

BAB III

FOKUS BIDANG PEKERJAAN

Penulis melakukan praktik kerja lapangan di PT. Penuh Warna Warni sebagai *marketing* di Full Color Party Organizer yang merupakan anak perusahaan dari PT. Penuh Warna Warni. Penulis mendapat arahan langsung dari Joey Ferry yang merupakan *Public Relation Manager*. Namun pada saat event konser Westlife “*The Twenty Tour*” berlangsung, penulis berperan sebagai *Assistant Ticketing Staff* di Full Color Entertainment dan mendapat arahan langsung dari Felicia yang merupakan *Ticketing Staff*. Fokus pekerjaan yang diemban oleh penulis adalah membantu *Ticketing Manager* dan *Ticketing Staff* dalam penjualan tiket konser Westlife “*The Twenty Tour*”, termasuk dalam kerjasama dengan Tiket.com. Selama menjalani Praktek Kerja Lapangan (PKL), penulis dapat melihat dan melakukan observasi (pengamatan) secara langsung proses berlangsungnya prosedur kerjasama dengan pihak terkait dalam penjualan tiket konser.

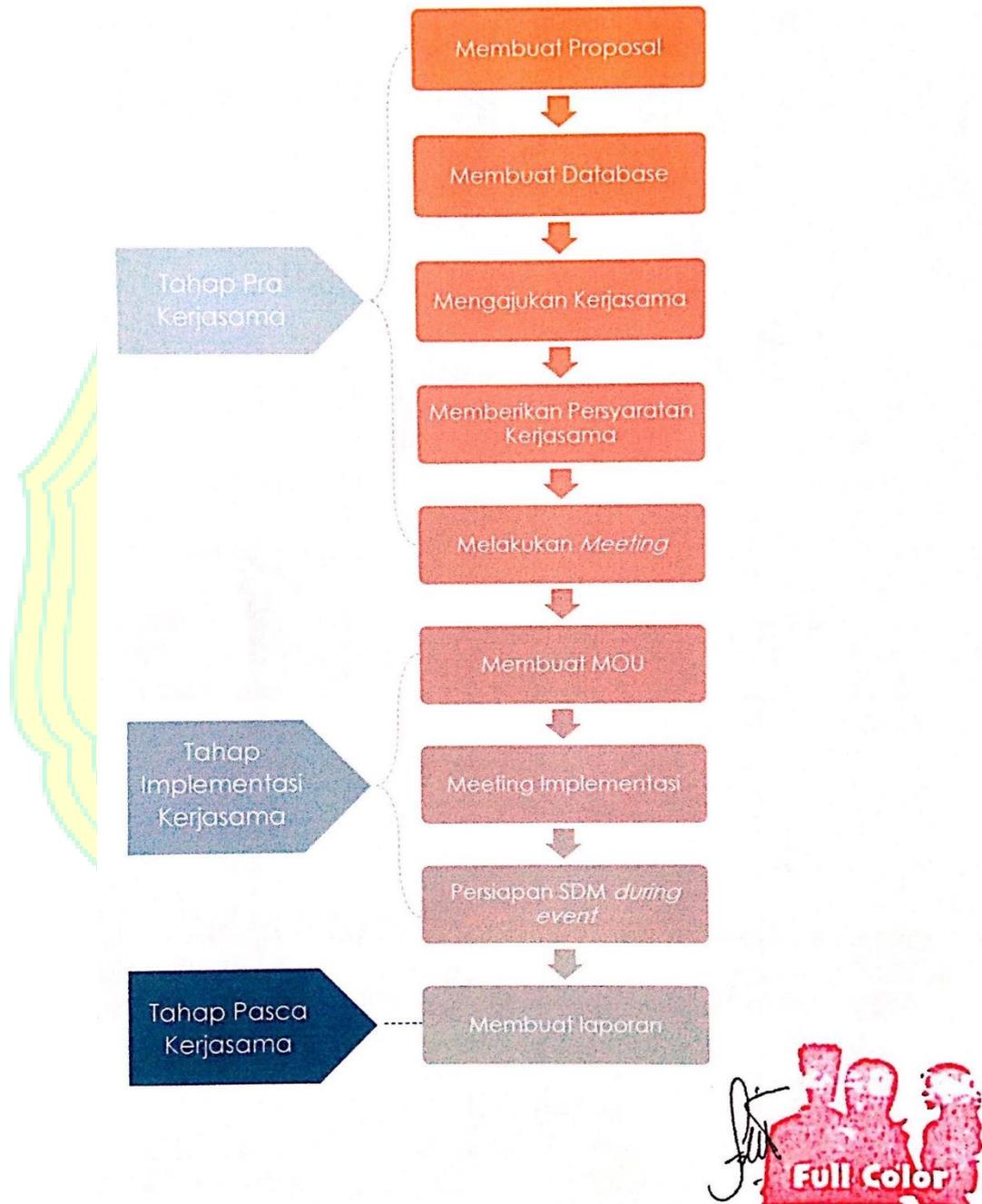
Dalam melaksanakan kegiatan kerjasama tersebut, terdapat standar operasional prosedur (SOP) yang sesuai dengan standar yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Hal ini mendorong karyawan untuk bekerja secara sistematis agar tujuan yang diharapkan dapat tercapai dengan maksimal.

3.1 Standar Operasional Prosedur

Setiap perusahaan dalam bidang usaha apapun membutuhkan panduan untuk menjalankan tugas dan fungsinya secara efektif dan efisien.

Dalam mencapai hal tersebut, tentunya membutuhkan adanya prosedur yang jelas dan terikat atau sering disebut dengan Standar Operasional Prosedur (SOP). Standar Operasional Prosedur (SOP) merupakan suatu panduan yang berisikan petunjuk mengenai proses kerja berdasarkan indikator-indikator yang telah ditetapkan agar kegiatan operasional perusahaan dapat berjalan dengan lancar.

Prosedur kerjasama dalam segmen perusahaan telah dibuat dengan tujuan memberikan standar yang jelas mengenai alur kerjasama yang baik sehingga memudahkan divisi *Ticketing* dalam melakukan kerjasama dengan perusahaan yang dianggap potensial untuk bekerjasama dengan Full Color Entertainment. Berikut ini adalah alur kerja divisi *Ticketing* Full Color Entertainment dalam menjalin kerjasama dengan perusahaan penyedia layanan *e-ticketing* yang penulis dapatkan melalui hasil wawancara.

