

Pengelolaan Kegiatan *Sponsorship* pada Tahap Pra Pelaksanaan The Indo EBTKE Conex 2018 oleh Quad Event Management

Annisa Fitri ¹, ImamSyafganti ²

¹ Jurusan Administrasi Niaga – Politeknik Negeri Jakarta, ansfitri20@gmail.com

² Jurusan Administrasi Niaga – Politeknik Negeri Jakarta, imam.syafganti@bisnis.pnj.ac.id

ABSTRACT

This study aims to determine the management of sponsorship activities in the pre-implementation stage of The Indo EBTKE Conex 2018 and to find out the obstacles and solutions made. The type of research used is qualitative with the method of data analysis using descriptive analysis. The results of the study concluded that at the pre-stage stage consisted of several personal selling techniques to get sponsors. When offering a sponsor package, Organizer must look at the financial condition of the prospective sponsor's company so that the company can still participate.

Keyword: management, *sponsorship*, *personal selling*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengelolaan kegiatan *sponsorship* pada tahap pra pelaksanaan Indo EBTKE Conex 2018 dan mengetahui hambatan dan solusi yang dilakukan. Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan metode analisis data menggunakan analisis deskriptif. Hasil dari penelitian menyimpulkan bahwa pada tahap pra acara terdiri dari beberapa teknik-teknik *personal selling* untuk mendapatkan sponsor. Pada saat menawarkan paket sponsor, Penyelenggara harus melihat kondisi keuangan perusahaan calon sponsor agar perusahaan dapat tetap berpartisipasi.

Kata Kunci: *Pengelolaan, sponsorship, penjualan pribadi*

PENDAHULUAN

Suksesnya pelaksanaan suatu konferensi dan pameran dibutuhkan penerapan proses pemasaran dalam pelaksanaan konferensi dan pameran bagi suatu perusahaan dalam industri MICE. Proses penerapan yang dilakukan yaitu melalui keterlibatan *event sponsorship*.

Sponsor merupakan aspek penting dalam suatu acara karena tidak semua kebutuhan kegiatan bisa diupayakan sendiri. Kebutuhan akan *sponsorship* disebabkan adanya hubungan saling memerlukan antara pihak industri dengan konferensi dan pameran yang diselenggarakan pihak penyelenggara.

The 7th Indonesia EBTKE Convention and Exhibition 2018 merupakan acara energi terbarukan yang diselenggarakan oleh Masyarakat Energi Terbarukan (METI) berkolaborasi dengan Kementerian ESDM dibawah Direktorat Jenderal EBTKE. Dengan total anggaran sebesar 5 milyar rupiah, acara ini diselenggarakan selama 2 hari yaitu pada tanggal 29-31 Agustus 2018 di Balai Kartini yang bertemakan "*Investment Breakthrough To Achieve Renewable Energy Target*".

Pada pembahasan ini penulis akan menjelaskan terkait pengelolaan kegiatan *sponsorship* pada tahap pra pelaksanaan Indo EBTKE Conx 2018.

Pengertian *Sponsorship* menurut Abdullah (2009:302) merupakan suatu seni dan teknik pemasaran untuk melibatkan industri dalam pendanaan suatu kegiatan konferensi dan event, dengan memanfaatkan kegiatan tersebut sebagai tempat untuk pencapaian tujuan pihak sponsor seperti peningkatan awareness bagi produk dan jasa mereka, peningkatan citra, uji coba produk dan penjualan atau memperluas pasar bagi industrinya serta tujuan-tujuan lain."

Paket sponsor menurut Abdullah (2009:302) pada konferensi dan *event scientific* dibagi menjadi dua kategori *sponsorship*, berdasarkan besar kecilnya dana sponsor yang harus disediakan pihak sponsor dan jenis paket program yang di jual kepada sponsor. Kedua jenis ini dimuat secara rinci di dalam proposal *sponsorship* yang dapat dipilih

oleh pihak sponsor a) Sponsor berdasarkan levelnya : Sponsor emas, sponsor perak, sponsor perunggu. b) Sponsor *additional* : yang ditawarkan adalah jenis sesi atau program dalam konferensi dan *event* tersebut.

