

BAB V

REFLEKSI, KESIMPULAN, DAN SARAN

Pada bab ini akan membahas cara pandang penulis mengenai refleksi kritis pada kegiatan GO-FOOD Culinary Festival sebagai tenant manager, dan sponsorship dengan penerapan konsep yang telah dipelajari penulis selama masa perkuliahan.

Dalam bab ini juga akan dijelaskan mengenai kesimpulan hasil yang telah dicapai oleh Tenant Manager dan Sponsorship dalam keseluruhan kegiatan GO-FOOD Culinary Festival. Selain itu juga akan dibahas mengenai saran yang dapat digunakan bagi pihak yang akan melakukan kegiatan serupa.

5.1 Refleksi Kritis

5.1.1 Aplikasi *event management* sebagai Tenant Manager

Acara GO-FOOD Culinary Festival merupakan event kuliner pertama yang diadakan oleh GO-JEK yang dilaksanakan di Semarang. Event ini menghadirkan 50 *merchants* terbaik yang telah bergabung dengan GO-FOOD. Penulis sebagai tenant manager memiliki tugas dan tanggungjawab yang cukup penting. Banyaknya tenant yang bergabung merupakan salah satu penilaian dari keberhasilan tenant manager.

Saat masa perkuliahan, penulis mendapatkan ilmu mengenai *event management*. Bagaimana membuat dan melaksanakan suatu event dengan baik.

Hal ini pun penulis terapkan saat mengerjakan karya bidang. Dalam ilmu *event management* yang telah penulis dapatkan, ada beberapa hal penting saat kita ingin membuat event. Diantaranya, di bagi menjadi tiga tahap. Pertama tahap perencanaan, persiapan, dan pelaksanaan. Dalam tahap pertama, penulis dan tim melakukan perencana event seperti menentukan konsep acara, menentukan siapa yang menjadi target dalam event ini, siapa yang akan mengisi acara ini, bagaimana anggaran dana dan sebagainya. Setelah itu, penulis melakukan persiapan yang berhubungan dengan jobdesk yang telah diberikan seperti mendata tenant yang akan berpartisipasi. Dan tahap terakhir adalah tahap pelaksanaan, dimana penulis turun langsung untuk memberikan undangan kepada merchant terpilih, melakukan follow up, melakukan technical meeting, dan pada saat acara berlangsung, penulis memastikan keperluan dan kebutuhan tenant tercukupi.

Selain itu, ada pelajaran yang bisa di pergunakan selama membuat dan melaksanakan event ini yaitu teknik negosiasi, lobbying dan teknik *marketing*. Teknik tersebut sangat diperlukan agar *merchant* mau ikut serta dalam kegiatan ini. Salah satunya dengan menggunakan kata “50 best merchant”. Dengan menggunakan kata tersebut pada nama acara, sudah menjadi kebanggaan dari tenant apabila mengikuti acara ini. Tak hanya itu, membagikan undangan secara langsung juga menjadikan salah satu cara menarik untuk memikat hati *merchant*. Karena pada saat itu pula kita bisa berkomunikasi langsung dan

turun ke lapangan untuk menyampaikan maksud dan terkadang mendengarkan kritik dan saran. Selain itu, bagi *merchant* yang mengikuti acara ini, akan diberikan sertifikat sebagai 50 *best merchants* GO-FOOD.

1.1.2 Peran Sponsorship dalam event

Dalam menyelenggarakan suatu event, ada berbagai pihak yang berpengaruh demi kelancaran kegiatan tersebut. Salah satunya merupakan sponsor. Peran dari sponsor memiliki peranan yang cukup penting. Salah satunya adalah pihak sponsor bisa melakukan *supporting* dalam berbagai bentuk yang dibutuhkan selama event. Dalam melakukan kerja sama perlu adanya kepercayaan antara kedua belah pihak dari pihak penyelenggara maupun pihak sponsor.

Sponsorship sendiri tidak hanya menguntungkan bagi pihak penyelenggara, melainkan dari pihak yang melakukan kerjasama. Diantaranya meningkatkan *awareness* dari perusahaan tersebut, sebagai ajang promosi dan publikasi, meningkatkan penjualan, dan juga bisa menonjolkan produk unggulan maupun produk terbaru dari perusahaan tersebut.

Dalam memilih pihak-pihak yang ingin diajak kerjasama tentunya harus ada beberapa hal yang perlu di lihat dari perusahaan tersebut diataranya memiliki target market yang sama. Dengan memiliki target market yang sama kemungkinan besar pihak sponsor untuk bergabung dan bekerja sama dengan pihak penyelenggara event semakin terbuka.

