

BAB I

DESKRIPSI BISNIS

A. Latar Belakang

Perkembangan industri *event* di Indonesia semakin pesat seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat dan perusahaan dalam menyelenggarakan acara yang berkesan. Dalam *Press Gathering @101 URBAN Jakarta* (2024), Bapak Harry D. Nugraha, Pendiri IPOS, mengungkapkan bahwa jumlah *event* mencapai 1.725 hingga 2.950 per tahun. Sementara itu, Kemenparekraf mencatat 3.000 acara terselenggara pada 2023, baik skala daerah, nasional, maupun internasional, sebagaimana disampaikan oleh Bapak Sandiaga Uno dalam 'The Weekly Brief with Sandi Uno' (2023). Data terbaru dari hasil survei oleh Dewan Industri *Event* Indonesia (IVENDO) pada Kamis, 20 Maret 2025 menunjukkan di tahun 2024, tercatat sebanyak 8.777 *event* yang terselenggara di Indonesia.

Pada industri *event* terdapat peran penting pendukung selama keberlangsungan acara, salah satunya yaitu *event organizer* (EO). *Event Organizer* adalah pengelola yang bertanggung jawab atas perencanaan, persiapan, pelaksanaan, hingga penutupan serta pertanggungjawaban agar acara berlangsung sesuai dengan keinginan klien dan dapat menghadirkan pengalaman yang berkesan bagi audiens. EO tidak hanya melaksanakan kegiatan teknis, tetapi juga memadukan elemen kreatif, logistik, dan komunikasi untuk menciptakan *event* yang berjalan efektif sesuai dengan tujuan pelanggan (Natoradjo, 2011).

Tumbuhnya EO di Indonesia secara pesat, didorong dengan perkembangan tren menuju pengalaman yang bersifat imersif, interaktif, dan membangun kedekatan dengan audiens, serta meningkatnya keinginan masyarakat untuk mengadakan *event* yang lebih berkualitas dan spektakuler yang dikelola oleh profesional. Adapun perubahan yang terjadi dalam beberapa aspek penyelenggaraan acara, seperti:

TABEL 1

PERUBAHAN ASPEK PENYELENGGARAAN ACARA

Aspek Event	Perubahan	
	Dari	Menjadi
Organisasi event	Amatir	Profesional
Pengunjung Event	Kelompok Muda	Kelompok lebih tua
Teknologi Event	Sifat dadakan	Bagian integral dari persiapan event
Pasar Event	Lokal	Global
Program pendidikan khusus	Tidak Diperlukan	Perlu pendidikan khusus
Evaluasi terhadap hasil	Sempit	Menyeluruh

Sumber: Natoradjo, Sulyus (2011). *Event Organizing*

Dari tabel tersebut, terlihat industri *event* yang dahulu dikelola oleh sekelompok amatir dapat berkembang menjadi profesional berkeahlian khusus di bidangnya untuk meningkatkan kualitas penyelenggaraan acara sesuai keinginan masyarakat. Perubahan ini mendorong EO untuk beradaptasi terhadap perkembangan teknologi dan pasar, agar mampu menghadirkan penyelenggaraan acara yang spektakuler dan berkualitas, sehingga dapat memperbesar peluang kontribusi mereka bagi masyarakat.

Dengan terjadinya perubahan aspek industri *event*, melahirkan spesialisasi baru dalam dunia EO, salah satunya spesialisasi yaitu tim *show management*. Tim *show management* atau dapat disebut juga panitia pelaksana acara adalah bentuk manajemen acara profesional yang berfokus pada pengelolaan jalannya dan aspek pertunjukan (*show*) di atas panggung secara menyeluruh, termasuk pengaturan *talent*, *rundown* acara, tata panggung, *sound system*, *lighting*, manajemen massa, koordinasi kru di balik layar, dan elemen teknis pertunjukan lainnya. Tim ini memastikan bahwa semua aspek berjalan lancar sesuai dengan konsep yang telah dirancang dan diinginkan oleh EO, serta memberikan pengalaman berkesan tidak hanya penyelenggara acara tetapi juga audiens. Dengan kata lain, *show management* adalah bagian penting dari EO yang fokus pada pelaksanaan acara secara langsung di lapangan (Bramantoro, 2019; Sidik, 2024).

