

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar belakang**

Dalam kehidupan yang semakin modern ini dimana semua serba praktis dan efisien, banyak masyarakat baik perorangan maupun badan, swasta maupun pemerintah cenderung memilih untuk menyerahkan pelaksanaan acaranya berupa pesta, perayaan, seminar, rapat, dan sebagainya untuk dikelola oleh pihak yang memiliki keahlian khusus dalam menyelenggarakan suatu kegiatan dan profesional di bidang penyelenggaraan, yang lebih dikenal dengan sebutan *event organizer (EO)*.

Dengan demikian, si pemilik acara mengharapkan acara yang dilaksanakan mencapai sasaran dan target yang diinginkan. *Event Organizer (EO)* sendiri merupakan usaha yang bergerak di bidang industri kreatif yang menyelenggarakan banyak acara seperti pertunjukan musik, pesta pernikahan, pesta ulang tahun, perayaan, dan sebagainya.

Tingginya permintaan akan jasa *Event Organizer*, menjadikan *Event Organizer* sebagai sebuah usaha yang menarik dan menjanjikan sehingga menarik minat para pelaku bisnis terutama orang-orang muda yang kreatif yang melihat bahwa bisnis *Event Organizer* ini sebagai usaha yang menguntungkan. Pihak manajemen *Event Organizer* berusaha untuk mempersiapkan berbagai hal yang menjadi bahan pertimbangan konsumen, baik konsep yang ditawarkan

dan terutama jasa pelayanannya, sehingga dapat memberikan kepuasan bagi konsumennya. Oleh karena itu pengelolaannya perlu ditangani dengan profesional, dimana kita hanya perlu menjelaskan dan menggambarkan acara seperti apa yang akan kita selenggarakan dan nantinya segala persiapan akan diurus oleh *Event Organizer*.

Banyak orang beranggapan bahwa usaha *Event Organizer* sebagai bentuk kepanitian yang hanya memerlukan banyak orang, maka akan berhasil padahal tidak. Dalam penyelenggaraannya usaha *Event Organizer* ini sangat kompleks dan penuh dinamika karena banyak faktor-faktor yang harus dipertimbangkan dalam setiap kegiatannya antara lain pada saat acara sedang berlangsung, materi yang telah dipersiapkan dapat berubah atas permintaan pemilik acara, orang yang terlibat langsung dalam acara juga harus dipertimbangkan keahliannya dalam mengisi acara.

PT. Ide Jaya Kreasindo atau yang biasa disebut IdeaPro adalah perusahaan yang berawal dari sebuah tim yang bekerja di sebuah perusahaan *event organizer*, yaitu Irham Kafrawi dan Irfan Firmansyah. Akhirnya pada tahun 2010 mereka mendirikan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang *event organizer* yang dipimpin oleh Irham Kafrawi, SE., dan bertempat di Jl. Kayumanis X no.68. PT Ide Jaya Kreasindo dengan perlahan mulai menancapkan namanya di dunia *Event*. Berbagai *Event* baik skala regional, nasional, maupun internasional sudah pernah dilaksanakan. Berbagai macam *Brand* baik *Food and Beverages*, Otomotif, Kesehatan, Kontraktor, *Provider*,

Rokok, dan lain-lain sudah merasakan kesuksesan bekerjasama dengan PT. Ide Jaya Kreasindo.

Selain melayani jasa *event organizer*, PT. Ide Jaya Kreasindo juga melayani pengembangan di bidang produksi, baik *booth*, *merchandise*, *Stage*, dll. Setelah 4 tahun berjalan, PT. Ide Jaya Kreasindo juga mulai merambah di bidang *placement advertising* dan sekarang sudah mempunyai 25 karyawan tetap serta 70 karyawan *outsorce* sesuai dengan kebutuhan *event* itu sendiri. Dengan motto “*to complete you marketing and communication needs*”, yang mengandung arti bahwa PT. Ide Jaya Kreasindo berharap dapat memberikan solusi bagi apapun jenis kegiatan baik internal maupun eksternal dengan kreatif dan kualitas terbaik dan berusaha untuk menyampaikan pesan kepada konsumen baik secara *off air* maupun *on air* dapat terlaksana dengan baik.

Melihat uraian-uraian diatas, maka diperlukan analisis mengenai PT Ide Jaya Kreasindo dalam lingkup bisnis *Event Organizer* menggunakan metode SWOT. Penulis akan melakukan penulisan yang berjudul “**ANALISIS SWOT JASA EVENT ORGANIZER PT IDE JAYA KREASINDO**”.

## **B. Perumusan masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, penulis memfokuskan permasalahan yaitu apakah bauran pemasaran PT Ide Jaya Kreasindo dapat menarik *customer*.

## C. Tujuan dan manfaat penulisan

### 1. Tujuan penulisan

Tujuan dari penulisan ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mendeskripsikan kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunity*), ancaman (*Threat*) pada bauran pemasaran yang diterapkan oleh PT Ide Jaya Kreasindo pada produk Jasa *Event Organizer*.
- b. Untuk mengetahui apakah bauran pemasaran produk tersebut sudah tepat untuk menarik konsumen.

### 2. Manfaat Penulisan

- a. Manfaat teoritis

Sebagai bahan penelitian dan referensi dalam hal produk jasa *Event Organizer*.

- b. Manfaat praktis

Sebagai bahan pertimbangan untuk perusahaan untuk membuat keputusan strategis meningkatkan tingkat penjualan produk jasa *Event Organizer*.