
PROSES PERSIAPAN DAN PELAKSANAAN *EVENT* INDONESIA & TAIWAN *ONLINE BUSINESS DAY* OLEH PT. MAXIMAINDO

Erika Agnes Saharani¹, Tuty Herawati²

¹Program Studi MICE – Politeknik Negeri Jakarta, eagnesvirgonia@gmail.com

²Program Studi MICE – Politeknik Negeri Jakarta, tuty.herawati@bisnis.pnj.ac.id

Empirical Paper

ABSTRACT

The Covid-19 Pandemic that hit Indonesia at the end of 2020 caused economic paralysis. One of the affected industries is the MICE Tourism industry, MICE stakeholders are starting to look for ways to survive. One way to survive is to do activities online or virtually. Therefore, PT. Maximaindo also began to switch from event contractors to organizing virtual events by holding Indonesia & Taiwan Online Business Day regarding manufacturing machines and plastics which was held on December 7-9, 2021. This research was conducted to find out the preparation and implementation process of the Online Business Matching held between Taiwan and Indonesia, and also to find out the obstacles that existed during the event. In this study, the authors used qualitative methods with data collection through observation, interviews, library methods, and documentation. The findings obtained are in the preparation process, it is necessary to collect a filtered database and make a registration form, then contact prospective buyers and suppliers. The last stage is to compile a meeting schedule and ask for confirmation from both parties. For implementation, what needs to be prepared is a laptop, wifi, and Zoom background. The event opened with remarks and then buyers and suppliers will enter the waiting room and the operator will move buyers and suppliers according to the schedule and predetermined room. There are obstacles during preparation and implementation, one of which is network or device constraints, and problem when contacting buyers.

Keywords: *Online Business Matching, MICE, Event Management, Pra-Event, During Event.*

ABSTRAK

Adanya Pandemi Covid-19 yang menerpa Indonesia pada akhir tahun 2020 menyebabkan adanya kelumpuhan ekonomi. Salah satu industri yang terdampak ialah industri Pariwisata MICE, para pelaku MICE mulai mencari cara untuk tetap bertahan. Salah satu cara agar tetap dapat bertahan ialah dengan melakukan kegiatan secara online atau virtual. Oleh karena itu, PT. Maximaindo pun mulai beralih dari kontraktor *event* ke mengorganisir acara virtual dengan mengadakan Indonesia & Taiwan *Online Business Day* mengenai mesin manufaktur dan plastik yang diselenggarakan pada 7 – 9 Desember 2021. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui proses persiapan dan pelaksanaan dari *Online Business Day* yang diselenggarakan antara Taiwan dan Indonesia serta mengetahui hambatan yang ada selama acara. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode kualitatif dengan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, metode pustaka, dan dokumentasi. Hasil temuan yang didapat ialah dalam proses persiapan perlunya dilakukan pengumpulan database yang sudah difilter lalu membuat form registrasi dan selanjutnya ialah menghubungi calon buyer dan supplier. Lalu untuk tahap paling akhir ialah menyusun jadwal pertemuan dan meminta konfirmasi kedua belah pihak. Untuk pelaksanaan yang perlu disiapkan ialah laptop, *wifi*, dan background Zoom. Acara dibuka dengan sambutan lalu para buyer dan supplier akan memasuki ruang tunggu dan operator akan memindahkan buyer dan supplier sesuai dengan jadwal dan ruangan yang telah ditentukan. Adapun hambatan yang dirasakan saat persiapan maupun pelaksanaan salah satunya ialah kendala jaringan ataupun device, dan kendala saat menghubungi buyer.

Kata Kunci: *Online Business Matching, MICE, Manajemen Event, Pra-Event, Pelaksanaan Event.*

PENDAHULUAN

Pandemi COVID-19 yang telah mengguncang dunia pada awal tahun 2020 telah membuat banyak sektor perekonomian dunia terganggu. Menurut data yang tercatat dalam laporan WHO mingguan pada 18 Oktober 2020 terdapat 40 juta kasus yang telah terkonfirmasi terpapar virus korona dan lebih dari 1 juta kasus kematian di 189 negara. Penyebaran virus korona yang begitu cepat menyebabkan banyak negara menerapkan *lockdown* untuk mengurangi penyebaran virus korona ini. Di Indonesia sendiri per Oktober menurut data yang dikeluarkan oleh kementerian Kesehatan setidaknya terdapat 349.000 kasus yang tercatat sampai bulan tersebut dengan rata-rata per hari terdapat 4000 kasus baru, dan tercatat lebih dari 12.000 kematian.