Gambar 3.1Alur Kerja Divisi *Ticketing*

Sumber : Data Base Full Color Entertainment

Tahap Pra Kerjasama

1. Full Color Entertainment membuat proposal penawaran.

Sebelum memulai kerjasama dengan pihak yang bersangkutan, penting bagi *event organizer* dalam membuat proposal penawaran yang menarik.

Dalam hal ini, Full Color Entertainment membuat proposal penawaran untuk pengajuan kerjasama dengan pihak sponsor. Proposal merupakan panduan yang menjelaskan mengenai rangkaian acara yang akan diselenggarakan. Beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam membuat proposal adalah sebagai berikut :

a) Gambaran umum.

Memberi gambaran mengenai Event Organizer dan manfaat yang ditawarkan kepada pihak sponsor.

b) Rincian event.

Menjelaskan rincian event yang berisi daftar tanggal, jam, lokasi, proyeksi dan jumlah pengunjung, harga tiket, jumlah keanggotaan dan sebagainya semuanya berkaitan dengan data kuantitatif.

c) Rencana pemasaran.

Menjelaskan rencana pemasaran event seperti, cara memasarkan event, nilai dari semua komponen pemasaran, media yang akan digunakan, dan rencana publikasi.

d) Riset pasar.

Berisi tentang informasi mengenai pasar sasaran.

e) Paket manfaat.

Menampilkan beberapa manfaat yang didapatkan oleh sponsor sesuai kategori yang telah ditetapkan.³³

Proposal penawaran yang dibuat oleh Full Color Entertainment memiliki konten diantaranya :

- Poster event.
- Biografi dan informasi tentang artis.
- Target dan profil penonton.
- Daftar harga per kategori, susunan panggung dan kursi penonton.
- Paket Sponsorship.
- *Contact person*.

2. Full Color Entertainment mencari dan membuat database perusahaan yang berpotensi untuk bekerjasama.

Setelah membuat proposal, tim divisi *Ticketing* menyiapkan *database* yang didapatkan dari pencarian kontak perusahaan di mesin pencarian google atau menggunakan *database* yang tersimpan di folder 'manual' yang dimiliki Full Color Entertainment. *Database* yang dimaksud yaitu *database* perusahaan rintisan pengelola situs dan aplikasi penyedia layanan tiket yang memiliki potensi untuk meningkatkan penjualan tiket. Kontak yang sudah terkumpul dimasukkan ke *database* dan disusun

³³ Rr. Chusnu Syarifa Diah Kusuma, *OP. Cit.*, hlm. 22-23.

dengan format “No”, “Nama Perusahaan”, “*Office Phone*”, “Alamat email”, “*Remarks*”, dan “*Final Decision*”.

3. Full Color Entertainment mengajukan kerjasama dengan perusahaan terkait.

Setelah proposal dan *database* sudah tersedia, selanjutnya yaitu mengajukan kerjasama. Dalam mengajukan kerjasama terdapat dua cara yaitu via *call* dan via *email/whatsapp*.

- a) Via *call*.

Yang harus dipersiapkan adalah kontak perusahaan, proposal dan maksud serta tujuan menelpon.

- b) Via *email/whatsapp*.

Biasanya setelah mengajukan kerjasama via *call*, perusahaan akan meminta proposal untuk dikirim melalui *email* atau aplikasi chat *whatsapp*.

4. Full Color Entertainment memberikan persyaratan kerjasama.

Apabila perusahaan yang dituju sudah menerima proposal penawaran dan tertarik untuk melakukan kerjasama, Full Color Entertainment memberikan persyaratan kerjasama serta menentukan waktu dan tempat *meeting* untuk membahas kelanjutan kerjasama tersebut.

5. Melakukan *meeting* dengan pihak terkait.

Full Color Entertainment akan melakukan presentasi tentang event yang akan berlangsung sesuai dengan proposal penawaran yang sudah

diberikan. Dalam hal ini, yang berperan untuk presentasi adalah *Public Relation Manager*.

Tahap Implementasi Kerjasama

6. Setelah melakukan persetujuan dengan penawaran yang diajukan, Full Color Entertainment membuat MOU.

Memorandum of Understanding (MOU) merupakan surat pernyataan kesepahaman tertulis antara kedua belah pihak. MOU harus ditandatangani oleh kedua belah pihak.

7. Melaksanakan Meeting Implementasi.

Setelah pembuatan MOU, kedua belah pihak melakukan *meeting* kembali untuk penandatanganan MOU dan membahas implementasi dari hasil kontrak kerjasama yang telah ditandatangani.

8. Mempersiapkan SDM selama event berlangsung.

Tahap selanjutnya adalah mempersiapkan Sumber Daya Manusia (SDM) dari kedua belah pihak pada saat *redeem e-ticket* sesuai dengan jadwal yang sudah ditentukan. Selain itu juga mempersiapkan kru/tim sebagai *scanner barcode* pada *gate in* selama event berlangsung.

Tahap Pasca Kerjasama

9. Membuat laporan terkait penjualan tiket dan pembagian komisi.

Setelah event berlangsung, kedua belah pihak akan membuat laporan aktivitas hasil penjualan tiket yang akan berpengaruh dalam pembagian komisi anatar kedua belah pihak.

3.2 Pelaksanaan Kegiatan Praktek Kerja Lapangan (PKL)

3.2.1 Waktu dan Tempat Pelaksanaan PKL

Waktu dan tempat pelaksanaan kegiatan praktek kerja lapangan sebagai berikut :

- Waktu pelaksanaan praktek kerja lapangan : Praktek Kerja Lapangan (PKL) dilaksanakan selama 5 bulan terhitung dari 18 Maret 2019 sampai dengan 18 Juli 2019.
- Tempat pelaksanaan praktek kerja lapangan : Tempat Praktek Kerja Lapangan (PKL) di PT. Penuh Warna Warni (Full Color) sebagai *marketing*.