Show management berbeda dengan EO, karena mereka berfokus dalam menyusun dan mengendalikan keseluruhan alur pertunjukan acara dengan memastikan semua elemen berjalan sesuai perencanaan dan menghasilkan pengalaman yang konsisten serta berkesan bagi audiens. Biasanya, EO telah menyediakan *show management* dalam layanannya. Namun, terkadang mereka juga menggunakan *show management* eksternal untuk optimalisasi SDM dan memastikan kualitas pelaksanaan acara tetap terjaga (Sidik, 2024).

Berdasarkan wawancara penulis dengan Hariztsal Syarif, *manager* Endless Creative, awalnya *show management* merupakan bagian dari EO. Namun, karena kebutuhan teknis semakin kompleks, kini *show management* dipandang sebagai entitas bisnis mandiri yang mampu berdiri sendiri tanpa di bawah naungan perusahaan manapun. Diperoleh informasi dari pakar ahli, apabila bisnis *show management* saat ini masih tergolong baru dan belum banyak yang terlihat eksistensinya, terutama di Bandung. Bahkan belum ada data konkrit untuk jumlah bisnis ini sendiri (Sidik, 2024).

Permintaan terhadap jasa *show management* terus meningkat seiring kompleksitas pelaksanaan acara yang semakin tinggi, seperti konser, konferensi besar, dan pelaksanaan acara yang membutuhkan banyak elemen teknis (Sidik, 2024). Berdasarkan uji pasar yang telah dilakukan, terlihat beberapa alasan perusahaan atau klien yang kini lebih memilih menggunakan tim *show management* profesional secara terpisah untuk memastikan kualitas keberlangsungan acara tetap maksimal sesuai dengan perencanaan, meskipun sudah memiliki perencanaan yang matang.

GAMBAR 1

ALASAN MENGGUNAKAN JASA *SHOW MANAGEMENT*

Apa alasan anda dari hasil pilihan pada pertanyaan sebelumnya?

20 responses

untuk membantu mengkondisikan dan membuat acara lebih terkoordinasi

Agar dapat lebih fokus dalam merencanakan acara, dan lebih mudah

untuk memastikan acara berjalan dengan baik dan maksimal

Perlu pengatur event dengan terorganisir

Sumber: Data Olahan Penulis (2025)

Pentingnya penggunaan jasa *show management* saat ini semakin terlihat berdasarkan uji pasar yang telah dilakukan terhadap perusahaan atau individu yang telah atau akan menyelenggarakan acara. Hasil tersebut menunjukkan bahwa mereka menganggap tim *show management* adalah peran sangat penting dalam pelaksanaan acara, terutama pada skala dengan kompleksitas pelaksanaan acara yang tinggi, karena tim ini memiliki pemahaman yang lebih mendalam serta profesional dalam aspek teknis pelaksanaan acara.

GAMBAR 2

URGENSI PENGGUNAAN JASA *SHOW MANAGEMENT*

Apa alasan dari pilihan anda pada pertanyaan sebelumnya?

50 responses

tergantung dari skala besar kecilnya acara, jika suatu acara dihadiri oleh guest star yang memiliki nama besar, tentu menggunakan jasa tim show management bukanlah opsi melainkan kewajiban agar jalannya suatu acara dapat terkontrol dengan baik.