Dengan tingginya kasus paparan korona membuat ekonomi dunia menjadi turun di semua sektor. Pada tahun 2019 ekonomi dunia sedang dalam keadaan optimisme yang tinggi. Namun dengan adanya covid 19 yang menyerang seluruh dunia memberi tekanan yang luar biasa. Hal ini mengakibatkan kepanikan harga-harga ditingkat internasional melonjak tajam dan mata uang melemah.

Indonesia pun terdampak oleh pandemi ini. Salah satu sektor yang terdampak ialah sektor Pariwisata MICE. MICE sendiri memiliki singkatan *Meeting, Incentive, Convention and Exhibition* dan menurut Aris miyati nasution & wa ode sifatu (2017) MICE dapat diartikan sebagai bagian integral dari usaha jasa pariwisata meliputi usaha jasa konvensi, Perjalanan Insentive dan Pameran dalam suatu rangkaian kegiatan pelayanan bagi pertemuan/ berkumpulnya

orang orang atau sekelompok orang pada susatu tempat yang terkondisikan pada suatu tempat yang terkondisikan oleh suatu permasalahan, pembahasan atau kepentingan bersama.

Karena pandemi yang mempengaruhi bisnis MICE secara signifikan maka para pelaku MICE mulai mencari cara untuk bangkit dan tetap bisa melakukan bisnisnya selama pandemic. Salah satu cara agar tetap dapat melakukan kegiatan ialah dengan melakukan kegiatan secara online atau virtual. Kegiatan *virtual* pun mulai banyak dilakukan, seperti Pameran *virtual*, *meeting Online* dan lain-lain.

PT. Maximaindo yang bergerak sebagai kontraktor *booth* pameran yang sering berkerja sama dengan *exhibitor* mancanegara. Dikarenakan pameran *offline* masih belum dapat dilaksanakan, maka PT Maximaindo mengambil langkah untuk melaksanakan *event online*. PT. Maximaindo pun membuat *Online Business Matching*. Acara ini diadakan dalam bentuk *meeting* antara 2 pihak yaitu *buyer* dan *supplier* untuk membicarakan mengenai Kerjasama bisnis. *Meeting* sendiri memiliki pengertian yang menurut Undang-Undang No 10 tahun 2009, Pertemuan adalah pertemuan dua atau lebih orang yang diselenggarakan untuk maksud mencapai tujuan bersama melalui interaksi verbal, seperti berbagi informasi atau mencapai kesepakatan yang dapat berupa presentasi, seminar, lokakarya, pelatihan, team building maupun *event* organisasi atau perusahaan lainnya. Sedangkan Menurut Desthiani & Suwandi (2019) *meeting* adalah suatu pertemuan yang diadakan oleh sekelompok orang untuk mengembangkan usaha yang sedang digeluti. Pembahasan

yang dilakukan biasanya seputar peningkatan sumber daya manusia, jalin kerjasama, pengembangan profesionalisme, hubungan dengan masyarakat, dan peningkatan publikasi. Penyelenggaraan *meeting* dapat diklasifikasikan berdasarkan siapa yang mensponsori kegiatan tersebut. Pengklasifikasian ini berdasarkan (Fenich, 2012) yang menyebutkan bahwa terdapat 3 (tiga) relasi paling signifikan yang mengatur dan mensponsori kegiatan *meeting* yaitu perusahaan, asosiasi dan pemerintah.

Sedangkan *Business Matching* adalah proses pencocokan atau penyesuaian ide, konsep, visi dan misi, serta model bisnis sesuai dengan nilai, budaya dan iklim perekonomian. Penyesuaian konsep bisnis dilakukan antara bisnis yang sejenis dan memiliki tujuan yang sama. Pencocokan dan penyesuaian bisnis pada konsep *business matching* biasanya mempertemukan para *entrepreneur* dalam suatu kegiatan diskusi *sharing* dari para *entrepreneur* dan *start-up* dengan upaya peningkatan daya saing yang berkelanjutan (Moghaddam & Nof, 2017).