3.2.2 Kegiatan PKL

Dalam pelaksanaannya, penulis berkesempatan untuk ikut andil dalam proses kerjasama antara Full Color Entertainment dengan Tiket.com. PT. Global Tiket Network atau Tiket.com merupakan perusahaan yang memiliki sebuah situs penyedia layanan tiket terkenal di Indonesia yang berfokus pada pemesanan tiket telah melakukan kerjasama dengan Full Color Entertainment

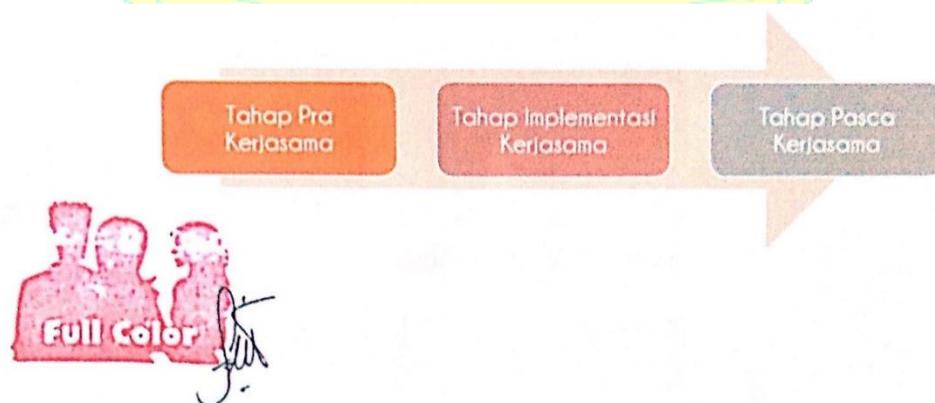
dalam penjualan tiket konser Westlife “*The Twenty Tour*” dan juga menjadi sponsor utama dalam event tersebut. Selain Tiket.com, Full Color Entertainment juga bekerjasama dengan Indomaret untuk penjualan tiket melalui *offline*.

Berdasarkan alur kerja yang telah dipaparkan sebelumnya, kerjasama antar kedua belah pihak dalam penjualan tiket konser termasuk ke dalam tahap pra-event dimana kegiatan tersebut dilaksanakan sebelum event berlangsung. Namun kerjasama tersebut tidak hanya terjadi pada saat pra-event saja, tapi juga berlangsung pada saat event tersebut terselenggara hingga pasca event.

Dalam tahapan kerjasama antara Full Color Entertainment dengan Tiket.com, tentunya ada beberapa tahapan-tahapan yang harus dilalui agar kerjasama tersebut berjalan dengan lancar. Berikut tahapan-tahapan dalam kerjasama tersebut, yaitu :

Gambar 3.2

Tahapan Kerjasama Full Color Entertainment dengan Tiket.com



Sumber : Data Base Full Color Entertainment

Tahap Pra Kerjasama merupakan tahapan awal yang dilalui kedua belah pihak sebelum terjadi kesepakatan. Tahap Implementasi Kerjasama merupakan tahap berikutnya setelah kerjasama tersebut telah disepakati atau ditandatangani oleh kedua belah pihak dan dilaksanakan pada saat event tersebut berlangsung. Tahap Pasca Kerjasama merupakan tahapan terakhir dari kerjasama tersebut.

Adapun pembagian tugas pada saat penjualan tiket antara Full Color Entertainment dengan Tiket.com adalah sebagai berikut :

Tabel 3.1

Pembagian tugas antar kedua pihak pada saat penjualan tiket

Full Color Entertainment	Tiket.com
Penjualan tiket secara <i>offline</i>	Penjualan tiket secara <i>online</i>
Pengalokasian <i>Ticket Takers</i> pada <i>gate-in</i>	Menyediakan <i>Ticket Takers</i> pada saat event berlangsung
Membuat laporan evaluasi kinerja divisi <i>ticketing</i> pada saat event berlangsung	Membuat laporan dari sistem analisis data yang berisi tentang seluruh pemasukan hasil pemesanan dan pembayaran tiket event tersebut.

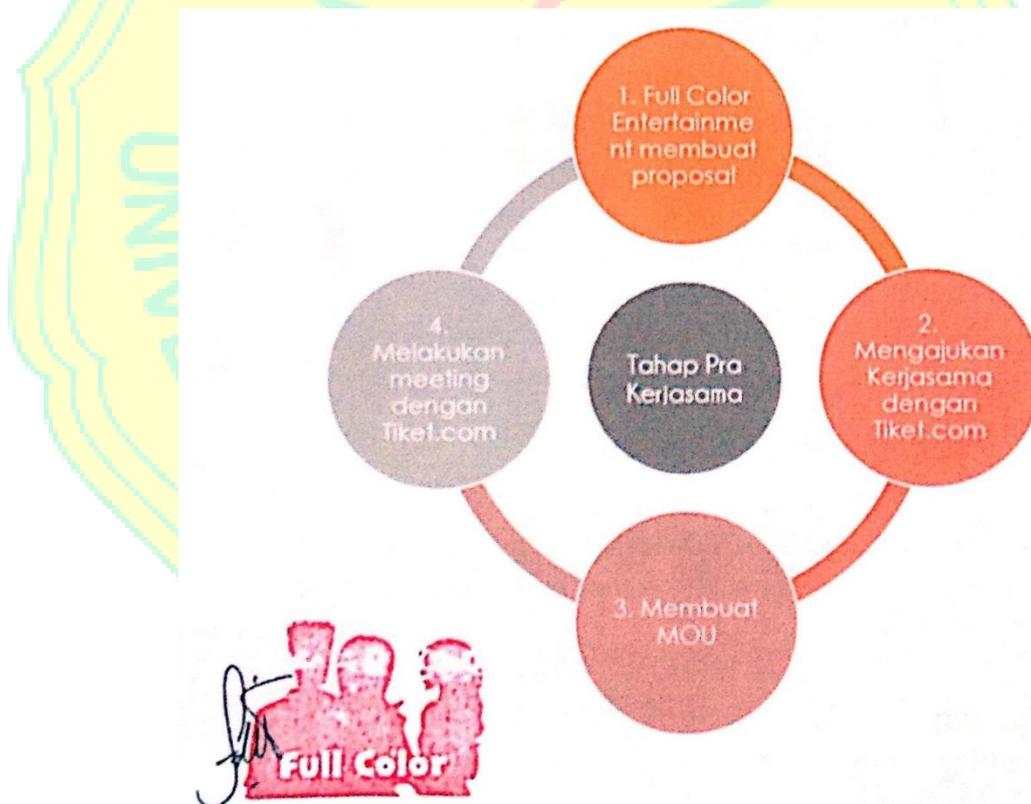
Sumber : Data Base Full Color Entertainment

3.2.2.1 Tahap Pra Kerjasama

Tahap Pra Kerjasama dalam kerjasama merupakan tahapan awal yang dilalui oleh kedua belah pihak sebelum terjadi sebuah kesepakatan. Pada tahap ini dilakukan sejumlah persiapan untuk melancarkan proses kerjasama. Berikut adalah tahap pra kerjasama yang dilalui oleh Full Color Entertainment dengan Tiket.com :

Gambar 3.3

Tahap Pra Kerjasama



Sumber : Data Base Full Color Entertainment

1. Full Color Entertainment membuat proposal.

Proposal penawaran yang dibuat oleh Full Color Entertainment memiliki konten diantaranya :

- Poster event.

