

# RENCANA BISNIS: SAGALA EVENT ORGANIZER FOR BATAK TOBA CEREMONY

**Harry Sandy Febriyanto**

## **Abstrak**

Suku Batak merupakan salah satu suku yang memiliki aneka ragam adat istiadatnya dan masih menjaga keaslian adat istiadat tersebut. Suku Batak yang memiliki jumlah marga terbanyak adalah suku Batak Toba. Dalam acara-acara Batak tidak lepas dari adat. Namun, banyak orang Batak terutama di kota-kota besar yang tidak mengetahui budaya asli mereka. Ada peluang untuk membuka bisnis *event organizer* yang diberi nama *Sagala Event Organizer for Batak Toba Ceremony* dengan konsep “*back to Batak Toba culture*”. Kunci keberhasilan *Sagala Event Organizer for Batak Toba Ceremony* adalah memahami dan memiliki pengetahuan tentang adat Batak Toba yang sesungguhnya sehingga dapat menghasilkan suatu konsep dan pelaksanaan acara sesuai dengan originalitas adat budaya Batak Toba. Dengan latar belakang pemilik yang berasal dari keturunan Batak Toba, *event organizer* ini dapat berkembang dan menjadi *event organizer* tradisi adat budaya Batak Toba terbaik.

Kata Kunci: event organizer (EO), acara adat, batak toba

## **Abstract**

*Etnic Batak is one of ethnic in Indonesia that has very diverse tradition and they still maintain the authenticity of their culture. Batak Toba is the largest clan amongst any others clan in Batak ethnic. It is a must for every Batak events to follow to their tradition. However, many Batak people, especially those who live in big cities do not know about their native culture. Thus there is opportunity to run an event organizer business called Sagala Event Organizer for Batak Toba Ceremony with the concept of "back to Batak Toba culture". The key success of Sagala Event Organizer for Batak Toba Ceremony is to understand and having knowledge about indigenous Batak Toba so that it can establish a concept and conduct the event in accordance with the originality of Toba Batak culture. With the background of owner that is Batak Toba descendants, this event organizer believes to become the best event organizer in Batak Toba tradition.*

*Keywords: event organizer, ethnic ceremony, batak toba culture*

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang Usaha

Jenis-jenis suku yang ada di Indonesia sangatlah beragam. Ada suku Batak, suku Jawa, suku Dayak, suku Papua dan masih banyak suku lainnya. Tiap suku tersebut memiliki berbagai jenis adat istiadat atau budaya warisan leluhur yang membedakannya dengan suku lainnya. Suku Batak merupakan salah satu suku yang sangat beraneka ragam adat istiadatnya dan masih menjaga keaslian adat istiadat tersebut. Adat sangat dijunjung tinggi keberadaannya oleh orang Batak, karena adat menjadi sebuah alat yang dapat mengatur kekerabatan suku Batak. Berdasarkan data yang penulis dapatkan dari berbagai sumber, suku Batak yang memiliki jumlah marga terbanyak adalah suku Batak Toba yaitu sebanyak 170 marga, yang berasal dari daerah Kabupaten Toba Samosir, Kabupaten Tapanuli Utara, Kabupaten Tapanuli Tengah, dan sekitarnya.

Dalam acara-acara Batak juga tidak lepas dari adat, baik acara sukacita maupun dukacita. Adat Batak sendiri dibagi menjadi 2 jenis yaitu adat kecil dan adat na gok<sup>3</sup>. Ciri yang paling khas dari adat Batak adalah kehadiran ulos dalam setiap acara Batak. Berbagai macam tradisi adat yang telah turun temurun dari nenek moyang ini sudah sewajibnya dilaksanakan oleh semua orang keturunan Batak. Namun, pada kenyataannya banyak orang Batak terutama di kota-kota besar ingin melaksanakan kegiatan adat istiadat budaya Batak tetapi tidak mengetahui budaya asli mereka.