Menurut Abdullah (2009:318) ada tahapan-tahapan penting yang dilakukan dalam kegiatan sponsorship pada acara Indo EBTKE Conex 2018 ini, yaitu pada pra acara, menjelang acara, saat acara dan setelah acara.

Dalam proses pengelolaan saat tahap pra pelaksanaan dibutuhkan teknik teknik *personal selling* yaitu a)Memilih calon pelanggan (*prospecting and qualifying*) b)Mempelajari calon konsumen (*preapproach*), c)Pendekatan (*approaching*), d)Presentasi dan demonstrasi (*presentation and demonstration*), e)Mengatasi keberatan (*overcoming objection*), f) Menutup penjualan(*closing*), dan g) Tindak lanjut setelah penjualan dan perawatan (*follow-up and maintenance*).

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan di Quad Event Management selama tiga bulan dengan terlibat langsung pada acara The 7th Indonesia EBTKE Conex 2018. Metode penelitian yang dilakukan yaitu 1) Metode Observasi : metode ini dilakukan dengan cara mengumpulkan data – data yang dibutuhkan dalam penelitian. 2) Metode Analisis Data: Pada metode analisa, peneliti menggunakan metode analisa deskriptif kualitatif yaitu menganalisa data dengan cara mendeskripsikan, menjabarkan, menafsirkan suatu data yang diperoleh dari praktik kerja langsung di dalam lingkup divisi *sales & marketing*.

Penulis menggunakan aplikasi Microsoft Word 2013 untuk mendukung kegiatan penelitian dan juga aplikasi Microsoft Excel untuk membantu penulis dalam mengolah bagan yang tersedia.

Populasi dalam penelitian ini adalah 8 perusahaan peserta *sponsorship* pada Pameran The 7th IndoEBTKE ConEx 2018.

TEMUAN DAN PEMBAHASAN

Pengelolaan Kegiatan Sponsorship pada tahap pra Pelaksanaa Indo EBTKE Conex 2018

Clearing database

Langkah pertama yang dilakukan tim *sales & marketing* adalah mengidentifikasi perusahaan mana yang dapat menjadi sponsor potensial bagi acara Indo EBTKE Conex 2018. *Clearing database* bertujuan untuk mengetahui juga memastikan data-data potensial

perusahaan yang dapat ikut serta. *Database* berisikan nama perusahaan, alamat perusahaan, telepon kantor, *fax* dan *e-mail*. Tim *sales & marketing* memperbaiki *database* yang dimiliki pada tahun tahun sebelumnya dan menambahkan perusahaan atau pihak calon sponsor yaitu perusahaan/industri yang bergerak dibidang energi. Sumber data yang didapatkan dapat melalui mesin pencari google, *website* perusahaan, dan bantuan *link* dari METI sebagai *commitee*.

Menghubungi sponsor potensial

Setelah menetapkan perusahaan mana yang menjadi sponsor potensial bagi acara The 7th Indonesia EBTKE Conex 2018, tim *sales & marketing* menghubungi calon sponsor melalui cara *telemarketing* untuk menawarkan acara kepada calon sponsor baru. Sedangkan jika perusahaan merupakan peserta tahun lalu tim *sales & marketing* langsung mengirimkan surat undangan beserta *e-marketing kit* melalui *e-mail*.

Pengiriman Marketing Kit

Untuk mengetahui lebih lanjut mengenai acara yang ditawarkan, Tim *sales & marketing* mengirimkan dokumen mengenai The 7th Indonesia EBTKE Conex 2018 yaitu berupa *marketing kit*. *Marketing kit* merupakan alat pemasaran yang dipakai oleh tim *sales & marketing* untuk melakukan penawaran *sponsor*, penjualan *booth*, pendaftaran peserta konferensi yang dikemas khusus dalam bentuk proposal. Alat ini berisi informasi mengenai *event*, harga peserta konferensi, harga *booth* dan paket paket sponsor. Selain itu dilampirkan formulir kontrak *sponsorship*, *exhibition*, dan *conference* yang disusun berurutan. Pengiriman *marketing kit* dilakukan dengan cara mengirim *softcopy* melalui *e-mail* yang dituju.

