO-FOOD Culinary Festival with 50 best merchants, terdapat rangkaian acara bernama Road to GO-FOOD Culinary Festival dimana acara tersebut merupakan acara sebelum GO-FOOD *Culinary* Festival with 50 best merchants. Road to GO-FOOD Culinary Festival sendiri diadakan di beberapa universitas terbaik di Semarang diantara Universitas Diponegoro, Universitas Negeri Semarang, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dan Politeknik Negeri Semarang. Pada acara tersebut, tenant manager bertugas untuk mencari merchant untuk mengisi booth.

a. Event GO-FOOD Culinary Festival with 50 Best Merchants

2.1.1 Mendata dan Seleksi Tenant

GO-FOOD Culinary Festival menghadirkan 50 merchant terbaik di Semarang sesuai dengan kategorinya. Untuk memilih merchant yang ikut serta dalam acara ini, mendapat rekomendasi dari tim GO-FOOD Semarang. Ada beberapa kategori yang dicari dan di berikan oleh tim GO-FOOD Semarang mulai dari makanan khas, makanan ringan, makanan unik, makanan berat, hingga minuman segar. Pemilihan tenant didasarkan atas jumlah *orderan* yang masuk melalui layanan GO-FOOD di aplikasi GO-JEK. Selain itu juga pemilihan tenant didasarkan atas dasar merchant yang memiliki kredibilitas

baik dengan GO-FOOD. Setelah data tersebut di dapatkan, dimulai dengan menyeleksi merchant yang cocok untuk berpartisipasi dalam acara ini. Untuk mengurangi persaingan dalam penjualan, tim memastikan terlebih dahulu menu yang dijual oleh merchant tersebut.

Kendala yang dirasakan oleh tenant manager saat mendata dan menyeleksi tenant ialah harus memastikan bahwa produk yang dijual tersebut tidak menggunakan kompor gas. Hal ini dikarenakan dari pihak mall melarang penggunaan kompor gas untuk area dalam mall. Jadi merchant yang dipilih merupakan merchant yang menjual makanan siap saji, minuman, dan cemilan. *Namun* akhirnya, tim mendapatkan bantuan sponsorship dari salah satu *brand* kompor listrik. Setelah itu, dalam pemilihan tenant dirasa mudah.

Berikut merupakan data merchant yang diundang untuk berpartisipasi dalam acara GO-FOOD Culinary Festival. Ada sekitar 98 *merchant* yang di undang untuk berpartisipasi dalam acara ini, namun memang hanya 50 merchant saja yang akhirnya mengikuti acara ini.

Tabel 2.1 List Merchant yang di Undang

No	Nama Merchant
1	artasema (charater food)
2	Ayam Geprak Nori
3	Banzai Kaya Toast
4	Brownies Kukus Allamanda
5	Caffeine Coffee
6	Carano Juice
7	Cekopi
8	changtea
9	Chicken Granny
10	Chizkek Lumer
11	churros modern
12	Citra Cukit Dulit
13	Cloud9
14	d'Exquisited Cafe&Patisserie
15	Dondon Japanese Cuisine
16	DUM Dum Thai Drink
17	Edzel Buble Tea
18	Es Blend COPAS
19	Es Pisang Ijo Yummy
20	Es Puter Pancasona
21	Evan's Bakery
22	Fat Bubble
23	Foundry Snacks
24	Fresh Fruits Salad Buah Semawis
25	Gosyen Salad, Ngesrep
26	Hangiri Sushi
27	Hokben

No	Nama Merchant
28	Istana & Es Manggala
29	Jagung Manis Aneka Rasa
30	java bananan
31	Java Loenpia
32	Joeragan Dokar
33	Jus Swegemr
34	GUMATEO Majapahit
35	kedai timo sastro
36	Ketan Susu Mamak
37	Kyubi Yogurt
38	Lady's L Egg tart
39	Loffle
40	love waffle
41	Macheloni
42	Makaroni Kapok-kapok
43	makaroni kronis
44	Mas Bro Beverages
45	MAU! Snacks
46	Mie Chubbing
47	Missblack Cafe
48	moaci gemini kentangan
49	Mochi Ice Cream
50	Mochi Sakura
51	Moola
52	Nasi Gurih Yayah 78
53	Nasi Kebuli Filistin
54	Nasi Kebuli Khansa Arabian
55	Nom Nom Es Bubble, Manyaran