Dengan melihat kondisi tersebut, penulis melihat peluang untuk

membuka bisnis *event organizer* yang diberi nama *Sagala Event Organizer for Batak Toba Ceremony* dengan konsep “*back to Batak Toba culture*”. *Event organizer* ini khusus adat *nagok* Batak Toba yang membuat dan mengatur kegiatan perayaan sesuai dengan budaya Batak Toba. Harapan penulis agar konsumen yang memiliki keturunan Batak Toba dapat tetap melaksanakan ritual tradisi adat budaya Batak Toba walaupun mereka sibuk bekerja dan sudah mulai lupa dengan tradisi adat kebudayaan Batak Toba asli. Dengan latar belakang orang tua yang berasal dari keturunan Batak Toba, penulis berkeyakinan bahwa *event organizer* ini dapat berkembang dan menjadi *event organizer* terbaik dalam membuat dan mengatur kegiatan perayaan yang berhubungan dengan tradisi adat budaya Batak Toba.

### Visi, Misi dan Inti Bisnis Perusahaan

#### Visi

Menjadikan *Sagala Event Organizer for Batak Toba Ceremony* sebagai *event organizer* spesialis budaya Batak Toba terbaik dan terkemuka di wilayah Jabodetabek.

#### Misi

4. Menawarkan jasa *event organizer* peristiwa kelahiran anak, pernikahan dan kematian dengan budaya Batak Toba.
5. Mempertahankan originalitas budaya batak toba di dalam menyusun konsep sampai pelaksanaan acara budaya Batak Toba di Jabodetabek.
6. Didukung oleh tenaga profesional yang memahami dalam melaksanakan suatu cara budaya Batak Toba di Jabodetabek.

#### Inti Bisnis

Bisnis yang direncanakan adalah *event organizer* yang berhubungan dengan tradisi adat budaya Batak Toba, dengan

---

<sup>3</sup>Dikatakan adat na gok, jika sudah dihadiri dan direstui oleh *Suhi ni Ampang Naopat* dari masing-masing pihak suhut.

diberi nama *Sagala Event Organizer for Batak Toba Ceremony*. *Event organizer* ini melayani acara adat mamoholi (kelahiran), pernikahan dan saur matua<sup>4</sup> (kematian) yang berhubungan dengan adat Batak Toba. Namun dalam pelaksanaannya *Sagala Event Organizer for Batak Toba Ceremony* lebih mengutamakan acara pernikahan budaya Batak Toba, karena adat pernikahan yang bersifat paling diutamakan dan sangat wajib dilaksanakan dibandingkan dengan adat lainnya bagi suku Batak Toba. Filosofi kata “Sagala” berasal dari marga keluarga penulis itu sendiri.

*Sagala Event Organizer for Batak Toba Ceremony* akan selalu mempertahankan tradisi adat budaya Batak Toba asli di dalam penyusunan konsep acara dan pelaksanaan acara tersebut. Dalam proses perekrutan tenaga kerja, *Sagala Event Organizer for Batak Toba Ceremony* akan memilih orang-orang yang berasal dari Batak Toba asli sebagai karyawan.

*Sagala Event Organizer for Batak Toba Ceremony* rencananya akan memiliki kantor di daerah Bintara Jaya, Bekasi Barat. Logo perusahaan dapat dilihat pada gambar 1. Makna logo tersebut adalah *pertama*, logo tersebut dibuat dengan bentuk kotak dimana motif *ulos* mengelilingi kotak tersebut. Hal tersebut berarti semua tradisi adat Batak Toba selalu disertai dengan *ulos*, dimana ada ritual adat disitu pasti ada *ulos* Batak. Kemudian yang *kedua*, gambar rumah tersebut merupakan gambar rumah adat Batak Toba. Sedangkan terakhir yang *ketiga*, tulisan *Sagala Event Organizer* mewakili nama

---

<sup>4</sup> Dikatakan upacara kematian saur matua apabila orang yang meninggal telah menikahkan semua anaknya dan telah memiliki cucu laki-laki dan perempuan.

perusahaan serta kata *back to Batak Toba culture* merupakan konsep dari *Sagala Event Organizer for Batak Toba Ceremony*.

