BAB 1
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Event organizer di Indonesia terutama di Jabodetabek dan kota-kota besar lainnya kini telah berkembang pesat, mulai dari acara seperti konser musik, pameran produk, pernikahan, seminar, *gathering*, dan olahraga semakin sering diselenggarakan. *Event organizer* adalah bisnis yang berfokus pada penyediaan jasa profesional, perusahaan ini sebagai penyelenggara acara yang diadakan atas permintaan dari pihak klien. *Event organizer* sangat membantu pihak-pihak yang memerlukan jasa mulai dari perencanaan, pelaksanaan hingga penutupan (Feisyah & Auliya, 2023).

Bisnis *event organizer* memiliki prospek yang cerah serta menguntungkan, dengan klien yang tidak hanya berasal dari pemerintah dan swasta tetapi juga dari Masyarakat kelas menengah atas yang menjadi target pengguna jasa *event organizer*, maka tidak heran jika banyak orang yang tertarik untuk terjun ke dalam bisnis ini. Dalam bisnis *event organizer*, kelancaran suatu acara sangat berpengaruh pada keberhasilan perusahaan. Klien selalu mengharapkan hasil terbaik dari penyedia jasa tersebut (Amalia et al., 2020).

Fenomena saat ini dalam dunia bisnis tidak lepas dari adanya persaingan antara perusahaan untuk mempertahankan kredibilitasnya, baik dari perusahaan yang sudah lama berdiri maupun yang baru berdiri, mereka ingin menunjukan kreativitas usaha kepada publik. Sekarang ini banyak sekali perusahaan yang menyelenggarakan acara seperti seminar, konser musik, hingga yang sedang *trend* sekarang ini ialah *event* olahraga. Maka dari itu dibutuhkannya *sport event organizer* untuk membantu suatu klien atau perusahaan mengadakan sebuah *event* olahraga, mulai dari membentuk konsep acara sampai dengan penutupan. Selain itu *sport event organizer* tidak hanya membantu dalam hal teknis saja, tetapi juga dalam menciptakan pengalaman yang menarik bagi peserta dan penonton.

Strategi Partnership.., Hasna Tsurayya, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

Adanya *sport event organizer*, perusahaan atau klien dapat lebih focus pada tujuan utama mereka, yaitu membangun brand dan meningkatkan *engagement* dengan *audiens*. Selain itu *sport event organizer* memungkinkan perusahaan untuk menjalankan acara dengan lebih efisien, meminimalisir resiko, dan memastikan setiap detail dapat diperhatikan dengan baik. Hadirnya *sport event organizer* menjadi kunci untuk menciptakan *event* olahraga yang sukses dan mengesankan yang dapat meninggalkan jejak positif di hati para peserta dan penonton.

Setuju EO hadir tidak hanya mengatur jalannya acara dan menjadi wadah untuk turnamen saja, namun juga menjadi wadah untuk mengapresiasikan bakat para peserta. Setuju merupakan *sport event organizer* yang berdiri pada tahun 2020 dengan tujuan membuat *sport event* untuk mengembangkan minat dan partisipasi dari salah satu cabang olahraga yaitu futsal. Melihat sekarang ini futsal merupakan olahraga yang relevan dengan anak muda, Setuju EO berupaya untuk menciptakan ekosistem yang mendukung perkembangan talenta muda. Setuju eo membuat dan menangani *sport event* untuk menarik peserta dari berbagai macam sekolah dimulai dari Sekolah Menengah Pertama (SMP) sampai Sekolah Menengah Atas (SMA), baik pemula maupun profesional pada cabang olahraga futsal yang dapat dinikmati mulai dari kalangan SMP sampai dengan SMA, ini merupakan bentuk untuk mendorong keterlibatan sekolah dalam memfasilitasi dan mengapresiasi prestasi siswa di bidang olahraga sepak bola (Fahmi et al., 2024).

Banyaknya persaingan antara *sport event organizer* satu dengan yang lainnya, maka banyak penyelenggara *event* yang berlomba-lomba menunjukan keberhasilan *event* yang mereka buat. Disini peran penyelenggara sangat diperlukan untuk menentukan strategi apa yang tepat untuk mendapatkan kepercayaan pelanggan mengenai *event* yang dibuat oleh Setuju EO, karena bukan hal yang mudah bagi Setuju eo untuk meningkatkan minat para peserta dalam acara yang dibuat dan ditangani oleh Setuju EO, maka diperlukannya antusias dari para peserta untuk mendaftarkan timnya pada acara yang diselenggarakan oleh Setuju EO. Oleh karena itu diperlukan hal yang menarik dari *event* yang dibuat Setuju, mulai dari hadiah dengan nominal yang menarik, penghargaan untuk para pemain dan pelatih

dan sponsor yang meramaikan *event* sampai pada akhirnya setuju akan menarik dan dapat dikenal di masyarakat luas (Edwin Putra Surya Prasetyo, 2021).