Untuk mempermudah pekerjaan saya karena team show tentu saja sudah profesional dan paham mengenai management show

Mempermudah pekerjaan

Perlu jasa profesional yang paham mengenai penjalanan suatu event, walaupun paham tentang event tapi dengan adanya tim show management itu akan lebih memudahkan

show management memiliki peran yang sangat penting dan menjadi salah satu kunci utama keberhasilan acara

karena tim show management mempermudah dalam pelaksanaan event

Kompleksitas acara yang akan diselenggarakan

Sumber: Data Olahan Penulis (2025)

Tren penggunaan jasa profesional di industri acara juga didorong oleh keterbatasan waktu dan sumber daya manusia dari pihak penyelenggara. Banyak penyelenggara memilih menyerahkan pelaksanaan teknis acara kepada pihak eksternal yang lebih profesional dan pengalaman. Hal ini tercermin saat penyelenggara memisahkan antara perencanaan dan

teknis pelaksanaan acara, dengan mempercayakan aspek eksekusi pelaksanaan acara kepada tim *show management* (Kenali Bisnis Event Organizer Dan Metode Kerjanya, 2025)

Berdasarkan data dan tren tersebut, peluang bisnis tim *show management* sangat terbuka lebar dan menjanjikan. Potensial pasarnya tidak hanya perusahaan dari sektor swasta, tetapi juga instansi pemerintah dan komunitas yang rutin mengadakan acara dengan skala dan kebutuhan teknis yang beragam (Lembaga Penjamin Simpanan, 2025). Dengan semakin luas cakupan kegiatan dan tingginya permintaan terhadap pelaksanaan acara yang profesional, penyedia jasa *show management* atau tim pelaksana acara memiliki prospek pertumbuhan yang menguntungkan di masa yang mendatang.

Penyelenggaraan acara baik berskala kecil maupun besar, tidak menutup kemungkinan untuk mengalami kegagalan atau bahkan pembatalan akibat berbagai kesalahan dari pihak panitia. Permasalahan ini tidak hanya berdampak pada kerugian finansial, tetapi juga merusak reputasi penyelenggara di mata pengunjung karena menimbulkan kekecewaan, serta merugikan vendor dan pihak terkait lainnya.

Beberapa contoh nyata menunjukkan beberapa penyelenggara gagal memberikan pengalaman maksimal karena terjadi kesalahan dari pihak penyelenggara, baik dari segi komunikasi antar tim, perencanaan teknis, hingga peraturan alur acara. Misalnya pada suatu pelaksanaan acara di Lapangan PPI Pussenif, Bandung pada tanggal 4 - 6 November 2022, dimana beberapa *guest star* batal tampil karena perencanaan manajemen

massa yang kurang matang. Selain itu, tidak disesuaikannya kapasitas *venue* dengan jumlah pengisi acara dan antusiasme penonton, sehingga terjadi penumpukan (*over capacity*) yang mengganggu jalannya acara.

Hal yang serupa terjadi pada pelaksanaan acara pada tanggal 28-30 Oktober 2022 di Istora Senayan & Parkir Selatan Gelora Bung Karno, Jakarta Pusat. Pelaksanaan acara ini mengalami pencabutan izin pada hari ketiga atau hari terakhir dari pihak berwenang dengan alasan keselamatan dan keamanan pengunjung. Keputusan tersebut diambil akibat kelalaian penyelenggara dalam memperhitungkan kapasitas *venue* dengan tiket yang terjual, sehingga terjadi *over capacity*. Kondisi ini menyebabkan sejumlah pengunjung mengalami luka-luka akibat berdesakan, bahkan puluhan di antaranya mengalami pingsan.