Pada tanggal 7-9 Desember 2021 PT Maximaindo melaksanakan Indonesia & Taiwan *Online Business Day*. Acara ini merupakan *Online Business Matching* antara *supplier* dari Taiwan dan *buyer* dari Indonesia. Acara ini diikuti oleh 20 *Suppliers* dan 39 *Buyers*. Acara ini diselenggarakan melalui *Zoom meeting* selama 3 hari berturut turut. *Online Business Matching* ini bertujuan untuk menjalin kerja sama antara Taiwan dan Indonesia dalam hal impor ekspor pada *industry* mesin manufaktur dan plastik.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk mengetahui lebih dalam bagaimana proses persiapan dan

penyelenggaraan serta hambatan apa saja yang dirasakan selama *Online Business Matching* tersebut. Oleh karena itu, penulis pun tertarik untuk mengambil judul **“PROSES PERSIAPAN DAN PELAKSANAAN EVENT INDONESIA & TAIWAN ONLINE BUSINESS DAY OLEH PT. MAXIMAINDO”**.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang dilakukan dengan cara metode kualitatif dengan pengumpulan data melalui 1) Studi Pustaka, metode pengumpulan dengan studi pustaka ialah dengan cara pengumpulan data melalui jurnal ataupun teori-teori yang relevan. 2) Observasi, metode pengumpulan data dengan observasi ialah pengumpulan data dengan cara mengamati secara langsung bagaimana *event* Indonesia & Taiwan *Online Business Day* berlangsung, dari proses persiapan sampai proses pelaksanaan dari *event* tersebut. 3) Wawancara, metode pengumpulan data dengan wawancara ialah pengumpulan data dengan cara mewawancarai pihak-pihak terkait yang berhubungan dengan perancangan dan pelaksanaan *event* Indonesia & Taiwan *Online Business Day*.

TEMUAN DAN PEMBAHASAN

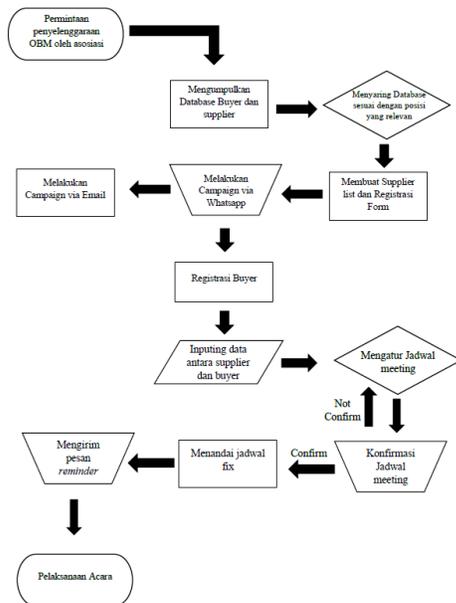
Temuan

Proses perencanaan *event Online Business Day* dapat dilihat dari bagan dibawah ini

Bagan 1

Proses Persiapan Taiwan & Indonesia
Online Business Day

berikut data yang telah diolah oleh penulis mengenai efektifitas *WA Blast* :



Sumber : Penulis, 2021

Dari bagan diatas, pembaca dapat melihat ada beberapa tahapan dalam perencanaan *business matching* yaitu mengumpulkan *database buyer*, menyaring *database* yang sesuai untuk di hubungi, membuat *supplier list*, membuat registrasi *form*, melakukan *campaign* baik EDM ataupun *WA Blast*, registrasi *buyer*, mengatur jadwal *meeting*, mengkonfirmasi jadwal kepada dua belah pihak dan mengirimkan *reminder* mengenai jadwal tersebut.

Dalam *approach buyer*, penulis menggunakan 2 cara yaitu EDM dan *WA blast*. Informasi mengenai data calon *buyer* yang akan di *approach* didapat dari *database* perusahaan yang sudah disaring sesuai dengan kebutuhan acara. Dari kedua cara yang telah dilakukan untuk *approach buyer*, penulis menemukan bahwa *approaching* melalui *WA Blast* lebih efektif daripada EDM

Tabel 1

Hasil EDM dan *WA Blast*

Sumber : Penulis, 2021

Keterangan	ED M	WA <i>Blast</i>
Data yang digunakan	6285	10324
Terkirim	4685	4800
Tidak Terkirim	1600	5524
Registrasi	6	33

Bahasan

Dalam pelaksanaan dan perencanaannya terdapat beberapa langkah yang harus dilakukan untuk dapat menjalan *event* dengan baik dan lancar. Namun sebelum melakukan langkah tersebut, dibutuhkannya *timeline* pengerjaan agar pelaksanaan acara tidak mundur dan semua tugas yang harus dikerjakan dapat selesai sesuai dengan waktunya dan tidak menghambat tugas lainnya. Berikut *timeline* persiapan Indonesia & Taiwan *Online Business Day* .

