

Proses Perencanaan dan Pelaksanaan Manajemen Logistik pada Festival Oktoberfest 2018

Muhamad Abi Hasan Ahfas¹, Maswir²

¹ Program Studi MICE Jurusan Administrasi Niaga – Politeknik Negeri Jakarta Abihasanahfas14@gmail.com

² Program Studi MICE Jurusan Administrasi Niaga – Politeknik Negeri Jakarta mawi.maswir@yahoo.co.id

ABSTRACT

This study aims to find out how the planning and implementation process of logistics management in an event is based on direct observation of the activities of the Oktoberfest 2018 Festival by PT Samsara Indonesia Sentosa. To meet all logistical needs at an event, a logistical management management that includes planning and implementation is needed, for smooth and successful events. The research method used in this study is a qualitative research method using observation, documentation and interview techniques. From the results of the research in the planning process, a meeting was held by the organizer with the service provider to understand the needs of the event in terms of logistics. After that, discuss the design concept, conduct site inspection, determine the production material, and prepare the budget for the offer to the organizer. While in the process of implementing the service provider coordinating with the production team, conducting a technical meeting with the organizers and Gandaria City as the provider of venue events, carrying out loading in, monitoring during the event, and carrying out loading out.

Keyword: *Planning, Implementation, Management Logistic*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana proses perencanaan dan pelaksanaan manajemen logistik dalam suatu *event* dengan berdasarkan pengamatan langsung terhadap kegiatan Festival Oktoberfest 2018 oleh PT Samsara Indonesia Sentosa. Untuk memenuhi semua kebutuhan logistik pada suatu event dibutuhkan sebuah pengelolaan manajemen logistik yang meliputi perencanaan dan pelaksanaan, guna untuk lancar dan suksesnya suatu *event*. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan menggunakan teknik observasi, dokumentasi dan wawancara. Dari hasil penelitian pada proses perencanaan dilakukan *meeting* oleh pihak penyelenggara dengan pihak penyedia jasa agar memahami kebutuhan *event* dalam hal logistik. Setelah itu, melakukan diskusi konsep *design*, melakukan *site inspection*, penentuan materi produksi, dan penyusunan anggaran untuk penawaran kepada pihak penyelenggara. Sedangkan pada proses pelaksanaan penyedia jasa melakukan koordinasi dengan tim produksi, melakukan *technical meeting* dengan penyelenggara dan Gandaria City selaku penyedia *venue event*, melaksanakan *loading in*, pengawasan pada saat pelaksanaan *event*, dan melaksanakan *loading out*.

Kata Kunci: *Perencanaan, Pelaksanaan, Manajemen Logistik*

PENDAHULUAN

Event merupakan media komunikasi yang bertujuan untuk mengenalkan sebuah *brand* kepada masyarakat. Namun tidak hanya itu, *event* secara tidak langsung juga menjadi media komunikasi untuk menyampaikan informasi dan pesan kepada publik. Informasi dan pesan yang coba disampaikan melalui *event* dengan mengandalkan interaksi antara perusahaan dengan khalayak atau konsumen. Dari interaksi tersebut perusahaan atau pemasar juga dapat secara

langsung mendapatkan respon dari khalayak atau konsumen yang menjadi target.

Menurut Any Noor (2009:7) definisi dari *event* adalah suatu kegiatan yang diselenggarakan untuk memperingati hal-hal penting sepanjang hidup manusia, baik secara individu atau kelompok yang terikat secara adat, budaya, tradisi, dan agama yang diselenggarakan untuk tujuan tertentu serta

melibatkan lingkungan masyarakat yang diselenggarakan pada waktu tertentu.

Event dibedakan menjadi *public event* dan *private event*. Yang termasuk dalam *public event* adalah: perayaan budaya, seni atau hiburan, bisnis atau perdagangan, kompetisi olahraga, pendidikan dan ilmu pengetahuan, rekreasi, serta politik atau kenegaraan. Sedangkan *private event* meliputi perayaan pribadi seperti peringatan hari jadi atau anniversaries, liburan keluarga, pesta pernikahan, dan pesta ulang tahun, serta event-event sosial seperti pesta-pesta, gala, dan acara reuni. (Getz, 1997, p. 7).