Halaman pertama diisi dengan poster acara yang berisi ikon, logo, info lokasi, tanggal, website, dan *contact person* Westlife “*The Twenty Tour*”.

Gambar 3.4

Poster konser Westlife “*The Twenty Tour*”



Sumber : Data Base Full Color Entertainment

- Biografi dan informasi tentang artis.

Informasi singkat tentang artis seperti biografi, diskografi, dan prestasi yang dicapai sang artis.

Gambar 3.5

Informasi singkat Westlife



Sumber : Data Base Full Color Entertainment

- Target dan profil penonton.

Berisi informasi mengenai jumlah target penonton yang berjumlah 10.000 penonton untuk satu hari (terdapat 2 show). Selain itu, juga terdapat profil penonton yang akan dibidik.

Gambar 3.6

Target dan profil penonton



Sumber : Data Base Full Color Entertainment

- Daftar harga per kategori, susunan panggung dan kursi penonton.

Berisi tentang informasi harga per kategori sesuai dengan susunan panggung dan kursi penonton.

Kategori tiket terbagi menjadi 4 kategori yaitu, *Diamond VVIP* dengan harga Rp. 2.500.000, *Platinum* dengan harga Rp. 1.950.000, *Gold* dengan harga Rp. 1.500.000, dan *Silver* dengan harga Rp. 990.000.

Gambar 3.7

Pricelist dan Seat Plan



Sumber : Data Base Full Color Entertainment

- Paket Sponsorship.

Paket sponsorship yang ditawarkan terdiri dari *Platinum*, *Gold*, dan *Silver*. Dalam paket ini juga

terdapat penjelasan tentang manfaat yang didapatkan oleh sponsor sesuai kategori yang telah ditetapkan.

Gambar 3.8

Paket Sponsor

PLATINUM SPONSOR					
ITEMS	Details	Total	Rate (Rp)	Total Value (Rp)	Remarks
Event Value	Shared Cost (1 August show & 7 August Show)			4,000,000,000	Inv. Artist & Production (2 Days Concert)
Event Rights	Rights to present Westlife The Twenty Year 2013			8,000,000,000	terms and condition applied (2 Days Concert)
BFL	Space for Umbilical (vertical banner) for 2 Days Space for K-Banner for 2 Days Space for Branding gate for 2 Days Space for ticket box standing banner for 2 Days	58 2 2 2	10,000,000 3,000,000 3,000,000 3,000,000	100,000,000 6,000,000 6,000,000 6,000,000	Creative, production, installation, fee by sponsor. Design approval by management artist Shared Sign. Provided by Promoter
On Ground Activity	Booth space (3x3 M) for 2 Days Shared Sign on D Card Committee for 2 Days Wall Of Fame by promoter for 2 Days Space for Branding gate for 2 Days TVC Looping (each Day)	2 100 1 2 18	100,000,000 80,000 10,000,000 100,000,000 5,000,000	200,000,000 6,000,000 10,000,000 200,000,000 90,000,000	Creative, production, installation, fee by sponsor. Design approval by management artist Shared Sign. Provided by Promoter Shared Sign. Provided by Promoter Creative, production, installation, fee by sponsor. Design approval by management artist duration @10 sec, loop on Side TV or screen just on stage before the show
Press Conference	Backdrop Presscon Roll Up Banner Brand MC Adlib TVC Brand Looping	1 2 2 5	10,000,000 3,000,000 3,000,000 2,000,000	10,000,000 6,000,000 6,000,000 10,000,000	Shared Sign. Provided by Promoter Creative, production, installation, fee by sponsor. To be mentioned by MC duration @10 sec
Compliment Tickets	Diamond VIP (20 Day 1 & 20 Day 2) Platinum (10 Day 1 & 10 Day 2) Gold (10 Day 1 & 10 Day 2) Silver (10 Day 1 & 10 Day 2)	40 20 10 40	3,000,000 2,000,000 1,000,000 500,000	120,000,000 40,000,000 10,000,000 20,000,000	Diamond VIP Class Platinum Gold Silver
Compliment Treatment	Perfume to sell Pre-sale tickets (duration : 3 weeks) Platinum (100 kg Day 1 & 100 kg Day 2) Gold (100 kg Day 1 & 100 kg Day 2)	100 100 100	200,000 200,000 200,000	20,000,000 20,000,000 20,000,000	Special Gifted Treatment for this sponsor with Private Area value to be given to SP Special Gifted Treatment for this sponsor with Private Area value to be given to SP
TOTAL MEDIA PROMOTIONS VALUE (50% of total value)				1,300,000,000	Promotions on Radio, Online and Cultural Promotions from Promoter
TOTAL PACKAGE VALUE (gross)				16,140,000,000	
PAD (Cash Sponsorship cost) (net cost: 10% V&V)				1,500,000,000	
SAVING VALUE				4,340,000,000	
SAVING VALUE (%)				4%	
ROI				1.7%	