Approaching/Pendekatan ke calon sponsor

Perusahaan yang sudah dikirim melalui *e-mail* sebelumnya dilakukan pendekatan / *approaching*. Perusahaan di *approach* dengan cara bertemu dan menyapa langsung ke kantor perusahaan dengan membawa *marketing kit* berbentuk *hardcopy* untuk

menjelaskan lebih detail *benefits* yang didapatkan juga bernegosiasi. *Approaching* sponsor dilakukan oleh kepala tim *sales & marketing* dibantu oleh *committee* dari Masyarakat Energi Terbarukan Indonesia (METI) dengan membagi beberapa perusahaan.

Pembuatan Surat Penawaran

Jika perusahaan tertarik untuk berpartisipasi, tim *sales & marketing* akan membuat surat penawaran yang berisi mengenai paket sponsor yang dipilih dengan harga dan keuntungan sesuai negosiasi sebelumnya. Surat penawaran dilakukan melalui dua cara yaitu berupa *softcopy* dikirim melalui e-mail PIC perusahaan dan berupa *hardcopy* dikirim langsung ke perusahaan masing-masing.

Melakukan Follow up

Follow up tahap pertama dilakukan Tim *sales & marketing* guna memastikan surat penawaran diterima baik oleh pihak sponsor dan mendapat kepastian dari calon sponsor atas penawaran yang telah diberikan.

Penandatanganan formulir kontrak *sponsorship* kepada pihak *Organizer* dan pembuatan *Invoice*

Perusahaan yang telah memberi keputusan untuk mendukung acara The 7th Indonesia EBTKE Conex 2018 menandatangani dan mengembalikan formulir kontrak *sponsorship* dengan melampirkan NPWP perusahaan kepada tim *sales & marketing* untuk proses pembuatan *invoice* oleh Quad Event. *Invoice* merupakan bukti pembelian berisi jumlah pembelian yang harus dibayar oleh pihak sponsor berdasarkan paket yang dipilih. *Invoice* dikirimkan kepada calon sponsor untuk ditanda tangani dan dikirim kembali kepada tim *sales&marketing*.

Pembahasan

Setelah melakukan penawaran kerjasama sponsor terhadap beberapa *list* perusahaan yang menjadi target sponsor, tim *marketing & sales* mendapatkan 8 perusahaan dengan 8 jenis *sponsorship* yang bersedia untuk ikut mendukung acara Indo EBTKE Conex 2018.

Tabel 1 Sponsorship Indo EBTKE Conex 2018

No	Perusahaan	Jenis Sponsorship
1	Badan Pengelola Kelapa Sawit	Gold Sponsor
2	PT Pertamina (Persero)	Gold Sponsor
3	PT PLN (Persero)	Gold Sponsor
4	PT Adaro Power	Co-Sponsor
5	PT Medco Power Indonesia	Co-Sponsor

6	PT Sarana Multi Infrastruktur	Luncheon Talk
7	APROBI	Lanyard
8	PT Nusantara Regas	Pen Sponsor

Sumber: Data Olah Penulis

Berdasarkan data diatas, Perusahaan tertarik membeli paket sponsor *GOLD* yaitu sebanyak 3 perusahaan dimana sponsor *gold* memiliki harga yang paling besar diantara paket yang lainnya. Jenis Co-Sponsor sebanyak 2 perusahaan dan sponsor retail sebanyak 3 perusahaan diantaranya paket *luncheon talk*, *lanyard*, dan pulpen.

Tabel 2. Pemasukkan Sponsorship Indo EBTKE Conex 2018

Kategori Sponsor	Jumlah
Sponsor Utama	Rp 1.750.000.000
Sponsor Retail	Rp 206.818.182
Total Actual Income	Rp 2.999.518.184
Total Target	Rp 1.650.000.000

Sumber: Laporan income sales & marketing Indo EBTKE Conex 2018

Berdasarkan data diatas bahwa total actual income melebihi dari total yang ditargetkan. Pemasukkan terbesar yaitu pada paket sponsor utama. Dari jenis paket yang ditawarkan seperti sponsor *gold*, *silver*, dan *bronze*. Sponsor *gold* yang paling banyak dipilih perusahaan dibanding paket lainnya.

Faktor penentu paket sponsor antara lain dilihat dari potensi dan kemampuan *financial* perusahaan untuk mempromosikan *brand* perusahaannya. Sedangkan pengaruh Perusahaan yang tidak kembali berpartisipasi yaitu disebabkan adanya *internal issue* dalam perusahaan tersebut.