Gambar 1  
Logo Perusahaan



## ANALISIS EKSTERNAL

### Analisis Pasar

Berdasarkan data yang penulis dapatkan, Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional (BKKBN) memprediksikan jumlah urbanisasi akan naik terus. Pada 2015 mencapai 53,5% dan pada 2025 diperkirakan mencapai 60% dan pada 2035 bisa mencapai 66,6%. ([www.bkkbn.go.id/](http://www.bkkbn.go.id/)). Data di BPS menyebutkan, penduduk Jabodetabek terus berkembang dari tahun ke tahun. Hasil sensus tahun 2000 sebanyak 13,5 juta orang dan tahun 2010 mencapai 15,7 juta ([www.poskotanews.com](http://www.poskotanews.com)).

Menurut data yang penulis dapatkan dari Kompas tahun 2013, etnis Batak termasuk kaum perantau terbesar di Indonesia. Orang-orang Batak merantau ke kota-kota besar terutama Jakarta yang dianggap menjadi tempat yang menjanjikan untuk mencapai

kesuksesan

(<http://megapolitan.kompas.com/>).

Seiring dengan berjalannya waktu, orang batak tidak hanya merantau di kota Jakarta saja, namun mulai menyebar ke wilayah-wilayah sekitar Jakarta. seperti ke provinsi Jawa Barat dan Banten. Berdasarkan data yang penulis dapatkan dari Badan Pusat Statistik, berikut ini dapat kita lihat perbandingan jumlah penduduk berdasarkan suku bangsa di Indonesia dan jumlah penduduk suku batak pada wilayah-wilayah di Indonesia pada tahun 2010.

Untuk mengetahui respon pasar mengenai pelaksanaan adat budaya Batak Toba, maka penulis melakukan penelitian dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden. Kepada responden diberikan 14 pernyataan mengacu pada teori AIDA (3 pernyataan *Attention*, 3 pernyataan *Interest*, 5 pernyataan *Desire* dan 3 pernyataan *Action*). Populasi dalam penelitian ini adalah keturunan Batak Toba yang berdomisili di wilayah Jabodetabek. Penulis menentukan karakteristik dari objek penelitiannya adalah keturunan Batak Toba yang berdomisili di wilayah Jabodetabek yang belum menikah dan berusia  $\geq 17$  tahun. Teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling*, yaitu *purposive sampling*. Penulis memperoleh data primer dengan cara menyebarkan kuesioner secara *online* dengan menggunakan aplikasi *Google Forms* kepada 50 calon responden. Penulis melakukan penyebaran kuesioner mulai tanggal 30 Juni 2015 pukul 13.35 WIB sampai dengan tanggal 1 Juli 2015 pukul 19.35 WIB dengan bantuan saudara dan teman-teman penulis.

Data yang diperoleh dari proses penyebaran kuesioner penelitian ini sebanyak 42 responden. Data yang

masuk kemudian diolah menjadi data kuantitatif menggunakan analisis *overall mean score* untuk menganalisis butir-butir pernyataan dari setiap indikator AIDA. Responden sebagian besar laki-laki (57%), berusia antara 17 hingga 24 tahun (71%), berdomisili di Jakarta (50%).

Berdasarkan hasil analisis Teori AIDA penulis menyimpulkan bahwa mayoritas keturunan etnis Batak Toba akan melaksanakan acara seperti pernikahan, kematian dan kelahiran (*mamoholi*) sesuai dengan adat Batak Toba. Hal tersebut memberikan peluang bisnis bagi *Sagala Event Organizer for Batak Toba Ceremony* untuk bersaing dalam bisnis ini.