Melihat data dan permasalahan yang telah disampaikan, dapat disimpulkan bahwa perkembangan zaman telah mendorong peningkatan inovasi dalam penyelenggaraan acara dari tahun ke tahun. Perkembangan ini berdampak pada meningkatnya kebutuhan akan tenaga kerja dalam pelaksanaan acara. Sebagai bentuk respons terhadap kebutuhan tersebut, terbentuklah sebuah bisnis di bidang penyedia jasa *show management* bernama Sejauh Mata Memandang, yang bertujuan untuk menjawab kebutuhan serta mengatasi permasalahan yang ada di pasar. Selain itu, pendiri Sejauh Mata Memandang merasa urgensi untuk membangun bisnis jasa *show management* yang bukan hanya mengatur tatanan acara, tetapi tetap memikirkan *user experience* secara menyeluruh, dengan memastikan segala elemen acara berjalan sinkron, aman, dan *impactful*.

B. Gambaran Umum Bisnis

1. Deskripsi Bisnis

Sejauh Mata Memandang (SMM) adalah sebuah bisnis yang beroperasi dalam bidang *event*, dengan fokus pada penyediaan jasa *show management* untuk mendukung tim pelaksana acara. SMM menawarkan solusi bagi penyelenggara acara, *event organizer*, serta perusahaan yang membutuhkan tenaga kerja tambahan (*manpower*) pada hari pelaksanaan acara. Selain itu, SMM berencana untuk mengembangkan platform media sosial perusahaan guna mempermudah pelanggan dalam melakukan pemesanan, konsultasi, mengakses informasi terkait produk yang ditawarkan, hingga memperoleh jadwal pemesanan secara *real-time*.

2. Deskripsi Logo dan Nama

GAMBAR 3

LOGO PERUSAHAAN



Sumber: Karya Penulis (2025)

Berikut ini adalah makna dari masing-masing bagian komponen dalam logo perusahaan yang didesain oleh penulis:

a. Tipografi Sederhana dan Modern

Huruf "SMM," yang dirancang dengan font tegas dan minimalis, melambangkan profesionalisme serta kepercayaan diri dalam pelaksanaan acara. Elemen garis horizontal yang terletak di bawah huruf "S" menciptakan kesan keseimbangan dan stabilitas, merefleksikan pondasi kokoh perusahaan dalam industri acara yang dibangun melalui pengetahuan serta pengalaman mendalam.

b. Filosofi Nama Perusahaan "Sejauh Mata Memandang"

Sejauh Mata Memandang mencerminkan visi yang luas, kreativitas tanpa batas, memberikan pengalaman *event* yang memukau, sekaligus melambangkan jangkauan tanpa batas dalam pelaksanaan acara. Sebagai jasa *show management*, nama ini menunjukkan dedikasi untuk memperhatikan setiap detail dalam setiap pelaksanaan acara, memberikan pengalaman pelaksanaan acara yang spektakuler, elegan, dan penuh eksplorasi, serta menciptakan pengalaman yang melampaui ekspektasi klien maupun audiens melalui inovasi dan kreativitas.

c. Warna Monokrom (Hitam dan Putih)

Warna hitam merepresentasikan kekuatan, eksklusivitas, dan ketegasan dalam pelaksanaan acara. Sedangkan warna putih mencerminkan kesederhanaan, kejelasan, dan kemampuan beradaptasi secara fleksibel untuk memenuhi berbagai kebutuhan klien. Kombinasi kedua warna ini memberikan citra perusahaan

yang elegan, modern, dan abadi, sehingga menjadi pilihan yang ideal untuk mendukung branding dengan visi yang progresif.

d. Tipografi "ESTD 2025"

Merepresentasikan tahun berdirinya perusahaan memulai awal perjalanan dalam industri *show management*. Pencantuman tahun pendirian pada logo ini menciptakan kesan profesional sekaligus menegaskan momen bersejarah sebagai fondasi menuju inovasi dan perkembangan berkelanjutan di industri acara.

3. Identitas Bisnis

Nama Perusahaan	: Se jauh Mata Memandang
Bidang Usaha	: <i>Event</i>
Jenis Usaha	: Jasa Tim <i>Show Management</i>
Alamat	: Jl. Dipati Ukur No.33, Lebakgede, Kecamatan Coblong, Kota Bandung, Jawa Barat 40132

C. **Visi dan Misi**

Visi

Tim *Show Management* yang menjadi alternatif utama bagi penyelenggara acara yang mampu menangani berbagai jenis *event* dengan mengedepankan prinsip *#ZeroMistake*, serta beraspirasi untuk menjadi panutan bagi perusahaan serupa dalam kurun waktu 10 tahun ke depan.