GOLD SPONSOR					
ITEMS	Details	Total	Rate (Rp)	Total Value (Rp)	Remarks
Event Value	Shared Cost (1 August show & 7 August Show)			4,500,000,000	Inv. Artist & Production (2 Days Concert)
BFL	Space for Umbilical (vertical banner) for 2 Days Space for K-Banner for 2 Days Space for Branding gate for 2 Days	20 2 2	10,000,000 1,500,000 2,000,000	200,000,000 3,000,000 40,000,000	Creative, production, installation, fee by sponsor. Design approval by management artist Shared Sign. Provided by Promoter
On Ground Activity	Booth space (3x3 M) for 2 Days Shared Sign on D Card Committee for 2 Days Wall Of Fame by promoter for 2 Days Space for Branding gate for 2 Days TVC Looping (each Day)	1 100 1 2 4	100,000,000 80,000 10,000,000 100,000,000 5,000,000	100,000,000 6,000,000 10,000,000 200,000,000 20,000,000	Creative, production, installation, fee by sponsor. Design approval by management artist Shared Sign. Provided by Promoter Shared Sign. Provided by Promoter Creative, production, installation, fee by sponsor. duration @10 sec, loop on Side TV or screen just on stage before the show
Press Conference	Backdrop Presscon Roll Up Banner Brand MC Adlib TVC Brand Looping	1 1 2 3	5,000,000 1,500,000 3,000,000 2,500,000	5,000,000 1,500,000 6,000,000 7,500,000	Shared Sign. Provided by Promoter Creative, production, installation, fee by sponsor. To be mentioned by MC duration @10 sec
Compliment Tickets	Diamond VIP (10 Day 1 & 10 Day 2) Platinum (10 Day 1 & 10 Day 2) Gold (10 Day 1 & 10 Day 2) Silver (10 Day 1 & 10 Day 2)	20 10 10 20	2,500,000 1,500,000 1,000,000 500,000	50,000,000 15,000,000 10,000,000 10,000,000	Diamond VIP Class Platinum Gold Silver
TOTAL MEDIA PROMOTIONS VALUE (50% of total value)				300,000,000	Promotions on Radio, Online and Cultural Promotions from Promoter
TOTAL PACKAGE VALUE (gross)				5,000,000,000	
PAD (Cash Sponsorship cost) (net cost: 10% V&V)				2,000,000,000	
SAVING VALUE				2,000,000,000	
SAVING VALUE (%)				40%	
ROI				1.4%	

SILVER SPONSOR					
ITEMS	Details	Total	Rate (Rp)	Total Value (Rp)	Remarks
Event Value	Shared Cost (1 August show & 7 August Show)			2,000,000,000	Inv. Artist & Production for 2 Days Concert
BFL	Space for X-Banner for 2 Days Space for K-Banner for 2 Days Space for Branding gate for 2 Days	1 2 2	1,500,000 1,500,000 1,000,000	1,500,000 3,000,000 2,000,000	Creative, production, installation, fee by sponsor. Design approval by management artist Shared Sign. Provided by Promoter
On Ground Activity	Booth space (3 x 3 M) for 2 Days Shared Sign on D Card Committee for 2 Days Wall Of Fame by promoter for 2 Days Space for Branding gate for 2 Days TVC Looping (each day)	1 100 1 2 2	80,000,000 80,000 10,000,000 100,000,000 5,000,000	80,000,000 6,000,000 10,000,000 200,000,000 10,000,000	Creative, production, installation, fee by sponsor. Design approval by management artist Shared Sign. Provided by Promoter Shared Sign. Provided by Promoter Creative, production, installation, fee by sponsor. duration @10 sec, loop on Side TV or screen just on stage before the show
Press Conference	Backdrop Presscon MC Adlib TVC Brand Looping	1 2 2	1,500,000 3,000,000 2,500,000	1,500,000 6,000,000 5,000,000	Shared Sign. Provided by Promoter To be mentioned by MC duration @10 sec
Compliment Tickets	Diamond VIP (4 Day 1 & 4 Day 2) Platinum (4 Day 1 & 4 Day 2) Gold (4 Day 1 & 4 Day 2) Silver (4 Day 1 & 4 Day 2)	8 8 8 8	2,500,000 1,500,000 1,000,000 500,000	20,000,000 12,000,000 8,000,000 4,000,000	Diamond VIP Class Platinum Gold Silver
TOTAL MEDIA PROMOTIONS VALUE (50% of total value)				300,000,000	Promotions on Radio, Online and Cultural Promotions from Promoter
TOTAL PACKAGE VALUE (gross)				2,180,000,000	
PAD (Cash Sponsorship cost) (net cost: 10% V&V)				2,000,000,000	
SAVING VALUE				180,000,000	
SAVING VALUE (%)				8%	
ROI				1.4%	

Sumber : Data Base Full Color Entertainment

- *Contact person.*

Contact person terletak pada halaman terakhir proposal yang bertujuan untuk memudahkan sponsor yang memiliki pertanyaan perihal kerjasama sponsor.

Nama *contact person* yang tercantum adalah David Ananda selaku *Managing Director*, Julie selaku *Ticketing Manager*, dan Joey Ferry selaku *Public Relation Manager*.

2. Mengajukan kerjasama dengan Tiket.com.

Setelah proposal sudah tersedia, tahap selanjutnya adalah mengajukan kerjasama dengan menghubungi kontak Tiket.com yang tertera pada website via telepon. Saat menelepon nomor kantor, yang menerima telepon adalah *customer service*. Selanjutnya, *customer service* akan menyambungkan ke bagian *Marketing Communication* atau *Public Relation*. Setelah itu bagian *Marketing Communication* atau *Public Relation* pihak Tiket.com akan meminta untuk dikirimkan proposal mengenai event serta persyaratan kerjasama tersebut via *whatsapp*.

Persyaratan kerjasama yang diberikan adalah pihak sponsor harus melakukan pembayaran MG (*minimum guarantee*). MG atau *minimum guarantee* merupakan pembayaran awal yang akan dibayarkan kepada Event

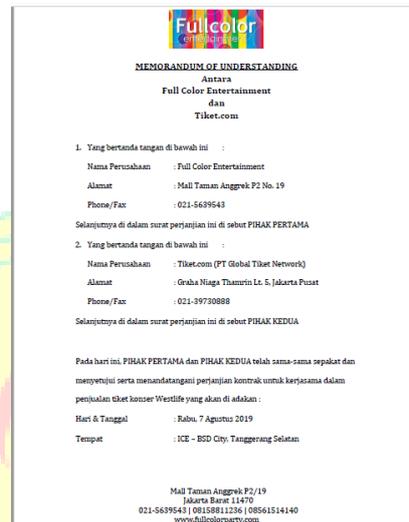
Organizer/Promotor dari pihak sponsor sebagai jaminan dalam kerjasama tersebut. Besar jumlah pembayaran MG tergantung pada banyaknya kuota tiket yang akan diambil dan disepakati oleh kedua belah pihak.

3. Membuat MOU (*Memorandum of Understanding*).

Setelah menerima balasan dari pihak Tiket.com bahwa mereka tertarik untuk kerjasama dalam penjualan tiket event tersebut, Full Color Entertainment segera membuat MOU untuk ditandatangani oleh kedua belah pihak. Pihak 1 yang bertanda tangan merupakan pihak Event Organizer yang menyelenggarakan acara, dalam hal ini adalah Full Color Entertainment, sedangkan pihak 2 merupakan sponsor yang bergabung dalam acara yaitu Tiket.com. MOU berisi tentang perjanjian terkait hal yang akan diberikan Full Color Entertainment kepada pihak Tiket.com dan begitu pula sebaliknya. Kemudian kedua belah pihak menentukan waktu dan tempat *meeting* untuk menandatangani MOU dan membahas kelanjutan kerjasama tersebut.