No	Nama Merchant
56	Nyoklat Super
57	Odetta Taiwan Chicken
58	Olos Lovers
59	Orenji Sushi
60	Otak-otak Tenggiri Super
61	Pancake Durian Super
62	pangsit mayo
63	panties pizza
64	Paparon Masakan Manado
65	Pasta Porak
66	Pempek Kantin Linda
67	Pempek Sriwijaya
68	Pikeju Go
69	Pipia Lumpia
70	Pisang Selimut
71	Pondok Es Snow White
72	Pondok Juice "Tik Tik"
73	Pondok Prasmanan Panuwun
74	Prekju (spesial Ayam Geprek Keju)
75	Pudding Ayu
76	Pusat Oleh Oleh Wingko Babat & Lumpia NN Meniko
77	Richeese Factory

No	Nama Merchant
56	Nyoklat Super
78	Risoles & Krokot Regency
79	ROEMAHDJAMOE
80	Rujak Es Kim Mak Nyus
81	Sate Taichan Naga
82	Seblak Kawula Muda, Pleburan
83	Sma
84	SmuffMilk
85	Sop Duren Askiku
86	Srabi Solo Mbak Lia
87	Street Zuppa Soup
88	Susu Mumtaz
89	Tahu Gimbal Super Setan
90	Taiwan Tea House
91	Toko Roti Selina
92	Up To Date Cafe
93	Warung "Special Gudeg Yogja"
94	Warung Makan Gado-Gado BJ
95	Wedangan Pak Tjilik
96	Yam-Ci Taiwan Street Snacks

2.1.2 Membuat menyebarkan undangan pada merchant dan Mapping Area

GO-FOOD Culinary Festival merupakan acara yang baru pertama kali di adakan oleh GO-FOOD. Maka dari itu, perlu adanya strategi khusus untuk merchant agar mau berpartisipasi dan ikutserta dalam acara GO-FOOD Culinary Festival with 50 best merchants. Salah satu strategi untuk menggaet merchant agar mau berpartisipasi adalah dengan nama acara yang menggunakan kata *50 best merchant*. Dengan penggunaan kata “50 best merchant”, merchant yang diundang akan merasa bangga apabila ternyata mereka masuk kedalam urutan 50 merchant terbaik. Selain itu, tenant manager

membuat undangan khusus yang diberikan kepada *merchant* yang terpilih serta mengantarkan langsung ke toko atau *door-to-door* sebagai *special service*. Dengan mengantarkan dan memberikan undangan secara langsung kepada *merchant* terpilih, mereka merasa terhormat.

Sebelum menyebarkan undangan, tenant manager harus membuat list alamat dari *merchant* yang akan didatangi. Selain itu, tenant manager harus membagi alamat tersebut menjadi beberapa bagian. Hal ini untuk mempermudah dan lebih efisien agar penyebaran undangan rata dan tidak menghambat waktu. Mapping area di dasarkan atas lokasi daerahnya, mulai dari semarang barat, timur, selatan, dan utara.

Gambar 2.1 surat undangan merchant



2.1.3 Persiapan Technical Meeting

Kegiatan selanjutnya setelah mendapatkan semua yang mengisi booth adalah melakukan *technical meeting*. *Technical meeting* sendiri dilakukan beberapa hari sebelum acara GO-FOOD Culinary Festival. Sebelum melakukan *techmeet*, penulis membuat materi untuk nantinya dijelaskan dan dibahas pada