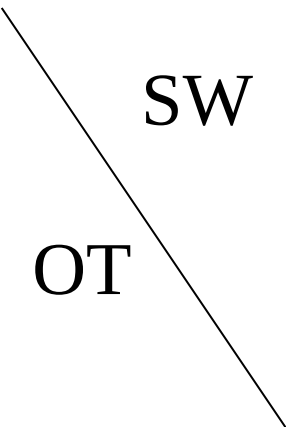
Misi

1. Memberikan solusi *show management* yang fleksibel dan adaptif dengan penerapan prinsip *#ZeroMistake* untuk berbagai jenis acara.
2. Membangun profesionalisme tim yang mampu menjawab tantangan industri *event* dengan solusi efisien dan tanggap.
3. Memberikan layanan konsultasi yang strategis dan berbasis pengalaman, untuk membantu klien mengatasi permasalahannya.
4. Membangun loyalitas pelanggan melalui *service excellence* dan *special treatment* melalui pelayanan yang responsif, solutif, dan penuh empati kepada klien.
5. Mengembangkan metodologi kerja, teknologi, dan etika profesional untuk menginspirasi pelaku industri sejenis dalam 10 tahun ke depan.

D. Analisis SWOT

Kinerja dari suatu perusahaan dapat ditentukan dari kombinasi faktor eksternal dan internal dengan menganalisis kedua faktor tersebut melalui *SWOT analysis*. Analisis SWOT membandingkan antara faktor internal perusahaan yaitu *Strengths* (Kekuatan) dan *Weakness* (Kelemahan), dengan faktor eksternal yaitu *Opportunities* (Peluang) dan *Threats* (Ancaman) yang dihadapi di dunia bisnis.

TABEL 2
ANALISIS SWOT PERUSAHAAN

	<i>Strengths:</i> 1. Memiliki SDM yang unggul dari pengalaman dan pengetahuan 2. Memiliki kemampuan mengelola segala jenis acara 3. Bisnis tidak padat modal 4. Tidak terikat dengan EO atau perusahaan manapun	<i>Weaknesses:</i> 1. Ketergantungan terhadap pelaksanaan acara 2. Membangun kepercayaan pasar terhadap perusahaan yang masih baru 3. Bisnis yang tergolong sama kegiatannya dengan jenis bisnis yang sama
<i>Opportunities:</i> 1. Pasar di industri <i>event</i> yang selalu berkembang 2. Jumlah bisnis <i>show management</i> yang masih sedikit 3. Mudah melakukan kontrak kerja berkelanjutan dengan perusahaan <i>event</i>	<i>SO Strategies:</i> 1. Menjangkau pasar lebih luas tanpa terikat dengan yang lain 2. Optimalisasi kemampuan SDM untuk beradaptasi di segala situasi acara 3. Memperluas dan memperkuat jaringan koneksi pada pelaku <i>event</i> untuk promosi bisnis	<i>WO Strategies:</i> 1. Bermitra dengan perusahaan <i>event</i> lokal setiap daerah untuk memperluas koneksi 2. Diversifikasi segmen pasar selain perusahaan <i>event</i> 3. Mengoptimalkan portofolio perusahaan melalui semua sosial media yang dimiliki
<i>Threats:</i> 1. Pesaing bisnis yang sudah ada dan lebih berpengalaman 2. Terjadinya pandemi, bencana alam, atau <i>force majeure</i> lainnya 3. Masih kurangnya <i>knowledge</i> perihal jasa <i>show management</i> bagi masyarakat umum	<i>ST Strategies:</i> 1. Mengedukasi dan promosi kepada masyarakat umum mengenai sistem <i>show management</i> yang fleksibel 2. Memberikan pelayanan spesial (<i>special treatment</i>) yang lebih eksklusif dan profesional 3. Selalu melakukan <i>safety briefing</i> sebelum pelaksanaan acara	<i>WT Strategies:</i> 1. Memaksimalkan <i>customer experience</i> dengan layanan yang berkelanjutan 2. Memiliki prinsip <i>#ZeroMistake</i> untuk mempertahankan dan meningkatkan kepercayaan pelanggan 3. Membuat aturan dan SOP perusahaan

