

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

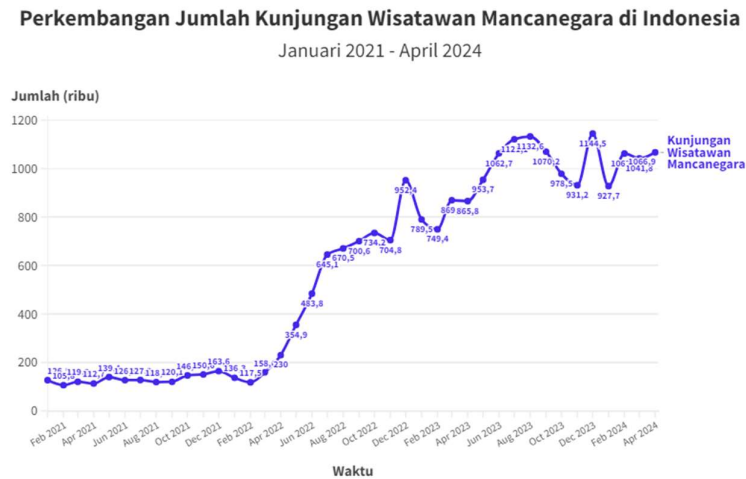
Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) ke Indonesia periode Januari – April 2024 mencapai 4,09 juta, melampaui capaian tertinggi dalam empat tahun terakhir. Angka ini tumbuh 24,85% dibandingkan periode sama tahun 2023 yang sebesar 3,28 juta kunjungan, menandakan pemulihan signifikan sektor pariwisata Indonesia.

Pada April 2024, kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) ke Indonesia mencapai 1,06 juta, mengalami pertumbuhan 2,41% secara bulanan (month-on-month). Sementara secara tahunan, terjadi kenaikan signifikan sebesar 23,23% dibandingkan April 2023, menunjukkan tren positif yang berkelanjutan dalam pemulihan pariwisata Indonesia.

GAMBAR 1

DATA PERKEMBANGAN JUMLAH KUNJUNGAN

WISATAWAN MANCANEGERA DI INDONESIA (2021-2024)



Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS)

GoodStats

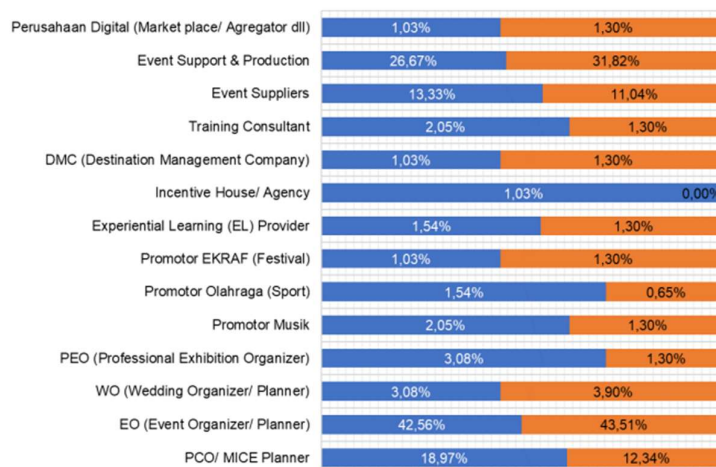
Sumber: Badan Pusat Statistik (2024). *Perkembangan Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara di Indonesia*

Badan Pusat Statistik (BPS) dalam laporan Perkembangan Pariwisata April 2024 (3 Juni 2024) menyatakan bahwa kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) saat ini telah melampaui kondisi awal pandemi Covid-19. Sebagai perbandingan, pada April 2020 jumlah wisman hanya tercatat 158,07 ribu kunjungan, angka yang jauh lebih rendah dibandingkan capaian terkini. Pemulihan ini didorong oleh melonggarnya pembatasan perjalanan internasional di berbagai negara pascapandemi, serta gelaran berbagai acara internasional di Indonesia yang turut meningkatkan daya tarik bagi wisatawan asing.

Pemulihan pariwisata ini juga tak lepas dari kontribusi industri pendukung seperti jasa *Event Organizer* (EO), yang kian populer berkat perannya dalam mengelola berbagai acara secara komprehensif, mulai dari perencanaan, hingga eksekusi. Berbeda dengan model penyelenggaraan tradisional, EO menawarkan solusi praktis untuk *event* berbagai skala, mulai dari lokal hingga internasional. Data survei profil bisnis industri *event* Indonesia (2020–2021) pun mengonfirmasi dominasi EO dalam pasar ini.