Gambar 3.9

Contoh MOU



Sumber: Data Base Full Color Entertainment

MOU (*Memorandum of Understanding*) bersifat konfidensial atau rahasia. MOU dalam kerjasama antara promotor dan sponsor biasanya berisi:

- 1) Nama kedua pihak (pihak 1 dan pihak 2).
- 2) Isi perjanjian atau ruang lingkup kerjasama antara kedua pihak (kerjasama penjualan tiket atau pembelian tiket dan lain-lain).
- 3) Tata cara pembayaran kompensasi MG (*Minimum Guarantee*) yang dilakukan dalam dua kali pembayaran, yaitu pembayaran I dan pembayaran II dan juga dilampirkan Nomor Rekening.
- 4) Hak dan kewajiban masing-masing pihak.
- 5) Pasal tentang kerahasiaan dan *Force Majeure*.

4. Melakukan *meeting* dengan Tiket.com.

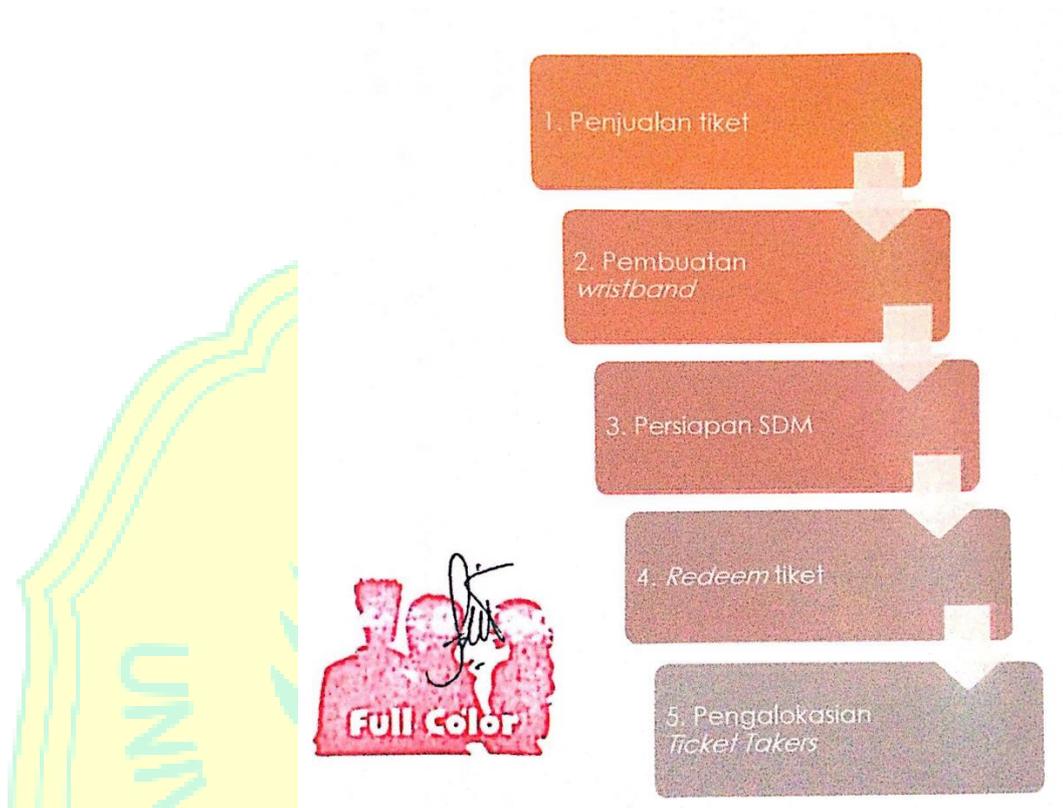
Meeting dilakukan setelah kedua belah pihak telah sepakat untuk saling bekerjasama. *Meeting* ini bertujuan untuk memberikan informasi kepada Tiket.com terkait teknis kerjasama yang akan berlangsung selama penjualan tiket konser terkait. *Meeting* tersebut bersifat *privacy*, dimana yang hadir hanyalah beberapa perwakilan dari kedua belah pihak. Perwakilan yang hadir dari Full Color Entertainment adalah *Managing Director* dan *Ticketing Manager*. Dalam *meeting* tersebut juga akan dilakukan penandatanganan MOU serta pembayaran MG yang dilakukan oleh pihak Tiket.com.

3.2.2.2 Tahap Implementasi Kerjasama

Tahap implementasi kerjasama merupakan tahapan berikutnya setelah kerjasama tersebut telah disepakati atau telah ditandatangani oleh kedua belah pihak. Tahap implementasi kerjasama dapat juga dikatakan sebagai hasil dari kerjasama yang telah disepakati dan dilaksanakan selama event berlangsung. Berikut adalah hasil implementasi dari kerjasama tersebut:

Gambar 3.10

Tahap Implementasi Kerjasama



Sumber : Data Base Full Color Entertainment

1. Penjualan tiket.

Setelah kerjasama tersebut disepakati dan ditandatangani, maka dimulailah penjualan tiket konser Westlife “*The Twenty Tour*”. Dalam pelaksanaannya, penjualan tiket terbagi menjadi dua hari dan dilakukan 4 atau 5 bulan sebelum pelaksanaan event. Untuk penjualan tiket *show* pertama tanggal 7 Agustus 2019 dilaksanakan pada 25 Maret 2019 pukul 11.59 melalui website dan aplikasi Tiket.com. Sedangkan untuk penjualan tiket *additional*

show tanggal 6 Agustus 2019 dilaksanakan pada 2 April 2019 pukul 11.59 melalui website dan aplikasi Tiket.com. Konsumen akan mendapatkan *e-ticket* yang berisikan data diri, informasi singkat mengenai pelaksanaan event seperti tempat, tanggal, dan waktu. Kemudian *e-ticket* tersebut nantinya akan ditukar dengan *wristband* pada saat *redeem ticket* sesuai dengan jadwal yang diberikan.