Sumber: Data Olahan Penulis (2025)

E. Gambaran Umum Produk dan Jasa

Sejauh Mata Memandang (SMM) menyediakan layanan dalam menambah tenaga kerja (*manpower*) pada hari pelaksanaan acara, yang dikenal sebagai tim *Show Management*. SMM berkomitmen untuk menjunjung tinggi kualitas setiap sumber daya manusia (SDM) yang menjadi bagian dari perusahaan, dengan tujuan mempertahankan dan mengasah kemampuan serta pengetahuan mereka dalam pelaksanaan acara. Adapun beberapa produk utama yang SMM tawarkan antara lain:

1. Layanan tim *show management*, dengan peran yang terdiri dari:
 - a. *Show Director*
 - b. *Floor Director*
 - c. *Stage Manager*
 - d. *MC Crew*
 - e. *Technical Director*
 - f. *Performer Director*
 - g. *Logistics Director*
 - h. Peran lainnya sesuai permintaan *client*

2. Jasa konsultasi gratis untuk membantu pelanggan dalam menyelesaikan permasalahan dalam proses perencanaan dan pelaksanaan acara mereka dengan memberikan saran dan juga masukan terkait permasalahan tersebut.

F. Jenis/Badan Usaha

Sejauh Mata Memandang (SMM) merupakan usaha berbentuk Perseroan Perorangan, jenis badan hukum baru yang diatur dalam Pasal 153A ayat 1 UU No. 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja, yang telah diperbaharui menjadi UU No. 6 Tahun 2023. Perseroan Perorangan berbeda dari Perseroan Terbatas (PT) karena memberikan perlindungan hukum yang lebih jelas melalui pemisahan aset pribadi dengan aset perusahaan melalui deklarasi modal. Jenis badan usaha ini diperkenalkan oleh Direktorat Jenderal Administrasi Hukum Umum (AHU) Kementerian Hukum dan HAM pada Oktober 2021, khususnya untuk mendukung pelaku UMKM dalam mendirikan usaha secara mandiri tanpa perlu mitra dan biaya yang terjangkau. Bentuk usaha ini cocok untuk individu yang cakap hukum, tanpa syarat minimal modal tertentu, dan memenuhi kriteria sebagai usaha mikro atau kecil (UMK) sesuai dari UU No. 20 Tahun 2008 (Direktorat Jenderal Pajak, 2024). Dalam hal ini, SMM tergolong sebagai usaha kecil.

1. Perusahaan perseorangan dengan kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) hingga maksimal Rp10.000.000.000,00 (sepuluh miliar rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
2. Perusahaan perseorangan yang bukan merupakan anak atau cabang dari perusahaan skala menengah atau besar, dengan pendapatan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua miliar lima ratus juta rupiah) hingga maksimal Rp50.000.000.000,00 (lima puluh miliar rupiah).