Hambatan dan solusi dalam pengelolaan sponsorship pada acara The 7th Indonesia EBTKE Conex 2018.

The 7th Indonesia EBTKE Conex 2018 diselenggarakan pada bulan Agustus 2018. Beberapa perusahaan baru memberikan *approval* proposal saat menjelang acara. Pihak *committee* tidak membatasi penawaran yang masuk kepada pihak calon sponsor kuota paket sponsor masih ada dan tim operasional

belum masuk tahap produksi. Penyelesaian yang dilakukan oleh pihak *organizer* segera mengejar waktu dan memproses kontrak *sponsorship* juga penagihan terkait isi kontraprestasi yang akan di proses oleh tim operasional. Tim *sales & marketing* juga meminta PIC perusahaan untuk memberikan respon yang cepat agar tidak menghambat proses produksi yang berkaitan dengan kebutuhan sponsor.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, penulis menarik kesimpulan bahwa pengelolaan kegiatan *sponsorship* pada saat pencarian sponsor dilakukan melalui proses yang panjang. Pengelolaan yang dilakukan tim *sales & marketing* seperti dimulai dari *Clearing database*, menghubungi sponsor potensial, pengiriman *marketing kit*, melakukan *approaching*/pendekatan kepada pihak sponsor, pembuatan surat penawaran, pengiriman balik formulir kontrak *sponsorship* serta NPWP perusahaan untuk proses *invoice* merupakan tahapan yang harus dilakukan dalam melakukan kerjasama dengan pihak sponsor. Namun, tidak semua tahapan dilakukan secara berurutan oleh tim *sales & marketing*. Seperti proses pengembalian formulir kontrak *sponsorship* dan NPWP beberapa perusahaan dilakukan pada tahap setelah acara. Paket-paket yang dipilih calon sponsor tergantung pada kemampuan keuangan di dalam perusahaan dan pihak *organizer* memberikan solusi kepada calon sponsor untuk mendapatkan alternatif pilihan agar perusahaan yang berpotensi tetap dapat berpartisipasi dan mendapatkan tujuan bisnis.

SARAN

Pada saat mengelola kegiatan *sponsorship* saat pra acara diperlukan perbaikan *database* yang dilakukan oleh tim *sales & marketing*. Perbaikan yang dilakukan adalah dengan membagi kategori perusahaan berdasarkan jenis perusahaan, selain itu perlu dilakukan pembaharuan informasi data secara berkala dan menyimpan *database* dengan rapih agar setiap tahun dapat fokus mencari calon sponsor baru. Selain itu,

koordinasi antara pihak *organizer* dan pihak PIC Perusahaan yang mensponsori harus lebih ditingkatkan lagi agar proses persiapan berjalan dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

1. Noor, Any. 2013. Manajemen Event Edisi Revisi. Bandung: Alfabeta
2. Abdullah, Alan Iqbal. 2009. Manajemen Konferensi Dan Event. Yogyakarta: Gajah Mada University Press
3. Kotler, Philip. 2008. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi Keduabelas. Jakarta: Erlangga
4. Priansa, Donni Juni. 2017. Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial. Bandung: Pustaka Setia
5. Notoradjo, Sulyus. 2011. Event Organizing – Dasar-dasar Event Management. Jakarta: Kompas Gramedia.
6. Manalu, Sonta Frisca. 2009. Cara Mudah Cari Sponsor Event. Jakarta: PPM Manajemen.
7. Machfoedz, Mahmud. 2010. Komunikasi Pemasaran Modern. Yogyakarta. Cakra Ilmu.
8. Megananda, Yudhi dan Johannes Ariffin Wijaya. 2009. 7 Langkah Jitu Membangun Bisnis Event Organizer. Jakarta: PT. Bhuana Ilmu Populer

Website

1. http://eprints.umm.ac.id/35140/3/jiptum_mpp-gdl-rimaikahan-47212-3-babii.pdf (diakses pada tanggal 20 Desember 2018)
2. <http://repository.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/63588/Chapter%20II.pdf?sequence=4&isAllowed=y> (Diakses pada tanggal 20 Desember 2018)