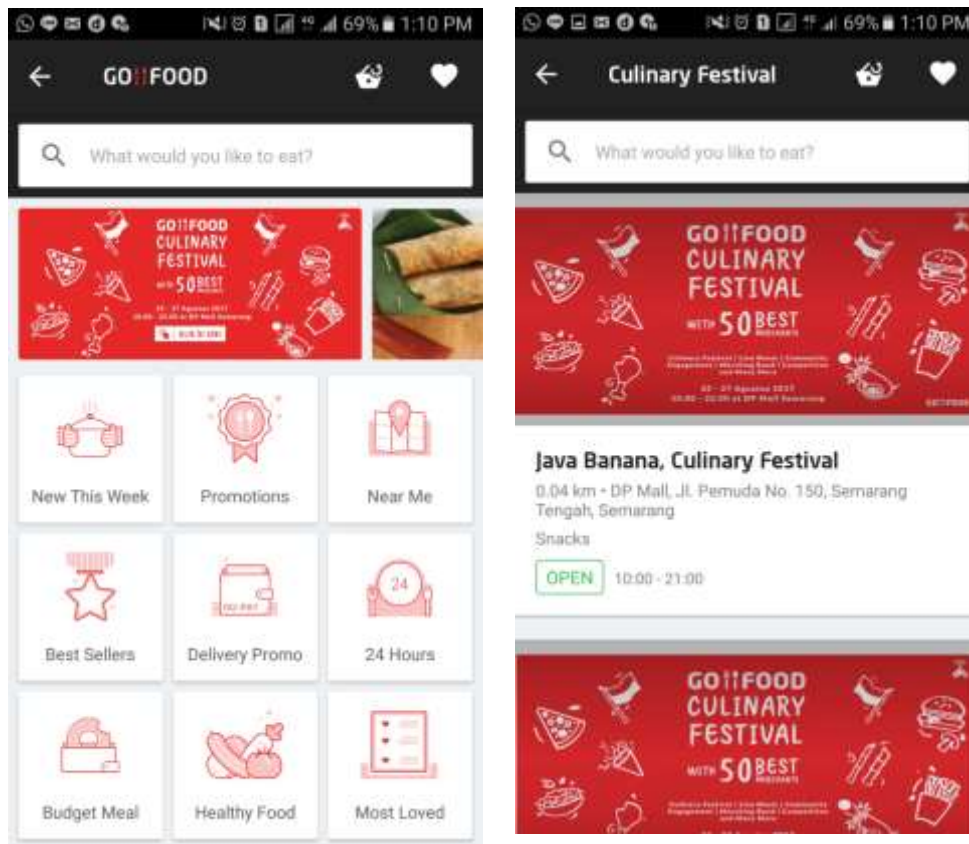
technical meeting. Materi yang dibahas merupakan segala sesuatu mengenai acara. Mulai dari peraturan dan tata tertib *tenant*, waktu *loading in* dan *loading out*, member parkir, barang apa saja yang boleh dibawa dan tidak boleh dibawa, dan tentunya dibahas juga mengenai *mapping area* untuk tenant.

Selain itu, sebelum *technical meeting*, penulis menghubungi tenant-tenant untuk memberitahu mengenai *technical meeting*. Pengumuman dilakukan melalui *boardcast message*. Tak hanya menghubungi pihak tenant, penulis juga menghubungi pihak Vimas sebagai sponsor kompor listrik untuk datang pada *techmeet* tersebut. Vimas sendiri nantinya akan melakukan sebuah demo penggunaan kompor listrik.

2.1.4 Mendata Menu untuk Apps Banner dan MMT

Selama acara GO-FOOD *Culinary Festival with 50 Best Merchants* berlangsung selama 3 hari, terdapat banner dalam layanan GO-FOOD di aplikasi GO-JEK. Banner tersebut menginformasikan bahwa ada event GO-FOOD di DP Mall. Apps banner ini menjadi hal yang menarik selama acara, karena tenant tidak hanya mendapatkan *order* dari pengunjung yang datang ke venue, tetapi juga mendapatkan *order* dari layanan GO-FOOD. Semua tenant yang ikutserta dalam acara ini, terdaftar dalam Apps Banner.

Gambar 2.2 Apps Banner GO-FOOD



Apps banner ini hanya muncul selama acara berlangsung. Selama dua minggu sebelum acara dimulai, tenant manager melakukan pendataan kepada tenant mengenai menu dan harga yang akan di jual selama acara berlangsung. Setelah didapatkan seluruhan data, tenant manager berkoordinasi dengan pihak pusat untuk menyerahkan data ini.

Selain mendata apps banner, penulis juga berkoordinasi dengan para tenant untuk mengumpulkan logo dan foto makanan dari mereka untuk dijadikan backdrop. Pengumpulan logo dan foto makanan cukup sulit

dikarenakan banyaknya tenant yang memberikan logo ataupun foto makanan dengan kualitas file yang kecil. Selain itu, tenant manager juga harus memastikan apakah nama *merchant* sesuai dengan yang tertera pada aplikasi GO-FOOD.