Didalam *Public event* salah satunya yaitu terdapat *Festival event*. *Oktobeerfeast 2018* adalah sebuah *Festival event* yang berkaca pada Negara Jerman yang sudah dilaksanakan dari tahun 1810. *Event* ini bermula dari sebuah perayaan budaya kerajaan. *Oktobeerfeast 2018* adalah sebuah *Festival event* yang dilaksanakan oleh Ismaya Group. Dengan adanya *event* tersebut maka Ismaya Group memerlukan vendor yang sudah mempunyai *track record* yang bagus, mempunyai sumber daya manusia yang berkualitas dan bisa memenuhi semua kebutuhan dan keperluan logistik.

Melihat pentingnya logistik dalam sebuah penyelenggaraan *event*, penulis tertarik untuk membahas bagaimana proses penangan manajemen logistik dalam *event* tersebut.

METODE PENELITIAN

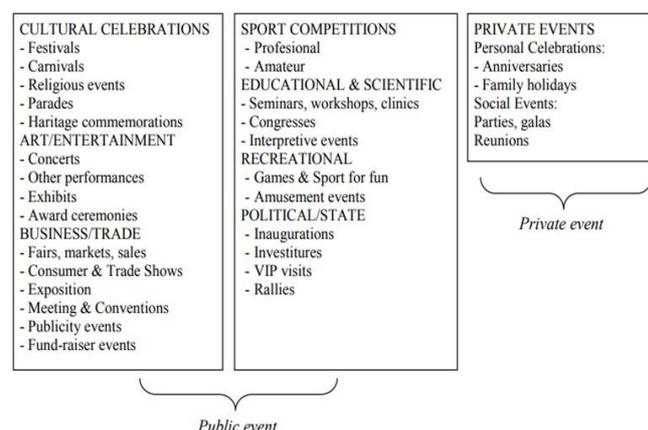
Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Penggunaan teknik pengumpulan data dengan menggunakan teknik observasi adalah metode pengumpulan data yang kompleks karena melibatkan berbagai faktor dalam pelaksanaannya dan menggunakan kategori participant observation, yaitu penulis terlibat secara langsung dalam kegiatan sehari-hari orang atau situasi yang diamati sebagai sumber data. Penggunaan teknik wawancara adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui tatap muka dan tanya jawab langsung antara penulis dan narasumber yang menggunakan kategori wawancara terstruktur, peneliti telah mengetahui dengan pasti informasi apa yang hendak digali dari narasumber. Peneliti

menggunakan berbagai instrument penelitian seperti kamera untuk foto yang dapat di gunakan juga sebagai dokumentasi penelitian.

TINJAUAN PUSTAKA

Definisi *event* menurut para ahli, diantaranya Shone and Parry (2002): “*Event are that phenomenon arising from those non-routine occasion which have leisure, cultural, personal or organizational objectives set apart from the normal activity of daily life, whose purpose is to enlighten, celebrate, entertain or challenge the experience of a group of people*”. *Event* adalah fenomena yang muncul dari kesempatan non rutin itu yang memiliki leisure, kultural, personal atau sasaran dari organisasi di pisahkan dari aktivitas normal untuk kehidupan sehari-hari, dimana tujuannya adalah untuk memberikan penerangan, merayakan, menghibur atau menantang pengalaman dari sebuah grup masyarakat.

Gambar 1, *Typology of planned event*



Sumber: (Getz, 1997, p. 7).

Gambar 1 adalah *Typology of planned event* menurut Getz. *Event* dibedakan menjadi *public event* dan *private event*. Yang termasuk dalam *public event* adalah: perayaan budaya, seni atau hiburan, bisnis atau perdagangan, kompetisi olahraga, pendidikan dan ilmu pengetahuan, rekreasi, serta politik atau kenegaraan. Sedangkan *private event* meliputi perayaan pribadi seperti peringatan hari jadi atau anniversaries, liburan keluarga, pesta pernikahan, dan

pesta ulang tahun, serta ~~event-event~~ sosial seperti pesta-pesta, gala, dan acara reuni. (Getz, 1997, p. 7).