Gambar 3.11

Contoh *E-ticket*



Sumber: Data Base Full Color Entertainment

2. Pembuatan *wristband*.

Pada dewasa ini, penggunaan *wristband* dalam konser musik sudah menjadi hal yang lumrah. Selain menjadi pengganti tiket kertas, *wristband* juga dipilih untuk menghindari pemalsuan tiket konser. *Wristband*

merupakan tiket fisik berupa gelang kain dengan *barcode* yang akan didapatkan penonton ketika mereka menukar (*redeem*) *e-ticket*. Proses pembuatan *wristband* dilakukan ketika penjualan tiket sudah dimulai dan banyaknya kuantiti sesuai dengan kuota penjualan tiket yang sudah disepakati yaitu sebanyak 20.000 pcs.

Gambar 3.12

Wristband konser Westlife “*The Twenty Tour*”



Sumber : Data Base Full Color Entertainment

3. Persiapan Sumber Daya Manusia (SDM).

Tahap selanjutnya adalah mempersiapkan Sumber Daya Manusia (SDM) dari kedua belah pihak pada saat *redeem e-ticket* di Tiket Box sesuai dengan jadwal yang sudah ditentukan. Selain itu juga mempersiapkan tim *Ticket Takers* yang bertugas untuk *scan barcode* yang terdapat pada *wristband* di *gate in* selama event berlangsung. Untuk tim *Ticket Takers* khusus dihadirkan oleh pihak Tiket.com dan berada di masing-masing pintu masuk sesuai kategori tiket.

4. Penukaran tiket (*redeem ticket*).

Penukaran tiket yang dimaksud adalah penukaran *e-ticket* dengan *wristband* yang digunakan sebagai syarat untuk bisa masuk kedalam venue. Penukaran tiket dilakukan dengan cara menunjukan *e-ticket* dan data diri asli (KTP/Paspor/SIM/Kartu Pelajar) yang didaftarkan pada saat pembelian tiket.

Gambar 3.13

Remider Schedule



Sumber : Database Full Color Entertainment

Penukaran tiket biasanya dilakukan pada hari H event berlangsung. Namun, untuk event konser Westlife “*The Twenty Tour*” penukaran tiket dilakukan dua sesi. Sesi pertama untuk pembelian tiket melalui Tiket.com, penukaran tiket berlangsung pada tanggal 3-4 Agustus 2019 pukul 11.00 – 18.00 di Mall Taman Angrek 1st Floor. Sesi kedua untuk pembelian tiket melalui Tiket.com dan Indomaret, penukaran tiket dilaksanakan pada 6 atau 7 Agustus 2019 (hari H) mulai pukul 10.00 di depan Hall 7 ICE BSD.

Gambar 3.14

Event Schedule



Sumber : Database Full Color Entertainment

5. Pengalokasian *Ticket Takers*.

Tiket Takers adalah kru/tim yang bertugas untuk memindai atau *scan barcode* yang terdapat pada *wristband*. Hal tersebut dilakukan untuk memeriksa keaslian tiket. *Ticket takers* biasanya dihadirkan dari pihak sponsor, yaitu Tiket.com. Untuk pengalokasian *ticket takers* dilakukan oleh tim Full Color Entertainment dari divisi *Ticketing*. *Ticketing Manager* mengalokasikan *ticket takers* yang berjumlah 16 orang pada pintu masuk venue, kemudian mereka dibagi menjadi 2 orang untuk masing-masing kategori tiket dan terbagi menjadi dua *shift*.

3.2.2.3 Tahap Pasca Kerjasama

Tahap pasca kerjasama merupakan tahapan terakhir pada prosedur kerjasama antara Full Color Entertainment dengan Tiket.com dalam penjualan tiket konser Westlife “*The Twenty Tour*”. Berikut adalah tahapan-tahapan pasca kerjasama :

Gambar 3.15

Tahap Pasca Kerjasama



Sumber : Data Base Full Color Entertainment

1. Membuat laporan hasil penjualan tiket.

Setelah event selesai diselenggarakan, pihak Tiket.com akan membuat laporan dari sistem analisis data yang berisi tentang seluruh pemasukan hasil pemesanan dan pembayaran tiket dalam penjualan tiket event tersebut. Kemudian laporan tersebut nantinya akan berpengaruh dalam pembagian komisi, jumlah komisi yang akan

diberikan adalah sebesar 3-4% untuk setiap tiketnya. Sedangkan divisi *Ticketing* Full Color Entertainment akan membuat laporan evaluasi kerja divisi *ticketing* mulai dari pembentukan tim hingga event selesai. Laporan evaluasi ini juga merupakan bentuk tanggung jawab kepada berbagai pihak dan bisa digunakan dalam rangka pengembangan konsep dan metode untuk event selanjutnya.

2. Manfaat kerjasama untuk Full Color Entertainment dan Tiket.com.

Dalam melakukan sebuah kerjasama antara dua perusahaan, seringkali bertujuan untuk saling menguntungkan bagi kedua belah pihak. Begitu pula pada kerjasama antara Full Color Entertainment dan Tiket.com dalam penjualan tiket konser Westlife “*The Twenty Tour*” yang menguntungkan bagi kedua belah pihak. Berikut ini adalah manfaat dan keuntungan yang didapat dari kerjasama tersebut bagi kedua belah pihak.

- Keuntungan bagi Full Color Entertainment :

- 1) Meminimalisir terjadinya pemalsuan tiket.

Pemalsuan tiket seringkali terjadi dalam penyelenggaraan acara musik yang menyebabkan kerugian bagi pihak penyelenggara acara. Oleh

karena itu, penggunaan *wristband* sebagai pengganti tiket kertas dilakukan guna terhindar dari pemalsuan tiket konser. *Wristband* merupakan tiket fisik berupa gelang kain dengan *barcode* yang akan didapatkan penonton ketika mereka menukar (*redeem*) *e-ticket*. Dalam pelaksanaan kerjasama tersebut, Tiket.com menyediakan vendor percetakan *wristband* yang memudahkan Full Color Entertainment dalam pembuatan *wristband* tersebut. Hal tersebut juga menjadi alasan Full Color Entertainment memilih Tiket.com menjadi *partner Official Ticket Box*.

2) Penjualan tiket menjadi lebih efisien.

Dengan adanya kemajuan teknologi saat ini, masyarakat terbiasanya menggunakan internet dalam kehidupan sehari-hari. Bahkan kegiatan berbelanja pun dilakukan secara *online*, yang mana memberikan kemudahan dan keuntungan bagi mereka. Tiket.com memiliki website dan aplikasi yang mudah diakses serta diunduh oleh masyarakat di Indonesia, sehingga membuat penjualan tiket lebih efisien. Pembeli dapat dengan mudahnya memilih kategori tiket serta

melakukan pembayaran melalui *online*. Selain itu, Tiket.com memiliki sistem manajemen ticketing yang membantu mengelola data jumlah tiket secara otomatis.