#### **Peluang (*opportunities*):**

- Banyaknya jumlah orang Batak di wilayah Jabodetabek (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi) dan jumlah marga Batak Toba lebih banyak dibandingkan dengan marga batak lainnya.
- Adat Batak memiliki tingkat kerumitan yang tinggi, namun rangkaian acara adat Batak Toba yang bersifat wajib untuk dilaksanakan oleh semua keturunan Batak Toba karena ada tuntutan dari orang tua serta keluarga.
- Banyak konsumen yang akan melaksanakan acara adat Batak Toba serta keinginannya untuk menggunakan jasa *event organizer* dalam pelaksanaan acara adat Batak Toba.

#### **Ancaman (*threat*):**

- Ceruk pasar kecil karena hanya fokus pada tradisi adat Batak Toba.
- Adanya alasan responden tidak akan melaksanakan rangkaian acara adat Batak Toba karena tidak adanya kewajiban dan tuntutan dari orang tua serta keluarga.
- Responden tidak menggunakan jasa *event organizer* dalam pelaksanaan

acara adat Batak Toba karena mereka masih mampu melaksanakan acara adat Batak Toba dengan kemampuan sendiri atau adanya bantuan dari pihak keluarga.

Pesaing dari *Sagala Event Organizer for Batak Toba Ceremony* adalah *Hawila Event Organizer* yang telah berdiri sejak tahun 2011 di daerah Palmerah Utara, Jakarta Barat. Kekuatan dari *Hawila Event Organizer* adalah sudah memiliki banyak dan dikenal banyak kalangan. Sementara kelemahan dari *Hawila Event Organizer* adalah melayani acara adat pernikahan Batak secara umum tidak spesifik pada adat suku tertentu misal Batak Toba.

## ANALISIS INTERNAL

### Kekuatan (*strength*):

- *Sagala Event Organizer for Batak Toba Ceremony* menawarkan konsep “*back to Batak Toba culture*”.
- *Sagala Event Organizer for Batak Toba Ceremony* melayani beragam jenis tradisi Batak Toba karena memahami adat budaya Batak Toba.
- Menawarkan jasa yang terintegrasi mulai dari pembuatan konsep acara, perlengkapan hingga pada pelaksanaan acara.

### Kelemahan (*weakness*):

- Belum dikenal oleh banyak orang khususnya keturunan Batak Toba karena *Sagala Event Organizer for Batak Toba Ceremony* belum memiliki reputasi.

### Keunggulan Kompetitif

Kunci keberhasilan *Sagala Event Organizer for Batak Toba Ceremony* adalah konsep “*back to Batak Toba culture*”, memahami dan memiliki pengetahuan tentang adat Batak Toba yang sesungguhnya sehingga dapat menghasilkan suatu konsep dan

pelaksanaan acara sesuai dengan originalitas adat budaya Batak Toba

## RENCANA PEMASARAN

### *Segmentation, Targeting, Positioning*

Menurut Philip Kotler dan Kevin Keller di dalam *Marketing Management* (2012:236) mengatakan bahwa “A market segment consists of a group of customers who share a similar set of needs and wants. The marketer’s task is to identify the appropriate number and nature of market segments and decide which one(s) to target”. *Sagala Event Organizer for Batak Toba Ceremony* membagi segmen pasarnya menjadi segmentasi geografis dan segmentasi demografis.

#### 1. Segmentasi Geografis

Penulis membagi segmentasi geografis menjadi 3 yaitu:

- Wilayah Pulau Jawa Jabodetabek seperti Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang dan Bekasi.
- Wilayah Pulau Jawa Non Jabodetabek seperti wilayah Jawa Barat non Depok dan Bekasi, Banten non Tangerang, Jawa Tengah, Solo, dan Jawa Timur.
- Wilayah Luar Pulau Jawa seperti Sumatera, Sulawesi, Nusa Tenggara, Bali, Kalimantan, Papua dan sebagainya.