GAMBAR 2

DATA HASIL SURVEI DISTRIBUSI PROFIL BISNIS DALAM INDUSTRI EVENT DI INDONESIA (2020–2021)



Sumber: IVENDO (2022). *Hasil Survei Dinamika Industri Event Indonesia di Tengah Pandemi 2020–2021, halaman 7*

Berdasarkan data yang ada, dapat disimpulkan bahwa *event organizer* adalah sektor bisnis yang dominan dalam jumlah, terutama dalam industri acara di Indonesia selama tahun 2020 – 2021. Hal ini juga memberikan gambaran tentang beragamnya jenis perusahaan yang terlibat dalam industri acara, seperti perusahaan digital, *event support and*

production, event suppliers, training consultant, destination management company, incentive house / agency, experiential learning provider, promotor EKRAF (Festival), promotor olahraga, promotor musik, professional exhibition organizer, wedding organizer / planner, event organizer, hingga professional conference organizer dan MICE planner. Temuan survei ini semakin menegaskan bahwa *event organizer* tetap memegang peran utama dalam pelaksanaan berbagai acara di Indonesia.

Seiring dengan pesatnya perkembangan tren *event organizer*, penting untuk memahami konsep dasar dari *event* itu sendiri. Indriyati dan Hasanudin (2021) menjelaskan bahwa *event* adalah suatu kegiatan yang disusun melalui perencanaan yang cermat dan terarah, melibatkan berbagai elemen seperti orang, waktu, tempat, dan fasilitas pendukung. *Event* tersebut diselenggarakan dengan tujuan tertentu dan dirancang untuk menciptakan pengalaman yang tak terlupakan.

Menurut Noor (2009), terdapat empat kategori *event*, yaitu acara hiburan (*leisure events*), acara budaya (*cultural events*), acara pribadi (*personal events*), dan acara organisasi (*organizational events*). Berikut adalah penjelasannya:

1. **Acara Hiburan (*Leisure Events*):** Acara ini biasanya berkembang dalam konteks kegiatan olahraga yang mengandung unsur kompetisi dan dapat menarik perhatian banyak penonton.

2. **Acara Pribadi (*Personal Events*):** Acara ini melibatkan anggota keluarga atau teman dekat, dan umumnya memiliki skala yang lebih kecil. Contohnya termasuk pesta pernikahan dan perayaan serupa.
3. **Acara Budaya (*Cultural Events*):** Acara ini berkaitan erat dengan warisan budaya atau memiliki nilai sosial yang signifikan dalam masyarakat. Seiring dengan kemajuan teknologi, acara budaya kini menjadi lebih menarik dan mampu beradaptasi dengan perkembangan zaman, menciptakan harmoni yang berkesan antara tradisi dan inovasi.
4. **Acara Organisasi (*Organizational Events*):** Jenis acara ini dirancang untuk mencapai tujuan tertentu dari sebuah organisasi. Contohnya termasuk konferensi partai politik atau pameran yang diadakan oleh perusahaan untuk kepentingan bisnis mereka.

PT Kreasi Muda Komunikasi, yang lebih dikenal dengan nama KM Communication, merupakan salah satu *event organizer* di Indonesia yang berlokasi di Jakarta Selatan, Provinsi DKI Jakarta. Perusahaan ini didirikan pada tahun 2012 oleh Kevint Mulya, yang saat ini menjabat sebagai *Chief Executive Officer* (CEO). KM Communication berfokus pada penyediaan layanan profesional untuk memenuhi kebutuhan klien di sektor acara, terutama dalam perencanaan dan pelaksanaan acara jenis *organizational events*.

Agar KM Communication dapat beroperasi dengan efektif dan mencapai tujuannya, setiap tahap penyelenggaraan acara harus dilaksanakan secara sistematis dan terstruktur. Namun, di balik perencanaan yang matang dan pelaksanaan yang baik, ada satu faktor kunci yang

menentukan keberhasilan sebuah *event organizer*, yaitu Sumber Daya Manusia (SDM). Menurut Soemarsono (2018), sebagai sebuah organisasi, *event organizer* tidak dapat berjalan tanpa dukungan tim yang solid dan kompeten. SDM memainkan peran krusial dalam memastikan setiap aspek penyelenggaraan acara dapat terlaksana dengan optimal. Sumber daya manusia merupakan elemen yang tak terpisahkan dari organisasi mana pun, termasuk dalam industri *event*.