1.2 Kesimpulan

GO-FOOD Culinary Festival berhasil diadakan di DP Mall pada tanggal 25- 27 Agustus 2017 ini menghadirkan 49 *best merchant* di Semarang. Merchant yang mengikuti acara ini merupakan merchant terbaik dari setiap kategorinya.

Pada awal perencanaan, acara ini akan menghadirkan 50 merchant, namun seiring dengan berjalannya waktu pengurangan 1 merchant ini dilakukan dikarenakan dibutuhkannya satu space untuk booth GO-FOOD. Booth ini segala aktivitas mengenai *claim voucher free food*, penukaran voucher-voucher yang beredar selama acara, dan sebagai pusat informasi. Walaupun begitu, jumlah *merchant* yang ingin mengikuti acara ini lebih dari 50, namun beberapa dari mereka kami tolak dikarenakan tempat yang tidak memungkinkan.

Selain itu, acara ini, di support oleh tiga sponsor yaitu Vimas Indonesia yang memberikan pinjaman kompor listrik sebanyak 25 buah, Aguaria yang memberikan product secara gratis sebanyak 75 karton, dan juga Three (3) yang membantu mempublikasikan acara ini dengan memberikan sms blast kepada 10.000 pengguna aktif di Semarang dan juga memberika secara gratis spot billboard yang berada di Tanah Putih.

5.3 Saran

Ada beberapa saran yang akan penulis sampaikan sebagai tenant dan sponsorship manager untuk pelaksanaan acara serupa yang akan dilakukan kemudian hari.

- Dalam melakukan proses *open tenant* dilakukan dari jauh-jauh hari sekitar dua bulan sebelum acara untuk mempermudah proses pencarian dan melakukan penyeleksian.
- Untuk membuat acara kuliner, harus mengetahui restoran mana yang cocok untuk dihadirkan dalam sebuah bazar kuliner. Salah satunya makanan ringan sangat cocok untuk mengisi bazar makanan. Untuk makanan berat seperti nasi harus dipertimbangkan terlebih dahulu.
- Penempatan layout makanan dan minuman harus dipikirkan. Sebaiknya sebagai tenant manager harus mengetahui tenant mana yang memiliki potensi di datangi oleh pengunjung lebih banyak. Untuk memecah penumpukan, tenant yang sekiranya mempunyai pelanggan lebih untuk di tempatkan di tempat yang pojok. Selain itu, komposisi makanan yang sejenis pun harus dipertimbangkan.
- Untuk Pihak GO-JEK sebaiknya acara atau kegiatan seperti ini lebih disering dilakukan untuk meningkatkan *engagement* terhadap pihak-pihak terkait.

DAFTAR PUSTAKA

Arifin, Hasnul dan Tri Admojo. 2016. *Mendirikan StartUp yang Diburu Angel Investor & Big Fund*. Yogyakarta: Media Pressindo.

Chaturvedi, Dr Ashutosh. 2009. *Event Management "A Professional and Developmental Approach"*. India : Global India Publications Pvt Ltd

Goldblatt, Dr Joe. 2013. *Special Events "Creating and Sustaining a New World For Celebration"*. John Wiley & Sons.

Masterman, Guy dan Emma Wood. 2007. *Innovative Marketing Communications*. London: Routledge.

Megananda, Yudhi dan Johanes Ariffin. 2009. *7 Langkah Jitu Membangun Bisnis Event Organizer*. Jakarta: Bhuana Ilmu Populer.

Nugrahanto, Pradipta. 2008. *Tips&Trik Event Organizing*. Bandung : Yrama Widya

Professional Convention Management Association. 2008. *Professional Meeting Management: Comprehensive Strategies for Meetings, Conventions, and Events*.

Ramdhan, Hendry E. 2016. *Startupreneur Menjadi Entrapreneur Startup*. Jakarta: Penebarplus

<https://www.GO-JEK.com/faq>, diakses pada 24 Mei 2017

https://jakarta.bps.go.id/backend/pdf_publicasi/Statistik-Transportasi-DKI-Jakarta-Tahun-2010.pdf , diakses pada 23 Mei 2017

<https://www.go-jek.com/> diakses pada tanggal 2 Agustus 2017

<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.gojek.app&hl=in> diakses pada tanggal 24

Mei 2017