Gambar 1

Timeline persiapan Indonesia & Taiwan *Online Business Day*.



Sumber : Penulis, 2021

Setelah *timeline* sudah siap, *organizer* dapat memulai mempersiapkan acara dari awal sampai akhir diselenggarakannya acara. Berikut proses persiapan, pelaksanaan dan hambatan dalam acara Indonesia & Taiwan *Online Business Day*.

1. Proses Persiapan

Pada *event* Indonesia & Taiwan *Online Business Day*, proses persiapannya diawali dengan pengumpulan *database* potensial *buyer* dan data *supplier*. Pada *event* ini yang di selenggarakan oleh pihak TAMI (*Taiwan Association of Machinery Industri*) menunjuk penyelenggara untuk melaksanakan *event* tersebut. Dalam hal ini PT. Maximaindo yang ditunjuk untuk menjadi perwakilan Indonesia dalam *event* Indonesia & Taiwan *Online Business Day*.

Pengumpulan *database* potensial *buyer* yang terdiri dari beberapa *database* visitor pada *event-event*. *Database* ini lalu disaring dengan memprioritaskan orang-orang yang memiliki posisi yang relevan seperti owner ataupun CEO dari perusahaan. Dari proses penyaringan ini, dari 30.000 data potensial *buyer* yang ada menjadi 12.000 potensial *buyer* yang

akan di hubungi. Selain *database* potensial *buyer*, data *supplier* yang berpartisipasi pun diperlukan. Dalam *event* Indonesia & Taiwan *Online Business Day*, *supplier* merupakan member dari asosiasi TAMI (*Taiwan Association of Machinery Industri*). *Supplier* yang berpartisipasi dalam *event* Indonesia & Taiwan *Online Business Day* terdapat 21 *supplier* dengan produk yang berbagai macam seperti mesin pencetak plastik, botol PET, pembuat sepatu, mesin robot, mesin blowing, dan lainnya.

Langkah selanjutnya ialah dengan membuat list *supplier* yang berbentuk brosur dan beberapa materi promosi seperti desain banner *event*. Setelah materi promosi sudah siap maka dapat dilaksanakan proses selanjutnya yaitu menjalankan *Campaign* melalui EDM dan WA Blast. Dari hasil *campaign* yang telah dilakukan, terdapat 39 *buyer* yang registrasi namun 12 *buyer* mengkonfirmasi tidak ikut. Sehingga total keseluruhan *buyer* yang mengikuti acara ini ialah 27 *buyer*.

Tabel 2
 Data Buyer

Keterangan	Jumlah
<i>Buyer</i> Registrasi	39
<i>Cancel</i>	12
Total	27

Sumber: Penulis, 2021

Saat *buyer* registrasi terdapat pilihan untuk memilih *supplier* dan

waktu yang diinginkan. Dari data tersebut, bisa dijadikan landasan untuk membuat jadwal *meeting* yang nantinya akan dikonfirmasi kembali ke *buyer* dan *supplier*. Setelah jadwal sudah dikonfirmasi maka langkah selanjutnya ialah melakukan *reminder* kepada *buyer* dan menyiapkan *device* seperti laptop, *earphone* dan *mouse*. Selain itu dibutuhkan jaringan internet untuk dapat melaksanakan acara.

2. Pelaksanaan

Event Indonesia & Taiwan Online Business Day yang dilaksanakan selama 3 hari pada tanggal 7-9 Desember 2021. Pelaksanaan ini dilaksanakan melalui platform video conference Zoom. Pelaksanaan *Online Business Matching* menggunakan metode *breakout room* dan terdapat 2 sesi dalam waktu bersamaan. Sehingga membutuhkan 2 operator dan moderator. Operator mempunyai tugas untuk menampilkan *powerpoint introduction* yang berisikan nama *supplier* dan *buyer* yang akan mengadakan *meeting*, tanggal *meeting* dan *room meeting*. Selain itu, operator harus merekam rapat dan mengambil *screenshot* sebagai dokumentasi. Setelah *buyer* ataupun *supplier* masuk keruang rapat maka operator mencatat jam *log-innya*. Setelah *supplier* dan *buyer* sudah hadir dan ppt *introduction* telah di tampilkan maka moderator akan membuka sesi dan membantu kedua belah pihak apabila terdapat kesulitan

baik dalam bahasa maupun teknis.