Sebagai *event organizer*, KM Communication memiliki tim yang terdiri dari 27 pegawai tetap, dengan rincian sebagai berikut:

TABEL 1
DATA PEGAWAI KM COMMUNICATION

No.	Jabatan	Jumlah Pegawai
1.	<i>Chief Executive Officer (CEO)</i>	1 orang
2.	<i>Chief Finance Officer (CFO)</i>	1 orang
3.	<i>Account Executive</i>	6 orang
4.	<i>Finance</i>	2 orang
5.	<i>General Affair</i>	2 orang
6.	<i>Creative Design 2D</i>	1 orang
7.	<i>Creative Design 3D</i>	5 orang
8.	<i>Creative Design 4D and Production</i>	6 orang
9.	<i>Multimedia and Documentation</i>	1 orang
10.	<i>Public Relation and Equipment</i>	2 orang
Jumlah Keseluruhan Pegawai		27 orang

Sumber: KM Communication (2025). *Data keseluruhan pegawai di KM Communication 2025.*

Pendekatan yang terstruktur dalam mengelola SDM di suatu perusahaan sangat penting, yang kemudian ditegaskan oleh Marwansyah (2014:3-4), yang menjelaskan bahwa proses pengelolaan dan optimalisasi SDM dalam suatu perusahaan dikenal dengan manajemen sumber daya manusia. Menurut Edy Sutrisno (2019), manajemen sumber daya manusia mencakup berbagai kegiatan yang dirancang secara strategis, mulai dari perekrutan, pengembangan, hingga mempertahankan dan memanfaatkan SDM yang ada. Tujuan utamanya adalah memastikan organisasi dapat mencapai sasaran yang telah ditetapkan, sekaligus memenuhi kebutuhan individu yang bekerja di dalamnya.

Sumber daya manusia yang memainkan peran penting dalam menjalankan semua kegiatan di KM Communication adalah *account executive*. Menurut Hasanti (2020), seorang *account executive* memiliki tanggung jawab utama karena berinteraksi langsung dengan klien, untuk memahami setiap kebutuhan dan keinginan yang terkait dengan penyelenggaraan acara. Peran ini mencakup diskusi mengenai konsep acara, penyampaian berbagai ide yang telah disusun oleh tim kreatif dan tim proyek, serta mencapai kesepakatan dengan klien. Posisi *account executive* berfungsi sebagai penghubung atau mediator antara klien dan tim proyek serta tim kreatif, memastikan komunikasi berjalan lancar sehingga acara dapat terlaksana sesuai dengan tujuan yang ditetapkan.

Dalam menjalankan perannya, *account executive* di KM Communication memegang dua peran dalam satu periode pelaksanaan suatu acara, yaitu sebagai *account executive* sekaligus *project officer*. Menurut Syamsurizal (2020), *project officer* adalah individu yang bertanggung jawab dalam memimpin dan mengelola proyek acara secara keseluruhan. Mereka harus memiliki kemampuan dalam mengatur semua aspek manajemen proyek, mulai dari perencanaan hingga eksekusi, agar acara dapat berjalan dengan sukses dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Seluruh tugas dan tanggung jawab yang dijalankan oleh *account executive* dalam satu periode pelaksanaan acara dikenal sebagai beban kerja. Hal ini sejalan dengan pernyataan Koesomowidjojo (2017:21) yang menyebutkan bahwa beban kerja adalah segala jenis tugas atau pekerjaan yang diberikan kepada sumber daya manusia dan harus diselesaikan dalam waktu tertentu. Koesomowidjojo (2017:33) juga menyebutkan tiga indikator beban kerja, yaitu kondisi pekerjaan, penggunaan waktu kerja, dan target yang harus dicapai.

Dalam pemberian beban kerja kepada pegawai, perlu ada keseimbangan dengan kompetensi dan kemampuan yang dimiliki oleh masing-masing pegawai. Oleh karena itu, diperlukan proses analisis faktor – faktor yang mempengaruhi beban kerja, yang dijelaskan dalam Pasal 1 Poin 2 PERMENDAGRI NO.12/2008 tentang Pedoman Analisis Beban Kerja di Lingkungan Departemen Dalam Negeri dan Pemerintah Daerah. Analisis beban kerja merupakan suatu teknik manajemen yang dilakukan

secara sistematis untuk memperoleh informasi mengenai tingkat efektivitas dan efisiensi kerja organisasi berdasarkan volume kerja.

Menurut Mulyani (2021:26), analisis beban kerja sangat penting untuk dilakukan oleh setiap perusahaan. Dengan melakukan analisis ini, perusahaan dapat merasakan berbagai manfaat, baik untuk pimpinan maupun manajer. Berikut adalah beberapa manfaat dari analisis beban kerja:

1. Menentukan Kebutuhan Pegawai

Dengan melakukan perhitungan yang akurat, perusahaan dapat menentukan jumlah pegawai yang dibutuhkan, sehingga penggunaan sumber daya manusia menjadi lebih efisien dan biaya operasional dapat dikurangi.

2. Mendukung Perencanaan Sumber Daya Manusia

Analisis ini sangat bermanfaat dalam perencanaan sumber daya manusia, mulai dari tahap perekrutan hingga penempatan pegawai.

3. Menetapkan Standar Waktu Kerja

Setelah melakukan analisis beban kerja, perusahaan dapat menentukan seberapa efektif jumlah jam yang dibutuhkan untuk menyelesaikan suatu tugas, yang kemudian dijadikan sebagai standar waktu dalam proses kerja.