Perseroan perseorangan memiliki keunggulan berupa kemudahan pendirian tanpa memerlukan akta notaris, cukup dengan pernyataan perorangan. Pemilik usaha bertindak sebagai direktur sekaligus pemegang saham, dengan perlindungan hukum melalui pemisahan kekayaan pribadi dan perusahaan, tanpa batasan minimal modal. Selain itu, status badan hukum langsung diperoleh jika telah mendaftar (Kemenkum, 2023)

G. Aspek Legalitas

Menurut PP No. 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, ada persyaratan untuk mendaftar perusahaan berbentuk Perseroan Perorangan (Kemenkum, 2023). Persyaratan pendiri antara lain:

1. Warga Negara Indonesia (WNI) berusia min. 17 tahun;
2. Cakap hukum;
3. Hanya dapat mendirikan 1x dalam setahun.

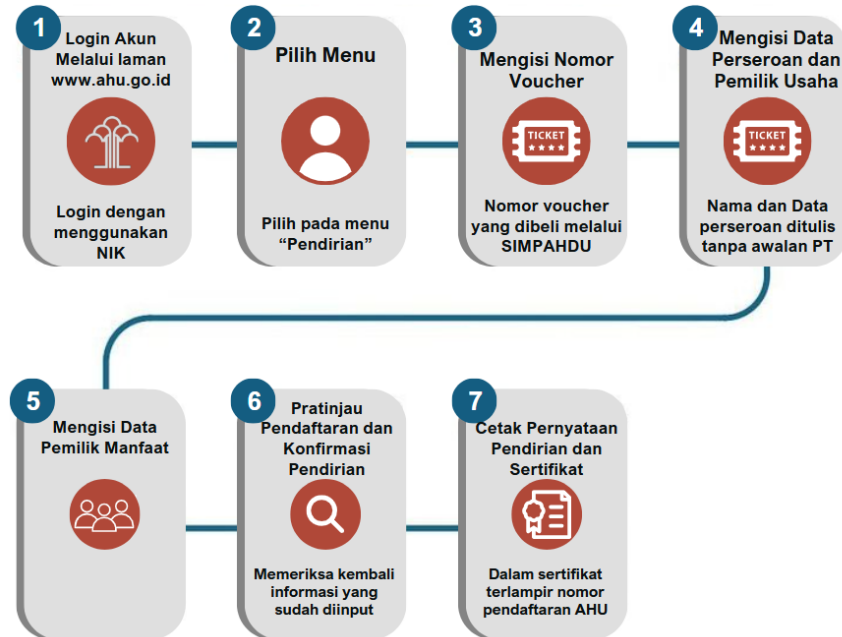
Persyaratan dokumen yang perlu disiapkan pendiri:

1. Kartu Identitas Penduduk (KTP);
2. Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) pendiri;
3. Nomor Voucher Pembayaran PNBPN melalui SIMPAH DU;
4. Memastikan nama perusahaan sudah sesuai dengan peraturan serta tidak sama dengan nama Perseroan Terbatas yang sudah terdaftar;
5. Nomor HP dan Email aktif;
6. Mengupload bukti transfer modal dasar ke rekening perusahaan, paling lambat 6 bulan sejak pendaftaran Perseroan Perorangan.

GAMBAR 4

ALUR PENDIRIAN PERSEROAN PERORANGAN

ALUR PENDIRIAN PERSEROAN PERORANGAN



Sumber: Kemenkum (2023)

GAMBAR 5

REGISTRASI AKUN PERSEROAN PERORANGAN



Sumber: Kemenkum (2023)

Tahapan dalam membuat Nomor Induk Berusaha:

1. Membuka situs <https://oss.go.id/>;
2. Mendaftarkan akun dengan memilih jenis usaha “Perseorangan”;
3. Menerima kode OTP untuk verifikasi akun;
4. Login akun OSS;
5. Memilih menu “Perizinan Berusaha” dan klik “Permohonan Baru”;
6. Mengisi data perusahaan dengan lengkap dan benar;
7. Mengisi bidang usaha dengan kode “7820” untuk aktivitas penyediaan tenaga kerja waktu tertentu;
8. Melampirkan dokumen yang diperlukan;
9. Melanjutkan ke “Proses Permohonan”;
10. Menunggu email konfirmasi dari OSS.