Gambar 2.3 Salah satu Foto dari Pipia Loenpia



b. Road to GO-FOOD Culinary Festival

Road to GO-FOOD Culinary Festival sendiri merupakan rangkaian acara yang diadakan sebelum GO-FOOD Culinary Festival with 50 best merchant. Acara ini dilaksanakan di empat kampus terkenal di Semarang, diantaranya Universitas Diponegoro, Universitas Negeri Semarang, Universitas Islam Negeri

Walingoso, dan Politeknik Negeri Semarang. Pada acara ini, di undang satu *merchant* untuk berjualan di kegiatan penerimaan mahasiswa baru.

2.1.5 Memilih dan menghubungi *merchant*

Acara Road to GO-FOOD Culinary Festival yang diadakan di tiga kampus ini memiliki segmentasi yang berbeda. Oleh karena itu untuk *merchant* yang mengisi booth disesuaikan dengan segmentasinya. *Merchant* yang mengisi booth selama acara ini hanya *merchant* yang menjual produk minuman saja. Pemilihan ini didasarkan atas pertimbangan kegiatan yang dilaksanakan di kampus merupakan kegiatan penerimaan mahasiswa baru dan dilakukan di lapangan terbuka, produk yang paling pertama di cari saat mereka kepanasan adalah minuman yang segar maupun yang dingin. Selain itu harga yang dijual pun harus sesuai dengan kantong mahasiswa.

Setelah berdiskusi dengan tim GO-FOOD dan melihat daftar *best merchant* yang diundang, tenant manager akhirnya memutuskan untuk bekerja sama dengan Coklat Point dan Green Cincau. Harga dari kedua produk tersebut terbilang yang paling ramah untuk kantong mahasiswa.

2.2 Koordinator Sponsorship

Koordinastor sponsorship bertugas mendata kekurangan kebutuhan yang tidak bisa disediakan pada saat acara, menentukan target sponsor, dan memastikan surat perjanjian kerjasama dengan pihak sponsor.

2.2.1 Mendata Kekurangan Kebutuhan

Sponsorship bertugas untuk mendata kekurangan kebutuhan yang tidak bisa di *support* oleh GO-JEK. Kebutuhan yang tidak bisa di *support* oleh GO-JEK diantaranya kompor listrik, air mineral, dan penyebaran promosi yang lebih luas. Untuk permasalahan kompor listrik dibutuhkan karena adanya larangan penggunaan kompor gas di dalam area mall. Untuk mengatasi masalah tersebut, maka dibutuhkan kompor listrik, hal ini karena acara ini merupakan bazar kuliner yang memang mengharuskan menggunakan kompor. Selain itu, dikarenakan ini merupakan bazar kuliner, kebanyakan pengunjung yang datang mencari minuman. Hal ini menjadi peluang yang bagus, apabila bisa mengajak salah satu brand air mineral untuk bekerjasama menjadi satu-satunya *official* air mineral yang ada di acara GO-FOOD Culinary Festival. Tak hanya itu, untuk menjangkau masyarakat yang lebih luas, maka diperlukannya promosi yang lebih besar juga. Untuk itu, menjalin kerjasama dengan salah satu provider merupakan peluang yang bagus dalam melakukan penyebaran informasi mengenai acara GO-FOOD Culinary Festival ini.

2.2.2 Menentukan Target Sponsorship

Acara GO-FOOD Culinary Festival tidak bisa berjalan sendiri tanpa adanya pihak-pihak yang mendukung menyukseskan acara ini. Ada beberapa kebutuhan yang diperlukan agar acara ini berjalan lancar. Salah satunya yaitu kebutuhan akan kompor. Pelarangan penggunaan kompor gas di dalam area membuat tenant manager dan tim berdiskusi untuk mencari sponsorship dari salah satu *brand*. Setelah mencari dan berdiskusi akhirnya didapatkan salah satu *brand* kompor listrik yang open booth di DP Mall yaitu Vimas Indonesia.

Selain dari kompor listrik, tim juga mencoba menghubungi beberapa produk air mineral. Diantaranya Pelangi, Aguaría, dan Aqua. Pertama pengajuan tim menghubungi pihak pelangi, namun penawaran dari pihak pelangi tidak menguntungkan untuk pihak kami dikarenakan mereka tidak bisa memberikan minuman secara gratis. Setelah itu kami mencoba menghubungi pihak Aqua dan Aguaría secara bersamaan. Setelah itu, tim juga mencoba bertemu dengan salah satu provider yaitu 3 untuk publikasi.