Berikut adalah tabel *event* yang sudah diselenggarakan dan dipegang oleh Setuju:

Tabel 1.1 Jumlah *event* yang sudah diselenggarakan oleh Setuju.eo

Sumber: Instagram Setuju.eo (2024)

No	Event	Tahun
1.	Setuju festival	2022
2.	Setuju futsal *champions*	2022
3.	Setuju *student league*	2022
4.	Setuju futsal *championship* jilid dua	2022
5.	Setuju futsal *championship* regional Bogor	2023
6.	Setuju futsal *championship* regional Jakarta dan Depok	2023
7.	Setuju futsal *championship* Bekasi raya	2023
8.	Setuju futsal c*hampionship* nasional Jabodetabek	2023
9.	Copa *Student*	2024

Tabel 1.2 Jumlah event yang sudah ditangani oleh Setuju.eo

Sumber: Setuju.eo (2024)

No	Event	Tahun
1.	AAFI Jakarta 2	2023
2.	Mandiri Porseni	2023
3.	Axis nation cup	2023
4.	Copa barata	2023
5.	Jakarta tifosi futsal *league*	2024

6.	Liga nusantara	2024
7.	Mini PON turnamen	2024
8.	Aafi Jakarta 2	2024
9.	Aafi Kab Bekasi	2024
10.	Axis nation	2024
11.	Mandiri porseni	2024
12.	Porwaja	2024

Berdasarkan tabel 1.1 dan tabel 1.2 terlihat bahwa mulai dari tahun 2022 sampai dengan 2024 Setuju.eo mengalami peningkatan dalam membuat *sport event* dan memegang *sport event*. Hal ini dikarenakan banyaknya minat peserta untuk turnamen futsal antar sekolah maupun antar club futsal. Oleh karena itu dibutuhkan strategi komunikasi yang tepat untuk meningkatkan minat peserta serta mencegah penurunan jumlah konsumen dari *event* yang dibuat dan ditangani oleh Setuju.eo (Rista, Annisa, dan Dwi 2024).

Seiring dengan pesatnya perkembangan bisnis *event organizer*, para pemilik usaha ini semakin menyadari pentingnya strategi untuk mengembangkan bisnis mereka. Salah satu pendekatan yang mereka terapkan adalah strategi *partnerhsip*, yang berfungsi sebagai strategi proses interaksi antara dua pihak atau lebih yang terwujud dalam bentuk kerjasama. Melalui strategi *partnership* perusahaan tidak hanya menginformasikan tentang produk dan jasa yang mereka tawarkan, tetapi juga menjalin kerjasama dengan pihak-pihak yang terlibat dalam kemitraan mencakup berbagai sektor, seperti kelompok masyarakat, lembaga pemerintah, dan lembaga non-pemerintah. (Mardiyanto & Slamet, 2019).

Sebelum terjadinya kerjasama dengan mitra, beberapa langkah penting perlu dilakukan yaitu awalnya Setuju EO membuat *sport event* yang didalamnya akan melakukan *live streaming* di saluran youtube resmi Setuju EO. Setiap menyelenggarakan *sport event,* Setuju EO berkomitmen memberikan hadiah dan penghargaan kepada pelatih serta peserta sebagai bentuk apresiasi. Selain itu, pihak sponsor akan menyediakan hadiah bagi peserta yang diharapkan dapat menarik

perhatian mitra dan memberikan mereka pemahaman yang jelas tentang tujuan acara tersebut. Diharapkan dengan cara ini, mitra diharapkan dapat melihat keunggulan dari acara yang diselenggarakan oleh Setuju EO, serta menyadari kelemahan sehingga dapat menciptakan kerjasama yang saling menguntungkan.

Modal kerja *event organizer* meliputi keterampilan konseptual yang sangat penting, yaitu bagaimana perusahaan mampu untuk merancang strategi yang unik dan se-kreatif mungkin melalui penyelenggaraan suatu *event.* Konsep acara ini harus disesuaikan dengan tujuan dan harapan klien atau perusahaan, sehingga menjadi relevan dan menarik bagi *audiens* yang dituju. Konsep *partnership* yang mencakup berbagai elemen penting dalam menjalin hubungan dengan konsumen. Maka dari itu, pihak *event organizer* perlu mempertimbangkan dari berbagai aspek strategi *partnership* agar setiap *event* dapat dilaksanakan secara efektif dan efisien, sesuai dengan ekspektasi klien (Amalia et al., 2020).