Menurut I Allasi di dalam kata pengantar pada bukunya yang berjudul "*Time Out of Time : Essay on The Festival*", allasi (1987) menyimpulkan bahwa : "*Festival is an event, a social phenomenon, encountered in virtually all human cultures*" (Festival adalah suatu peristiwa atau kejadian penting, suatu fenomena sosial yang pada hakekatnya dijumpai dalam semua kebudayaan manusia).

Pada buku Manajemen Logistik yang ditulis oleh Annisa Kesy Garside mengatakan bahwa manajemen logistik adalah bagian dari *supply Chain management* yang merencanakan, mengimplementasikan, dan mengendalikan aliran maju (*forward flow*) dan aliran balik (*reverse flow*) serta penyimpanan produk, layanan/jasa dan informasi yang terkait antara titik asal dan titik konsumsi untuk memenuhi kebutuhan konsumen secara efektif dan efisien.

Kegiatan-kegiatan pengelolaan logistik biasanya meliputi manajemen transportasi *inbound* dan *outbound*, manajemen armada, pergudangan, penanganan material, pemenuhan pesanan, desain jaringan logistik, manajemen persediaan, perencanaan penawaran/permintaan, dan manajemen penyedia layanan logistik pihak ketiga. Pada berbagai tingkatan, fungsi logistik juga mencakup pencarian sumber dan pengadaan, perencanaan dan penjadwalan produksi, pengemasan dan penggabungan pesanan, serta pelayanan kepada konsumen. Hal ini berhubungan atau bersangkutan dengan semua perencanaan dan pelaksanaan di tingkatan strategis, operasional dan teknis.

Manajemen logistik adalah fungsi pengintegrasian, yang mengkoordinasikan dan mengoptimalkan semua aktivitas-aktivitas logistik, serta mengintegrasikan kegiatan-kegiatan logistik dengan fungsi-fungsi lain termasuk pemasaran, manufaktur penjualan, keuangan, dan teknologi informasi.

Manajemen logistik mempunyai fungsi yang lebih berhubungan dengan aliran barang dan jasa mulai dari sebelum proses operasi produksi hingga produk jadi dikirimkan ke konsumen. Sedangkan *supply chain management* yang secara teknis mengatur hubungan berbagai pihak yang terlibat dalam proses yang diatur oleh manajemen logistik.

Stock and Lambert (2001) membagi aktivitas-aktivitas logistik menjadi 13 macam:

1. Pelayanan Pelanggan (*Customer Service*)

Customer service adalah suatu proses yang berlangsung di antara pembeli, penjual, dan pihak ketiga yang menghasilkan nilai tambah untuk pertukaran produk atau jasa dalam jangka waktu pendek, seperti transaksi tunggal ataupun jangka panjang seperti hubungan berdasarkan kontrak. Nilai tambah ini juga terbagi pada masing-masing kelompok transaksi atau kontrak, yang keadaan lebih baik pada penyelesaian transaksi dibandingkan sebelum transaksi. Dengan demikian, customer service merupakan proses penyediaan keuntungan nilai tambah yang penting pada *supply chain* dengan secara efektif.

2. Peramalan permintaan (*Demand Forecasting*)

Ramalan permintaan menentukan berapa banyak dari tiap barang yang diproduksi perusahaan harus diangkut ke berbagai pasar. Manajemen logistik juga harus mengetahui dimana asalnya permintaan, sehingga dapat menempatkan dan menyimpan produk dengan jumlah yang tepat di setiap area pasar. Perkiraan akurat tentang permintaan yang akan datang memungkinkan manajer logistik untuk menyediakan sumber (anggaran belanja) pada aktivitas-aktivitas yang akan melayani permintaan tersebut.

3. Manajemen Persediaan (*Inventory Management*)

Aktivitas pengendalian persediaan (*inventory control activity*) bersifat kritis karena membutuhkan finansial atas pemeliharaan persediaan yang cukup untuk mempertemukan kebutuhan pelanggan dengan kebutuhan produksi. Bahan baku dan komponennya, WIP (*work in process*), dan persediaan barang jadi, semuanya menghabiskan ruang fisik, waktu kerja dan modal. Uang yang diinvestasikan pada persediaan dalam perusahaan adalah:

- Memungkinkan perusahaan mencapai skala ekonomis.