3) Meningkatkan *branding* event.

Dalam kerjasama tersebut, Tiket.com membantu meningkatkan *branding* event dengan cara melakukan promosi acara pada website dan social media milik Tiket.com.

Gambar 3.16

Promosi yang dilakukan Tiket.com



Sumber : Data Base Full Color Entertainment

- Keuntungan bagi Tiket.com:
 - 1) Meningkatnya *brand awareness* masyarakat terhadap Tiket.com.

Brand awareness merupakan kemampuan seorang pelanggan untuk mengingat suatu merek tertentu atau iklan tertentu secara spontan atau setelah dirangsang dengan kata-kata kunci.³⁴

Brand awareness sangat penting bagi sebuah perusahaan karena tidak hanya mengundang konsumen untuk membeli produk dari perusahaan tersebut untuk pertama kalinya, *brand awareness* juga membuat konsumen untuk terus membeli dari perusahaan tersebut.

Brand awareness biasa digunakan sebagai alat ukur kinerja sebuah *brand*. Setiap tahunnya, perusahaan berinvestasi untuk terus memperbaiki dan menaikkan tingkat *brand awareness* mereka.

Melakukan kerjasama dengan Full Color Entertainment menjadi salah satu strategi Tiket.com untuk meningkatkan *brand awareness*. Salah satu keuntungan dilaksanakannya kerjasama tersebut adalah tercantumnya logo Tiket.com pada poster acara konser Westlife “*The Twenty Tour*” yang nantinya akan di *posting*

³⁴ Freddy Rangkuti, *The Power of Brand*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka, 2004), hlm. 243.

melalui media social milik Full Color Entertainment dan juga akan tercantum pada semua *printed production*. Dengan tercantumnya logo Tiket.com pada poster acara tersebut membuat *brand awareness* masyarakat terhadap Tiket.com semakin meningkat.

2) Meningkatnya pendapatan dan jumlah pelanggan.

Semakin meningkatnya *brand awareness* sebuah produk suatu perusahaan, maka semakin tinggi pula ketertarikan masyarakat terhadap produk tersebut. Itu lah yang dirasakan oleh Tiket.com dari kerjasama dengan Full Color Entertainment dalam penjualan tiket konser Westlife “*The Twenty Tour*”. Dengan meningkatnya *brand awareness* melalui penempatan logo Tiket.com pada poster *official*, membuat bertambahnya jumlah pelanggan yang mengakses situs dan aplikasi Tiket.com. Sehingga membuat pendapatan semakin meningkat pula.

3.2.2.4 Kebijakan *Refund*

Dalam kerjasama tersebut juga terdapat kebijakan untuk pengembalian dana atau *refund* tiket jika sewaktu-waktu konser tersebut batal diselenggarakan karena alasan tertentu. Berikut kebijakan pengembalian dana atau *refund* tiket yang disepakati oleh Tiket.com dan Full Color Entertainment.

1. Pengembalian dana dilakukan dengan jumlah dan waktu sesuai dengan kebijakan dan ketentuan pembatalan yang diberlakukan oleh Full Color Entertainment. Yang mana kebijakan tersebut terbagi menjadi dua, yaitu :
 - a) Jika pembatalan tersebut dilakukan oleh pihak Full Color Entertainment atau pihak manajemen artis, maka pengembalian dana atau *refund* dilakukan sebesar 100%.
 - b) Jika pembatalan tersebut terjadi karena *force majeure*, maka pengembalian dana atau *refund* dilakukan sebesar 75-80%.
2. Jumlah dana yang dikembalikan tidak lebih besar dari jumlah nominal yang dibayarkan, disesuaikan dengan harga tiket perkategori.
3. Untuk transaksi yang pembayarannya menggunakan metode pembayaran debit Visa atau kartu kredit, maka

pengembalian dana dilakukan melalui debit Visa atau kartu kredit yang pembeli gunakan pada saat transaksi. Estimasi waktu pengembalian dana adalah 30-70 hari kerja.

4. Untuk transaksi yang pembayarannya menggunakan metode pembayaran transfer ATM, maka pengembalian dana dilakukan melalui transfer ke rekening pembeli yang telah terdaftar pada pemesanan. Estimasi waktu pengembalian dana adalah 14-30 hari kerja.

3.3 Kendala yang dihadapi

Dalam dunia bisnis, seringkali terjadi kerjasama antar pelaku bisnis dengan tujuan untuk saling menguntungkan bagi kedua belah pihak. Namun, dalam proses kerjasama terkadang justru menimbulkan berbagai macam kendala yang terjadi. Begitu pula pada penjualan tiket konser Westlife “*The Twenty Tour*” terjadi kendala. Berikut ini adalah kendala yang dihadapi selama proses kerjasama antara Full Color Entertainment dengan Tiket.com dalam penjualan tiket konser Westlife “*The Twenty Tour*”.

Kendala

Saat penjualan tiket berlangsung tepatnya tanggal 25 Maret 2019, seharusnya penjualan baru akan dimulai pukul 11.59 WIB, namun sebelum waktu yang ditentukan penjualan tiket pada aplikasi dan website Tiket.com

sudah dapat dibeli. Sehingga pada pukul 11.59 WIB beberapa kategori tiket sudah terjual dan membuat situs Tiket.com mengalami *server down* mengakibatkan banyak konsumen yang protes akibat hal tersebut.

Solusi

Setelah melakukan evaluasi, penyebab terjadinya situs Tiket.com mengalami *server down* karena adanya penjualan lain yang diadakan oleh pihak Tiket.com, yaitu adanya promo untuk pembelian tiket pesawat dan hotel sejak tanggal 23 Maret 2019 – 2 April 2019 sehingga yang mengakses situs Tiket.com tidak hanya pembeli tiket konser Westlife tetapi juga para pembeli tiket promo untuk tiket pesawat dan hotel. Namun kendala tersebut tidak terjadi kembali pada penjualan tiket untuk *additional show* pada tanggal 2 April 2019. Pihak Tiket.com dengan segera meningkatkan kualitas kerja mereka dalam penanganan hal tersebut dengan cara mengerahkan staff IT untuk memperbaiki situs Tiket.com agar tidak mengalami *server down* ketika pelanggan mengakses situs dan aplikasi Tiket.com.