Breakout room dibuat sesuai dengan jumlah sesi yang diadakan pada hari tersebut. Beberapa staff dari pihak penyelenggara yang berada di *main room* atau *Lobby* akan menyapa para *supplier* dan *buyer* yang datang dan memastikan suara dan kamera tidak ada masalah, lalu *buyer* atau *supplier* akan di *assign* ke room sesuai dengan sesinya. Di dalam ruangan tersebut operator, moderator serta perwakilan dari asosiasi yang sudah siap dan operator sudah *sharescreen* ppt *introduction*.

Pada hari pertama pelaksanaan yaitu tanggal 7 Desember 2021, terdapat 21 *Meeting* dengan 11 *buyer* yang dimulai dari jam 09.00 WIB atau jam 10.00 waktu Taiwan sampai jam 16.00 WIB atau 17.00 waktu Taiwan. Dikari kedua, 8 Desember 2021 terdapat 22 *meeting* dengan 10 *buyer* dan pada hari ketiga, 9 Desember 2021 terdapat 16 *meeting* dengan 9 *buyer*.

3. Hambatan

a. Persiapan

Selama persiapan terdapat beberapa kendala yang dialami. Beberapa kendala tersebut seperti *database* yang tidak valid sehingga banyak email maupun no telfon yang tidak dapat dihubungi, sehingga mengurangi jangkauan cakupan *campaign*.

Adanya pemblokiran saat *campaign* sehingga menghambat proses penyebaran *WA Blast*.

Device yang kurang memadai

sehingga menghambat efektifitas dan memperlama pekerjaan yang diberikan.

Dan yang terakhir terdapat kendala pada *buyer* yang sulit dihubungi.

b. Pelaksanaan

Selain selama persiapan, kendala pun ditemukan saat pelaksanaan *event*. Kendala yang dialami ialah *device* operator yang error, koneksi internet yang kurang stabil dan adanya *buyer* yang membatalkan *meeting* secara mendadak.

KESIMPULAN

Dari bahasan diatas penulis dapat menyimpulkan bahwa dalam proses persiapan perencanaan *Online Business Matching*, terdapat beberapa langkah yang diambil yaitu pengumpulan *database* untuk potensial *buyer* dan list *supplier*, pembuatan form registrasi, pelaksanaan *campaign* untuk mendapatkan *buyer*, mengatur jadwal *meeting*, membuat akun zoom dan membuat *background zoom*. Untuk pelaksanaan *Online Business Matching* yang diperlukan ialah *device* berupa laptop, *wifi* dan akun zoom. Lalu selama pelaksanaan ada beberapa hal yang dilakukan yaitu memastikan bahwa *buyer* dan *supplier* siap untuk setiap sesi mereka, merekam jalannya *meeting*. Untuk hambatan yang dirasakan penulis ialah kurangnya respon dari *buyer*, *device* yang kurang memadai, koneksi internet dan beberapa data dalam *database* tidak valid.

SARAN

Dari kesimpulan diatas Adapun beberapa saran yang ingin penulis sampaikan yang diharapkan untuk dapat meningkatkan efektifitas perencanaan dan pelaksanaan selanjutnya. Menurut penulis:

1. Penggunaan *device* harus diperhatikan kelayakannya dan fungsinya untuk membuat proses perencanaan lebih efektif dan lancar.
2. Lebih baik menggunakan *wifi* dengan *bandwith* yang lebih kencang daripada menggunakan tethering dari ponsel.
3. Penulis berharap penginputan database sudah otomatis atau sudah *digital*. Sehingga dapat mengurangi resiko kurang validnya data dikarenakan sistem penginputannya manual yang membuat kemungkinan salah ketik besar.

DAFTAR PUSTAKA

- Corona Virus Weekly Situation Report*. (2021, November 17). Retrieved from WHO: <https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/situation-reports/20201020-weekly-epi-update-10.pdf>
- Desthiani, U., & Suwandi. (2019). *MICE (MEETING, INCENTIVE, CONVENTION, EXHIBITION)*. Tangerang: UNPAM PRESS.
- Fenich, G. G. (2012). *Meetings, Expositions, Events & Conventions: An Introduction to the Industry, 3rd*

Edition. Pearson Education, Inc.

Indonesia, R. (2009). *UNDANG-UNDANG
REPUBLIK INDONESIA No 10
Tahun 2009 Tentang kepariwisataan.*
Sekretariat Negara.

Moghaddam, M., & Nof, S. Y. (2017). *Best
Matching Theory & Applications.*
Springer.

Nasution, A. M., & Sifat, W. O. (2017).
*Pengantar Usaha Jasa MICE &
EVENT.* Bekasi: Raharsa Utama
Nusantara.