- b. ~~Menyeimbangkan persediaan dengan permintaan.~~
- c. Memungkinkan spesialisasi produksi.
- d. Melindungi ketidakpastian permintaan dan siklus pemesanan.
- e. Bertindak sebagai penyangga/buffer di antara interface yang bersifat kritis dalam rantai suplai (*supply chain*), buffer pada rantai suplai (*supply chain*).
4. Komunikasi Logistik (*Logistics Communications*)
Komunikasi merupakan jaringan vital diantara seluruh proses logistik dan pelanggan perusahaan. Komunikasi yang akurat pada saat yang tepat merupakan dasar dari keberhasilan manajemen logistik.
5. Penanganan Material (*Material Handling*)
Penanganan material berhubungan setiap aspek gerakan atau aliran bahan baku, barang setengah jadi, dan barang jadi dalam pabrik atau gudang. Tujuan penanganan material adalah:
- Menyederhanakan dan menghapus sistem penanganan apa pun yang memungkinkan.
 - Meminimalkan jarak tempuh.
 - Meminimalkan barang setengah jadi
 - Menyediakan aliran yang serentak bebas dari bottleneck.
 - Meminimalkan kerugian akibat pembuangan, kerusakan, dan pencurian.
- Perusahaan mengeluarkan biaya setiap saat dilakukan penanganan barang. Bila berdasarkan penanganan tidak memberikan nilai bagi sebuah produk, seharusnya dibuat seminimum mungkin.
6. Proses Pemesanan (Order Processing)
- Komponen proses pemesanan (order processing) terbagi dalam:
- Elemen operasional (*operational elements*). Meliputi order entry atau perubahan pesanan, scheduling, persiapan pengiriman pesanan dan invoicing.
 - Elemen komunikasi (*Communication elements*). Meliputi modifikasi pesanan, penyelidikan status pesanan, tracing, koreksi kesalahan dan permintaan informasi produk.
 - Kredit dan elemen pengumpulan (*Credit and Collection Elements*). Meliputi pemeriksaan kredit dan proses dan penerimaan atau pengumpulan rekening.
7. Pengemasan (Packaging)
- Pengemasan memiliki peran ganda:
- Melindungi produk dari kerusakan ketika akan disimpan atau diangkut.
 - Pengemasan yang pantas dapat memudahkan penyimpanan serta pemindahan produk, sehingga mengurangi biaya penanganan material. Fungsi spesifik pengemasan penahanan (*containment*), proteksi (*protection*), pembagian (*apportionment*), pengunitan (*unitization*), kenyamanan (*convenience*), komunikasi (*communication*).
8. Komponen-komponen dan pelayanan pendukung (*Parts and Service Support*)
Salah satu aktivitas pemasaran perusahaan perusahaan dalam memberikan pelayanan pasca penjualan kepada pelanggan, seperti penyediaan bagian-bagian pengganti ketika produk rusak atau tidak berfungsi sebagaimana mestinya. Hal ini sangat penting bagi aktivitas servis dan bagian logistik bertanggung jawab meyakinkan bahwa bagian-bagian tersebut tersedia kapan dan dimana pelanggan membutuhkannya.
9. Seleksi Lokasi Pabrik dan Tempat penyimpanan/Gudang (*Plant and Warehouse Site Selection*)
Pergudangan merupakan bagian integral dari semua sistem logistik yang berperan penting dalam melayani pelanggan dengan total biaya seminimal mungkin, juga merupakan jaringan primer antara produsen dan pelanggan, yang digunakan untuk menyimpan persediaan selama seluruh bagian proses logistik berjalan.
10. *Procurement/Purchasing*
- Tujuan dari purchasing:
- Memberikan aliran material, persediaan dan pelayanan yang berkesinambungan yang dibutuhkan untuk menjalankan organisasi.
 - Meminimalkan investasi persediaan dan kerugian

- c. Menjaga dan memperbaiki kualitas
- d. Menemukan atau mengembangkan kemampuan supplier
- e. Menstandarisasi, dimana kemungkinan barang dibeli
- f. Pembelian barang yang diperlukan dan pelayanan pada tingkat biaya total terendah
- g. Mengembangkan posisi organisasi yang kompetitif
- h. Mencapai keharmonisan, hubungan kerja yang produktif dengan area fungsional lainnya dalam organisasi
- i. Menyempurnakan sasaran pembelian dan kemungkinan tingkat biaya administratif yang terendah.