#### 2. Segmentasi Demografis

Pada Segmentasi demografis ini dibagi menjadi 2, yaitu:

- Berdasarkan Sub Etnis  
Berdasarkan data yang penulis dapatkan dari forum Batak (sumber: *batak.web.id*), sub etnis Batak dibagi menjadi 6 (enam), yaitu: Batak Toba, Batak Karo, Batak Simalungun, Batak Pakpak,

Batak Mandailing, Batak Angkola

- Berdasarkan Usia  
Pemasar biasanya membagi populasi menjadi enam kelompok usia (Kotler dan Keller 2012:97) yaitu : anak-anak prasekolah (*preschool children*), anak-anak usia sekolah (*school-age children*), remaja (*teens*), pemuda (*young*) usia 20 sampai 40 tahun, dewasa paruh baya (*middle-aged*) usia 40 sampai 65 tahun, dewasa lanjut usia 65 tahun ke atas (*older adults 65 and older*).

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller di dalam bukunya *Marketing Management* (2012:253), *Once the firm has identified its market-segment opportunities, it must decide how many and which ones to target. Marketers are increasingly combining several variables in an effort to identify smaller, better-defined target groups.* Target pasar dari *Sagala Event Organizer for Batak Toba Ceremony* adalah konsumen yang berasal etnis batak khususnya sub-etnis Batak Toba, yang berusia 20 sampai 65 tahun dan bertempat tinggal di wilayah Pulau Jawa khususnya Jabodetabek (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang dan Bekasi).

*Positioning is the act of designing a company's offering and image to occupy a distinctive place in the minds of the target market. The goal is to locate the brand in the minds of consumers to maximize the potential benefit to the firm* (Kotler and Keller 2012 :298) . *Sagala Event Organizer for Batak Toba Ceremony* memposisikan kehadirannya sebagai *event organizer* yang berhubungan dengan tradisi adat Batak yang terbaik karena memiliki konsep yang berbeda

dengan bisnis *event organizer* biasanya yaitu membuat dan mengatur kegiatan perayaan yang berhubungan dengan tradisi adat budaya Batak Toba. *Sagala Event Organizer for Batak Toba Ceremony* memposisikan bisnisnya dengan menggunakan tema “*Ase Unang ma hita lupa sian dia haroronta pilit ma Sagala Event Organizer for Batak Toba Ceremony*” yang memiliki arti supaya kita tidak lupa dengan asal usul kita, pilihlah *Sagala Event Organizer for Batak Toba Ceremony* untuk membuat dan melaksanakan acara tradisi budaya Batak Toba.

### **Strategi Bauran Pemasaran**

#### **Jasa (service)**

Jasa yang ditawarkan oleh *Sagala Event Organizer for Batak Toba Ceremony* kepada klien atau konsumennya adalah:

##### 1. *Concept Only*

Menawarkan jasa penyusunan konsep acara yang berhubungan dengan tradisi adat Batak Toba. Beberapa konsep acara yang dapat dilayani oleh *Sagala Event Organizer for Batak Toba Ceremony* adalah: pernikahan, mamoholi, kematian.

##### 2. *Integrated*

Menawarkan jasa secara menyeluruh mulai dari penyusunan konsep acara, jasa *EO* pelaksanaan acara adat Batak Toba pada hari H dilaksanakan sampai penyewaan alat/perlengkapan pendukung acara.

#### **Harga (price)**

Harga jasa untuk *concept only* berkisar antara Rp.1.000.000 – Rp.2.000.000 (untuk mamoholi), Rp.2.000.000 – Rp.3.000.000 (untuk saur matua/kematian) dan Rp.4.000.000 – Rp.6.000.000 (untuk pernikahan). Sementara harga jasa untuk *integrated* dapat beragam. Hal tersebut dipengaruhi oleh keinginan konsumen di dalam menentukan hal-hal yang berhubungan dengan pelaksanaan acara

misalnya gedung yang akan digunakan, hiburan yang akan digunakan, dan sebagainya. Sebagai perkiraan harganya adalah Rp 8.000.000 – Rp 12.000.000 (untuk mamoholi), Rp 75.000.000 – Rp 90.000.000 (untuk saur matua/kematian) dan Rp 300.000.000 – Rp 450.000.000 (untuk pernikahan).