4. Menghitung Anggaran Penggajian

Dengan mengetahui jumlah pegawai yang dibutuhkan, perusahaan dapat lebih mudah memproyeksikan anggaran untuk gaji dan tunjangan pegawai di masa depan.

5. Menyempurnakan Tugas dan Prosedur Operasional

Hasil analisis dapat membantu dalam merancang ulang tugas jabatan dan Standar Operasional Prosedur (SOP).

6. Menentukan Kebutuhan Pelatihan

Analisis beban kerja juga penting untuk mengidentifikasi kebutuhan pelatihan bagi pegawai, sehingga mereka dapat terus berkembang dalam pekerjaan mereka.

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa beban kerja yang dihadapi oleh account executive di KM Communication tidak hanya dipengaruhi oleh jumlah tugas, tetapi juga oleh kompleksitas peran ganda yang mereka emban sebagai penghubung klien dan pelaksana proyek. Kondisi ini menuntut kemampuan multitasking, ketahanan terhadap tekanan, serta manajemen waktu yang baik. Oleh karena itu, penting untuk mengidentifikasi berbagai faktor yang memengaruhi beban kerja tersebut—baik dari sisi internal organisasi, struktur pekerjaan, hingga ekspektasi klien. Pemahaman yang mendalam mengenai faktor-faktor ini diharapkan dapat membantu perusahaan dalam merancang strategi pengelolaan sumber daya manusia yang lebih optimal. Berdasarkan hal tersebut, penulis mengangkat judul **"FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI BEBAN KERJA PEGAWAI ACCOUNT EXECUTIVE DI KM COMMUNICATION."**

B. Fokus Penelitian

Penelitian ini berfokus pada tiga rumusan masalah utama, yaitu:

1. Bagaimana faktor-faktor yang memengaruhi beban kerja pegawai *Account Executive* di KM Communication berdasarkan kondisi pekerjaan?
2. Bagaimana penggunaan waktu kerja berkontribusi terhadap beban kerja pegawai *Account Executive* di KM Communication?
3. Bagaimana target yang harus dicapai memengaruhi tingkat beban kerja pegawai *Account Executive* di KM Communication?

Ketiga aspek tersebut dianalisis untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai beban kerja yang dihadapi, sehingga dapat menjadi dasar bagi perusahaan dalam mengelola sumber daya manusia secara lebih optimal dan mendukung efektivitas kerja para-*Account Executive*.

C. Tujuan Penelitian

1. Tujuan Formal

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, tujuan utama penulis dalam menyusun proyek akhir ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan pada jenjang Diploma IV di Program Studi Pengelolaan Konvensi dan Acara, Jurusan Perjalanan, Politeknik Pariwisata NHI Bandung. Penelitian ini juga merupakan bagian dari upaya akademik untuk mendalami permasalahan yang diangkat dalam judul proyek akhir.

2. Tujuan Operasional

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi beban kerja pegawai Account Executive di KM Communication berdasarkan tiga indikator, yaitu kondisi pekerjaan, penggunaan waktu kerja, dan target yang harus dicapai. Hasil dari analisis ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai penyebab tingginya beban kerja, sehingga perusahaan dapat menyesuaikan beban tersebut dengan kapasitas kerja pegawai, serta mengoptimalkan pengelolaan sumber daya manusia untuk meningkatkan efektivitas kinerja.

D. Manfaat Penelitian

Dengan tujuan penelitian yang telah ditetapkan, diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat di masa mendatang, yang meliputi:

1. Bagi penulis, penelitian ini memberikan peluang untuk memperluas wawasan dan mengasah kemampuan dalam menganalisis isu manajerial, khususnya yang berkaitan dengan faktor-faktor penyebab beban kerja dalam industri event organizer. Selain itu, penulis dapat memahami secara langsung hubungan antara karakteristik pekerjaan, manajemen waktu, pencapaian target, dan pengaruhnya terhadap efektivitas kerja.
2. Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dalam merancang sistem kerja yang lebih terstruktur dan proporsional, khususnya dalam mengelola beban kerja Account Executive. Temuan

penelitian ini dapat dijadikan dasar dalam penyusunan kebijakan pembagian tugas, evaluasi kinerja, dan perencanaan pengembangan sumber daya manusia agar lebih adaptif terhadap tuntutan pekerjaan di industri kreatif.

3. Bagi kalangan akademis, khususnya mahasiswa dan praktisi di bidang manajemen sumber daya manusia serta organisasi, penelitian ini dapat memberikan kontribusi berupa data empiris mengenai faktor-faktor yang memengaruhi beban kerja pada posisi strategis di industri berbasis proyek. Penelitian ini juga dapat menjadi referensi untuk kajian lebih lanjut mengenai strategi peningkatan efisiensi kerja dan kesejahteraan karyawan di sektor event organizer.