11. Reverse Logistics

Penanganan barang-barang return baik berupa salvage dan scrap disposal, merupakan bagian dari proses yang berkaitan erat dengan reverse logistics dan merupakan komponen logistik yang memerlukan perhatian lebih.

Barang-barang return bisa dikarenakan kerusakan produk, kadaluwarsa, kesalahan pengiriman, trade-ins dan alasan-alasan lain. Biaya reverse logistics cenderung lebih tinggi dibandingkan biaya forward logistics.

12. Transportasi

Fungsi transportasi berhubungan dengan bagian luar dan dalam department logistik. Dengan bagian finansial (*freight bills*/biaya pengiriman), engineering (pemesanan transportasi peralatan), manajemen persediaan (bahan baku, komponen gudang jadi), hukum (kontrak gudang dan alat angkut), produksi (pengiriman tepat waktu), purchasing (pemilihan supplier), marketing/sales (standar pelayanan pelanggan) receiving (klaim, dokumentasi), dan pergudangan (suplai peralatan, penjadwalan).

13. Pergudangan dan penyimpanan (*Warehousing & Storage*)

Produk harus disimpan dalam pabrik atau pada suatu tempat sebelum dijual. Semakin lama waktu antar produksi dan konsumsi, semakin besar pula tingkat atau jumlah persediaan yang dibutuhkan. Aktivitas pergudangan dan penyimpanan meliputi keputusan mengenai apakah fasilitas penyimpanan seharusnya milik sendiri, dikontrakan atau disewakan, perencanaan dan perancangan fasilitas penyimpanan, pertimbangan produk gabungan,

prosedur pengamanan dan pemeliharaan, pelatihan personaliaian pengukuran produktivitas.

TEMUAN DAN PEMBAHASAN

Temuan

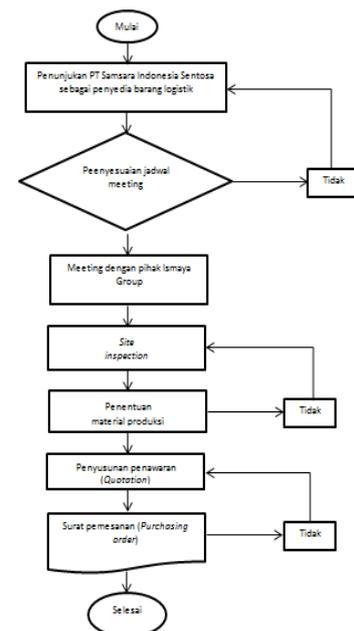
Pada saat penelitian, penulis menemukan tahapan perencanaan dalam penyediaan barang-barang logistik untuk event Oktoberfest 2018 serta cara implementasinya pada saat pelaksanaan berlangsung.

Pembahasan

Proses Perencanaan PT. Samsara Indonesia Sentosa Dalam Penyediaan Barang-Barang Logistik pada Event Oktoberfest 2018

Berikut adalah proses perencanaan pengadaan barang pada event Oktoberfest 2018 yang dilakukan oleh PT. Samsara Indonesia melalui sebuah *flowchart* yang telah disusun untuk menjadi sebuah alur kerja.

Gambar 2, *Flowchart* Proses Perencanaan dalam Penyediaan Barang-Barang Logistik pada Event Oktoberfest 2018