#### **Tempat (place)**

Rencananya *Sagala Event Organizer for Batak Toba Ceremony* akan memiliki kantor seluas 50m2 dengan memanfaatkan tanah kosong yang dimiliki oleh orangtua pemilik usaha ini. Kantor ini terletak di Bintara Jaya II blok C/20 Bekasi Barat. Kantor berfungsi sebagai tempat untuk menyusun konsep acara, tempat rapat dan mempersiapkan segala sesuatu yang berhubungan dengan pelaksanaan suatu proyek tertentu

#### **Promosi (promotion)**

*Sagala Event Organizer for Batak Toba Ceremony* memperkenalkan jasanya kepada calon konsumen dengan cara sebagai berikut :

1. *Advertising*. Memasang iklan secara rutin di buletin dan majalah dinding Gereja seperti di Gereja HKBP, Gereja Katolik dan Gereja lainnya yang ada di Jabodetabek yang memiliki jemaat suku Batak
2. *Direct Marketing*. Melalui internet marketing, melalui media sosial seperti facebook, instagram, twittter, forum-forum Batak dan lain-lain, serta pemilik ataupun karyawan harus aktif dalam kegiatan punguan (arisan) marga seJabodetabek sehingga dapat juga mempromosikan *Sagala Event Organizer for Batak Toba Ceremony*.
3. *Public Relation and Publicity*. Bekerjasama dengan pihak-pihak pengelola Gedung serbaguna yang ada di Jabodetabek, sehingga mereka dapat merekomendasikan

*Sagala Event Organizer for Batak Toba Ceremony*.

4. *Personal Selling*. Promosi *word of mouth* digunakan *Sagala Event Organizer for Batak Toba Ceremony* di dalam mempromosikan bisnisnya kepada saudara, teman ataupun orang lain.
5. *Special Promotion*. Dilakukan di awal tahun pertama sampai tahun kedua, akan diterapkan strategi promosi khusus dengan tujuan agar dapat lebih cepat dikenal pasar khususnya keturunan Etnis Batak Toba. Strategi khusus tersebut yaitu: membuka *stand* di festival seni dan budaya Batak Toba, memberikan diskon 20 % kepada para konsumennya.

#### **Orang (people)**

Pemilik dan tim merupakan keturunan Batak Toba. Pemilik sendiri telah membantu orang tua sebanyak 7 kali dalam membuat dan melaksanakan acara pernikahan adat budaya Batak Toba. Pemilik yang memiliki pengetahuan dan memahami kebudayaan Batak Toba merupakan salah satu unsur terpenting dalam membentuk usaha ini.

#### **Proses (process)**

Dalam proses operasional pelayanan jasa, *Sagala Event Organizer for Batak Toba Ceremony* pemilik sebagai konseptor suatu acara akan membuat konsep acara sesuai originalitas budaya Batak Toba. Kemudian dalam pelaksanaan acara, pemilik akan turut serta dan bekerja sama dengan tim di dalam pelaksanaan suatu acara tersebut. *Sagala Event Organizer for Batak Toba Ceremony* sangat memperhatikan proses operasional dan akan terus meningkatkan pelayanan terhadap konsumen sehingga akan menciptakan pelayanan jasa yang berkualitas.

#### **Sarana Fisik (physical evidence)**

Menyediakan sarana fisik yang menunjang kegiatan bisnis ini yaitu: dokumentasi berupa foto-foto ataupun video daripada hasil kerjasama *Sagala Event Organizer for Batak Toba Ceremony* dengan konsumen yang pernah ditangani sehingga dapat membantu membangun rasa kepercayaan konsumen. Kemudian menyediakan buku tarombo Batak Toba atau majalah lainnya yang berhubungan dengan kebudayaan Batak Toba sehingga dapat dijadikan bahan referensi, menambah pengetahuan dan menumbuhkan kerinduan konsumen akan kebudayaan Batak Toba.