Tabel 1.3 Beberapa sport event organizer di Jabodetabek

No	Nama Sport Event Organizer	Jumlah Event
1.	Setuju	8-9 event setiap tahun
2.	Satu Sport	1-3 event setiap tahun
3.	Final organizer	1 event setiap tahun

Alasan peneliti ingin meneliti Setuju *Sport event organizer* selain dari jumlah event yang dibuat setiap tahun lebih besar dibandingkan *sport event organizer* lainnya yang berada di Jabodetabek. Setuju juga memiliki acara yang menarik serta memberikan hadiah dengan nominal yang menarik, penghargaan untuk para pelatih, dan hadiah dari pihak sponsor untuk para peserta. Selain itu, Setuju memberikan hadiah dengan nominal yang signifikan tentunya menjadi daya tarik tersendiri bagi para peserta. Penghargaan untuk para pelatih juga merupakan aspek penting yang membedakan Setuju dari kompetitornya. Karena hal ini menunjukan apresiasi terhadap peran penting yang mereka mainkan dalam pengembangan para pemain. Hadiah dari pihak sponsor yang diberikan kepada para

peserta tidak hanya meningkatkan motivasi, tetapi juga menciptakan hubungan yang saling menguntungkan antara sponsor dan *event organizer*. Dengan begitu Setuju *sport event organizer* tidak hanya berfokus pada penyelenggaraan *event,* tetapi juga menciptakan pengalaman yang berkesan dan bermanfaat bagi semua pihak yang terlibat.

Terdapat pula beberapa jurnal terkait strategi *partnership* yang dibuat oleh Fikhi Basyar Firmansyah (2024) yang berjudul "Strategi *public relation* dalam membangun kemitraan strategis untuk meningkatkan citra korporat". Peneliti ingin mengetahui pada kepuasan konsumen sebagai bagian dari upaya memperbaiki citra perusahaan. Dengan demikian, strategi PR diharapkan dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi dalam mencapai tujuan perusahaan serta menjaga keberlanjutan hubungan yang positif dengan pemangku kepentingan.

Selanjutnya dalam jurnal yang dibuat oleh Hendra Pranata, Yanto, dan Bayu Risdiyanto (2021) yang berjudul "Strategi *Public Relations* dalam menjalankan program kemitraan pada PT. Perkebunan Nusantara VII Unit Padang Pelawi". Peneliti ingin mengetahui strategi public relations dalam menjalankan program kemitraan pada PT. Perkebunan Nusantara VII Unit Padang Pelawi. Karena Pentingnya *public relations* selain sebagai penghubung dan penyampai informasi kepada masyarakat, juga merupakan alat pembentuk lingkungan yang baik bagi pemahaman masyarakat terhadap informasi- informasi dan kebijakan perusahaan PT. Perkebunan Nusantara VII Unit Padang Pelawi dalam membangun citra positif pada program kemitraan.

Berdasarkan penjelasan latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk meneliti lebih dalam bagaimana strategi *partnership* dalam menjalin kerjasama dengan mitra untuk mengetahui apakah setelah melakukan strategi *partnership* akan memberikan peningkatan jumlah minat peserta yang akan daftar *event* yang dilaksanakan oleh Setuju *sport event organizer*. Salah satu poin penting dalam menyelenggarakan *sport event* ini adalah penyelenggara memberikan wadah untuk mengasah minat yang dimiliki oleh seorang peserta. Alasan peneliti memilih *sport event* Setuju sebagai tempat penelitian karena setiap tahunnya Setuju mengalami

peningkatan dalam membuat dan menangani *event* khususnya di daerah Jabodetabek. Permasalahan ilmiah yang membuat peneliti tertarik untuk mengangkat judul penelitian tentang **"Strategi *Partnership* Setuju EO dalam membangun kerjasama dengan mitra".** Peneliti ingin mengetahui bagaimana Strategi Setuju EO dalam membangun kerja sama dengan mitra.

1.2 Fokus Penelitian

Penelitian ini fokus pada Strategi *Partneship* Setuju EO dalam membangun kerjasama dengan mitra.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Peneliti membuat pertanyaan supaya mendapatkan data, pertanyaan yang peneliti ajukan ialah bagaimana strategi *partnerhsip* yang dilakukan Setuju EO dalam membangun kerjasama dengan mitra?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Strategi *Partnership* Setuju EO dalam membangun kerja sama dengan mitra.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Manfaat dari penelitian ini mengharapkan dapat memperluas wawasan serta memberikan pengetahuan pengembangan studi pada ilmu komunikasi mengenai bagaimana Strategi *Partnership* dalam membangun kerja sama dengan mitra.

1.5.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi sport event organizer dan perusahaan yang tertarik untuk mengetahui strategi *partneship* dalam membangun kerja sama dengan mitra.