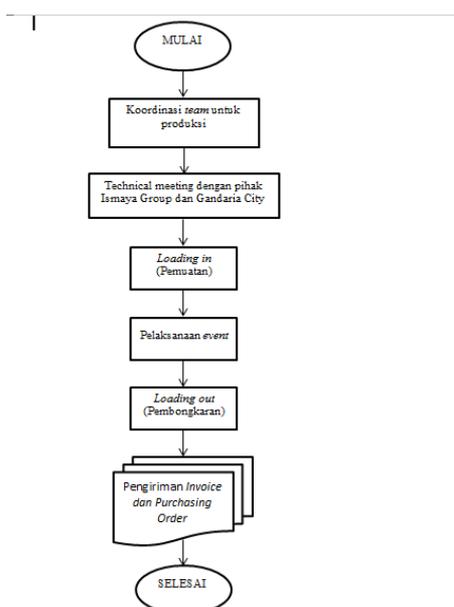
Sumber: Data diolah oleh penulis, 2018

Pada Proses perencanaan penyediaan barang-barang logistik pada *event* Oktoberfeast 2018 PT Samsara Indonesia Sentosa mendapatkan sebuah penunjukan langsung oleh Ismaya Group untuk menjadi penyedia barang-barang logistik pada *event* Oktoberfeast 2018. PT Samsara Indonesia Sentosa melaksanakan meeting dengan Ismaya group, mendiskusikan konsep *design*, melakukan *site inspection*, penentuan material produksi, penyusunan anggaran dan jika sudah disepakati mengenai anggaran PT Samsara Indonesia Sentosa membuat surat penawaran yang diberikan kepada pihak Ismaya Group. Surat pemesanan dikeluarkan setelah terjadi kesepakatan berdasarkan surat penawaran guna surat pemesanan ini sangat penting karena berisi komitmen dari pemesan yaitu Ismaya Group.

Proses Pelaksanaan PT. Samsara Indonesia Sentosa Dalam Penyediaan Barang-Barang Logistik pada Event Oktoberfeast 2018

Berikut adalah proses pelaksanaan pengadaan barang pada *event* Oktoberfeast 2018 yang dilakukan oleh PT. Samsara Indonesia melalui sebuah *flowchart* yang telah disusun untuk menjadi sebuah alur kerja.

Gambar 3, *Flowchart* Pelaksanaan Perencanaan dalam Penyediaan Barang-Barang Logistik pada Event Oktoberfeast 2018



Sumber: Data diolah oleh penulis, 2018

Pelaksanaan yang dilakukan PT. Samsara Indonesia Sentosa pada penyediaan barang-barang

logistik pada *event* Oktoberfeast 2018 adalah berkoordinasi dengan tim produksi untuk memulai proses pembuatan barang-barang dan penyediaan barang-barang yang akan di instalasi pada *event* Oktoberfeast 2018. Lalu melakukan *technical meeting* dengan pihak Gandaria City dan Ismaya Group untuk membahas teknis proses *loading in* dan *loading out* pada *event* Oktoberfeast 2018 dan penjelasan *safety procedure* dari pihak Gandaria City. Melaksanakan *loading in*, mengawasi semua barang-barang yang telah di instalasi pada saat *event* Oktoberfeast berlangsung, melaksanakan *loading out*, dan pada proses pelaksanaan terakhir PT. Samsara Indonesia Sentosa membuat *invoice* untuk penagihan terkait biaya produksi dan jasa pada *event* Oktoberfeast 2018. setelah pembuatan *invoice* PT. Samsara Indonesia Sentosa melakukan pengiriman *invoice* serta *purchasing order* yang di lampirkan pada lembar kedua ke kantor accounting Ismaya Group.

KESIMPULAN

Hasil dari proses penerapan manajemen logistik yang terbagi menjadi perencanaan dan pelaksanaan sudah sesuai dengan alur *flowchart*.

Keseluruhan proses dari mulai perencanaan hingga pelaksanaan dilalui telah baik.

SARAN

Saran yang dapat diberikan yaitu memperbaiki komunikasi dari pihak *supervisor* kepada pihak koordinator event, dikarenakan sering terjadinya *miss communication*.

DAFTAR PUSTAKA

- A,Shone, and B, Parry (2002), *Succesfull events management*, London Continum, A practical Handbook.
Falassi, Alessandro. 1987. *Time out of time : essays on the festival* : University of New Mexico Press

~~Garside Kesy, Annisa. 2017. *Manajemen Logistik*: UMMPress~~

Getz, D. 1997. *Event Management and Event Tourism*. New York: Cognizant Communications Corporation.

Noer, Anny. 2009. *Event Management*. Bandung : Alfabeta

Stock, James R., Lambert, Douglas M. 2001. *Strategic Logistic Management. Fourth Edition*. New York : McGraw-Hill