## **RENCANA OPERASIONAL**

### **Kegiatan Pra-Operasional Perusahaan**

1. Menentukan Lokasi Usaha dan merancanginya sesuai dengan kebutuhan.
2. Membuka *networking* dengan pihak-pihak ketiga
3. Waktu Operasional kami adalah: di kantor (Senin hingga Jumat jam 08.30 sampai 17.30), dan di luar kantor (tidak terikat oleh jam kerja operasional tertentu)
4. Menyediakan peralatan dan perlengkapan

### **Kegiatan Proses Pelayanan Jasa Konsultasi dan Implementasi**

Proses ini dimulai dengan tahap pertemuan awal yang bersifat memperkenalkan konsep *Sagala Event Organizer for Batak Toba Ceremony* dan memperlihatkan *portfolio* proyek yang pernah ditangani. Bila tahap awal ini positif maka akan dilanjutkan ke tahap pertemuan lanjutan, yaitu pengajuan proposal. Pada proposal ini berisi konsep yang dirancang sesuai dengan kebutuhan klien beserta budgetnya. Tahap berikutnya adalah negosiasi, revisi proposal hingga deal. Tahap akhir adalah merancang konsep

acara final sesuai dengan keinginan klien. Pada tahap ini klien juga telah mempersiapkan uang muka (*down payment*) sebesar 75% sesuai ketentuan yang ada di proposal sebagai tanda jadi dan mengisi serta menandatangani surat perjanjian kerjasama.

Langkah berikutnya adalah tahap persiapan pelaksanaan acara, seperti mempersiapkan perlengkapan acara, memilih pihak hiburan yang akan digunakan, memimpin *briefing* dengan tim sesuai dengan konsep acara yang telah ditetapkan, dan sebagainya. Tahap ini dilakukan hingga menjelang hari H pelaksanaan acara. Pada saat pelaksanaan acara akan mengikuti *rundown* acara yang telah disusun. Disini klien harus memberikan sisa pembayaran sebesar 25%. Setelah tahap pelaksanaan acara selesai maka akan dilakukan evaluasi bersama dengan klien.

## **RENCANA SUMBER DAYA MANUSIA**

*Sagala Event Organizer for Batak Toba Ceremony* memiliki beberapa karyawan tetap serta beberapa karyawan lepas dan pihak lain yang hanya akan digunakan apabila dibutuhkan untuk pelaksanaan acara tertentu. Selain pemilik, karyawan tetap terdiri dari 2 orang staf, 1 orang penjaga kantor. Sementara karyawan lepas merupakan orang yang terlibat membantu pelaksanaan acara pada hari H.

Deskripsi tugas dan kompensasi dari masing-masing adalah sebagai berikut:

### **1. Pemilik**

Deskripsi tugas: selaku *consultant* dan konseptor, pemilik bertugas untuk memimpin kegiatan operasional yang berkaitan dengan suatu acara seperti tahap pertemuan awal dengan klien, tahap proposal, tahap pertemuan lanjutan,



penyusunan konsep acara, tahap persiapan, memimpin briefing, tahap pelaksanaan acara dan memimpin tahap evaluasi. Pemilik juga bertugas memberikan motivasi kepada karyawan dan juga merangkap bagian keuangan. Gaji yang didapatkan oleh bagian ini sebesar Rp 10.000.000 per bulan.

2. Staf

Deskripsi tugasnya adalah memasarkan *Sagala Event Organizer for Batak Toba Ceremony* kepada calon konsumen dan mempersiapkan segala sesuatu perlengkapan yang dibutuhkan untuk pelaksanaan suatu acara sesuai dengan instruksi pemilik. Gaji yang didapatkan oleh bagian ini sebesar Rp 4.000.000 per bulan.

3. Penjaga kantor

Deskripsi tugasnya adalah membersihkan dan menjaga keamanan kantor. Gaji yang didapatkan pada bagian ini sebesar Rp 2.500.000 per bulan.