2.2.3 Membuat Rancangan Anggaran Biaya

Rancangan anggaran biaya dibuat untuk mengetahui seberapa besar dana yang dibutuhkan untuk membuat suatu event. Berikut merupakan rencana anggaran biaya :

Budgeting Event Road to GFC

No	Item	Harga	Unit	Total
1	Jasa Pemasangan Booth	Rp 1.000.000	1	Rp 1.000.000
2	Flyer (rim)	Rp 300.000	1	Rp 300.000
KESELURUHAN				Rp 1.300.000

Budgeting GO-FOOD Culinary Festival with 50 Best Merchants

No	Item	Harga	Unit	Freq	Total	
Production						
1	Sound System 2000w + 3 tripod	Rp 1.500.000	1	Set	3	Rp 4.500.000
2	Lighting Parled	Rp 500.000	1	Set	3	Rp 1.500.000
3	Tenda Partisi 2x2m	Rp 300.000	50	Tenda	1	Rp 15.000.000
4	MMT Merchant (0,5x1,5m)	Rp 30.000	50	Tenda	1	Rp 1.500.000
5	Karpet	Rp 20.000	50	Tenda	1	Rp 1.000.000
6	Meja 120x60cm	Rp 20.000	50	buah	3	Rp 3.000.000
7	Kursi lipat	Rp 5.000	100	buah	3	Rp 1.500.000
8	Instalasi Listrik 2A	Rp 50.000	50	stand	1	Rp 2.500.000
9	Photobooth	Rp 300.000	1	buah	1	Rp 300.000
10	Dekorasi	Rp 1.000.000	1	event	1	Rp 1.000.000
11	Video	Rp 1.500.000	1	event	1	Rp 1.500.000
12	Gate Utama 2,5x4	Rp 1.800.000	1	buah	1	Rp 1.800.000
13	Gate Tambahan 2,5x2	Rp 1.500.000	4	buah	1	Rp 6.000.000
Publikasi						
14	Invitation A5	Rp 10.000	60	lembar	1	Rp 600.000
16	Poster	Rp 3.200	300	lembar	1	Rp 960.000

17	Buzzer	Rp 300.000	4	orang	1	Rp 1.200.000
18	Flyer	Rp 400.000	2	rim	1	Rp 800.000
	Backdrop 3x5	Rp 4.000	15	event	1	Rp 60.000
Program						
19	Sewa Venue	Rp 10.000.000	1	hari	3	Rp 30.000.000
20	Fee Akustikan	Rp 500.000	2	Band	1	Rp 1.000.000
21	Marching Band	Rp 500.000	1	event	1	Rp 500.000
Hadiah						
22	Photo Competitions	Rp 1.000.000	1		1	Rp 1.000.000
23	Voucher Komunitas	Rp 30.000	60	komunitas	1	Rp 1.800.000
24	GO-PAY Pemenang Media Sosial	Rp 500.000	1		1	Rp 500.000
Lainnya						
25	Volunter	Rp 300.000	2	orang	1	Rp 600.000
26	TrashBag	Rp 5.000	60	buah	3	Rp 900.000
Biaya Tak terduga						Rp 8.102.000
TOTAL KESELURUHAN						Rp 89.122.000

Pemasukan				
No	Event	Biaya	Freq	Jumlah
1	Tenant	Rp 1.000.000	18	Rp 18.000.000
		Rp 1.200.000	32	Rp 38.400.000
2	GO-JEK	Rp 40.000.000	1	Rp 40.000.000

Total	Rp 96.400.000
-------	---------------

Pengeluaran				
No	Event	Biaya	Freq	Jumlah
1	Event Campus	Rp 1.300.000	4	Rp 5.200.000
2	Event Mall	Rp 1.300.000	1	Rp 1.300.000
3	GO-FOOD Culinary Festival	Rp 89.122.000	1	Rp 89.122.000
Total				Rp 95.622.000

Laba/Untung		
1	Pemasukan	Rp 96.400.000
2	Pengeluaran	Rp 95.622.000
Keuntungan		Rp 778.000