Di luar kompensasi yang disebutkan, ada kompensasi tambahan berupa kompensasi sebesar Rp 500.000 bagi pihak pembawa proyek, setiap karyawan tetap yang membantu proses pelaksanaan acara di luar jam kerja akan diberikan bonus tambahan sebesar Rp 500.000 per proyek. Setiap karyawan tetap nantinya akan memperoleh tunjangan hari raya, tunjangan kerajinan kerja karyawan dan tunjangan kinerja perusahaan apabila perkembangan usaha *Sagala Event Organizer for Batak Toba Ceremony* berjalan baik.

Untuk karyawan lepas bertugas membantu proses pelaksanaan acara yang agar dapat sesuai dengan harapan klien. Karyawan lepas ini hanya dibutuhkan pada saat pelaksanaan acara. Mereka kebanyakan adalah sanak saudara pemilik, saudara karyawan

ataupun pihak lain yang sesuai persyaratan yang telah ditetapkan.

Pada proses seleksi dan rekrutmen karyawan *Sagala Event Organizer for Batak Toba Ceremony*, pemilik mengutamakan orang yang memiliki pengalaman pada bidangnya masing-masing dan orang keturunan Batak Toba. Karyawan harus memahami budaya adat Batak Toba minimal 20% dan mampu berbicara bahasa Batak pada umumnya.

Pelatihan akan diberikan langsung oleh pemilik kepada karyawan dan dibantu oleh keluarga besar pemilik yang terlebih dahulu memiliki pengetahuan dan pengalaman mengenai budaya Batak Toba. Pelatihan yang diberikan berupa penjelasan dari standar operasional pelayanan, etika yang harus diterapkan oleh karyawan dan pelatihan dasar mengenai pelaksanaan suatu acara.

### RENCANA INOVASI

Rencana inovasi yang akan dilakukan *Sagala Event Organizer for Batak Toba Ceremony* adalah mengembangkan bisnis ke *sanggar budaya batak toba* yang terintegrasi dengan bisnis *event organizer* yang berjalan saat ini.

### RENCANA KEUANGAN

Investasi awal yang dibutuhkan untuk mulai usaha ini sebesar Rp.221.645.500  
Proyeksi pendapatan per tahun diperkirakan sebesar Rp.2.573.000.000. Dengan asumsi biaya-biaya terkait proyek sebesar Rp.1.997.400.000 per tahun maka diperoleh laba bruto sebesar Rp.575.600.000 per tahun. Dengan memperhitungkan biaya tidak terkait proyek sebesar Rp.297.000.000 maka didapat laba bersih per tahun sebesar Rp. 278.600.000.

Rasio laba bersih terhadap penjualan sebesar 10,83%, dengan titik impas Rp.1.350.000.000 per tahun serta

periode pengembalian hasil (*payback period*) 9,6 bulan.

### **KESIMPULAN**

*Sagala Event Organizer for Batak Toba Ceremony* adalah sebuah bisnis yang bergerak di bidang *event organizer* dengan konsep “*back to Batak Toba culture*” yang melayani jasa penyusunan konsep sampai jasa pelaksanaan acara adat pernikahan, mamoholi (kelahiran anak), dan saur matua (kematian) sesuai dengan originalitas adat Batak Toba. Keuntungan yang diperoleh *Sagala Event Organizer for Batak Toba Ceremony* nantinya akan digunakan untuk investasi ke sanggar budaya Batak Toba sebagaimana direncanakan inovasi.

### **DAFTAR PUSTAKA**

#### Sumber Buku

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2012). *Marketing Management*. Fourteenth Edition. Boston: Pearson Education Limited

#### Sumber Internet

<http://www.bkkbn.go.id/ViewBerita.aspx?BeritaID=1701>, diakses 26 Juli 2015.

<http://poskotanews.com/2014/08/07/jakarta-kian-sesak/>, diakses 26 Juli 2015.

<http://megapolitan.kompas.com/read/2013/02/03/09135265/MelacakJejakBatakdiJakarta>, diakses 26 Juli 2015.